



Dr. Nils S. Borchers  
Telefon 0341 97-35046  
Telefax 0341 97-35049  
nils.borchers@uni-leipzig.de

15. März 2019

## Lehrveranstaltung SoSe 2019

### WERBEKOMMUNIKATION

B.A. KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT  
BASISMODUL II (06-05-1002-1) – V „Spezielle Themen des  
Kommunikationsmanagements“

Dienstag 15.15 bis 16.45 Uhr, Hörsaal 4, Beginn: 02.04.2019

Dr. Nils S. Borchers

Stand: 11.03.2019

#### Thematik

Die heutige Gesellschaft ist eine Werbegesellschaft. ‚Die Werbung‘ verfolgt uns auf Schritt und Tritt, ist ständiger Wegbegleiter, Kultur- und Wirtschaftsfaktor, Kreativitätsmotor und Streitthema.

Um dieses komplexe Phänomen verstehen zu können, ist eine wissenschaftlich-reflektierte Auseinandersetzung mit der Werbung und ihrer Praxis notwendig. Der fundamentale Wandel der professionellen Werbewirtschaft in den 2010er Jahren im Kontext der Digitalisierung macht diese Auseinandersetzung dabei zu einer besonderen Herausforderung. So hat die Digitalisierung das Phänomen Werbung nachhaltig verändert.

#### Methodik

Um diesen Überblick möglichst umfassend zu gestalten, wollen wir das Phänomen Werbung aus unterschiedlichen Perspektiven in den Blick nehmen:

- Auf verschiedenen Abstraktionsebenen: aus Mikro- (einzelne Akteure), Meso- (Organisationen) und Makro- (Gesamtgesellschaftliche Implikationen) Perspektive;
- Mit verschiedenen Erkenntnisinteressen: aus kommunikationswissenschaftlicher, soziologischer, betriebswirtschaftlicher, psychologischer und rechtlicher Perspektive;
- In verschiedenen Handlungsrollen: aus Perspektive von Auftraggebern, Produzenten, Distributoren, Umworbene(n) und Kritikern.

Nach erfolgreichem Besuch dieser Vorlesung werden Sie so in der Lage sein,

- die grundlegenden Konzepte und Theorien der Werbeforschung zu verstehen und für Forschungszwecke anzuwenden;

**Universität Leipzig**  
Institut für Kommunikations- &  
Medienwissenschaft  
Communication Management  
IPF 165153  
04081 Leipzig

*Besuchsadresse:*  
Nikolaistr. 27-29  
D-04109 Leipzig

**Telefon**  
+49 341 97- 35046

**Fax**  
+49 341 97- 35049

**E-Mail**  
nils.borchers@uni-leipzig.de

**Web**  
www.uni-leipzig.de

- unterschiedliche Perspektiven auf das Phänomen Werbung zu unterscheiden und zu nutzen;
- die Bedeutung der Werbung für die strategische Kommunikation einzuschätzen;
- die Abwicklung professioneller Werbekampagnen nachzuvollziehen;
- den Umgang der Umworbenen mit Werbebotschaften sowie die Wirkungsweise der Botschaften zu erklären;
- die gesellschaftliche Bedeutung der Werbung kritisch zu reflektieren;
- die künftige Entwicklung der Werbewirtschaft abzuschätzen.

Um diese Ziele zu erreichen, erwarten wir von Ihnen Motivation, Interesse am Thema sowie eine gewissenhafte Lektüre der Seminartexte zur Vor- und Nachbereitung der Sitzungen.

### **Einordnung und Leistungsnachweis**

Die Vorlesung wird als Bestandteil des o.g. Moduls im Studiengang B.A. KMW angeboten. Im Rahmen der Prüfungsregelungen zum Modul 1002 kann nach Anmeldung und Zuteilung eines Prüfungstermins eine mündliche Prüfung abgelegt werden. Die entsprechenden Prüfungen bei Dr. Borchers finden voraussichtlich am 15. und 16. Juli 2019 statt.

Wer die Vorlesung als Erasmus-Student\*in besucht, kann alternativ einen Teilnahmechein erwerben (3 ECTS-Punkte; Voraussetzung: regelmäßige Teilnahme, durch Unterschrift des Dozenten am Ende jeder Vorlesung auf einem Ausdruck dieses Veranstaltungsplans zu bestätigen, sowie ein unbenotetes Evaluationsgespräch am Semesterende) oder eine Prüfung absolvieren (5 ECTS-Punkte; Voraussetzung: regelmäßige Teilnahme wie oben, sowie benotete mdl. Prüfung zum unten genannten Termin).

### **Zeitplan und Themen**

Nach Vorstellung allgemeiner Grundlagen der Werbekommunikation (Sitzungen 1-3) organisiert sich die Vorlesung nach den einzelnen Akteuren in der Werbebranche (Sitzungen 4-Ende). Dies sind: Auftraggeber (insbesondere Wirtschaftsunternehmen), Produzenten (Werbeagenturen), Distributoren (Massenmedien, aber in der digitalen Welt inzwischen auch Social Media Influencer oder normale Internetnutzer), Rezipienten (insbesondere Konsumenten) und Beobachtern (Kritiker, Regulatoren, Branchenverbände etc.). Ein genauer Plan wird Anfang der Vorlesung vorgestellt.

### **Literatur**

Die Pflichtliteratur zu dieser Vorlesung wird ab Ende März über Moodle bereitgestellt. Das Passwort erhalten die Teilnehmer\*innen nach beendeter Anmeldung zur Vorlesung. Bitte beachten Sie unbedingt, dass bereits zur ersten Sitzung Texte vorzubereiten sind.