

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Marketing and Strategic Communication		o6-MK-SC-162-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
In dem Seminar beschäftigten sich die Studierenden kreativ mit der Analyse von Marken und dem Entwerfen von Markenpositionierungen und darauf abgestimmten Kommunikationsstrategien. Die Studierenden lernen, wie man mittels strategischer Kommunikation Marken erfolgreich am Markt platzieren kann.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden setzen sich u. a. mit der Markenkommunikation auseinander, wenden das Wissen durch eigene Projekte zur Markenpositionierung an und lernen praxisnah, wie strategische Kommunikation im Bereich von Markenkommunikation eingesetzt wird.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
150 h		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		