



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
Lehrbereich
Communication Management
Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Prof. Dr. Christian P. Hoffmann
Prof. Dr. Alexander H. Godulla
Prof. Dr. Cornelia Wolf

Sekretariat:
Cornelia Böhlend
Telefon +49 341 97 35040
stratkomm@uni-leipzig.de

25. März 2020

LEHRVERANSTALTUNG SOMMERSEMESTER 2020 MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT, MODUL 06-005-525

Kampagnen und Konzeptionstechnik (S)

Prof. Dr. Werner Süß

Honorarprofessor für Unternehmenskommunikation, Universität Leipzig;
CEO, Wind Capital Partners, Berlin

Montag, 09.15–12.45h (mit Pause), Nikolaistr. 27-29, Seminarraum 1.01.
Termine: 18., 25. Mai 2020; 08., 15., 29. Juni 2020; 06. Juli 2020
Im Mai voraus. virtuelle Sitzungen über Zoom; evtl. Präsenztermine im Juni/Juli.
Einreichtermin für Prüfungsleistungen: 1. September 2020. Prüfer: Süß/Hofmann.

Thematik

Die Konzeption von Kampagnen ist eine zentrale Aufgabe im Kommunikationsmanagement. In diesem Seminar werden entsprechende Vorgehensweisen und Modell der Modelle der Konzeptionstechnik vermittelt und angewendet. Die Studierenden lernen, die relevanten Daten einer Fallanalyse zu erheben, zu aggregieren und zu analysieren. Sie werden in die Lage versetzt, Briefings zu interpretieren sowie ein Rebriefing und ein Kommunikationskonzept zu verfassen.

Methodik

Das Seminar bietet einen Überblick zur Kampagnenplanung im Kommunikationsmanagement und zur Konzeptionslehre. Neben theoretischen Grundlagen werden strategische und operative Elemente der Kampagnenplanung vermittelt und anhand von Beispielen eingeübt. Die Teilnehmer/innen wenden das so Erlernete anschließend im Rahmen von Gruppenarbeiten auf Fallbeispiele aus der Praxis an.

Einordnung und Leistungsnachweis

Im Modul „Konzeption und Umsetzung strategischer Kommunikation“ (06-005-525) sind das Seminar „Kampagnen und Konzeptionstechnik“ (Süss) und die Übung „Kommunikations- und Präsentationstraining“ (Völzke) zu besuchen. Die Modulnote entspricht der Note für die Prüfungsleistung. Die Verteilung der Teilaufgaben erfolgt in den jeweiligen Veranstaltungen.

Leistungsnachweis: Prüfungsleistung ist ein Portfolio, das aus zwei Teilen besteht: 1) Konzept als Gruppenleistung im Seminar (vierfach gewichtet) und 2) Überzeugungsrede als Einzelleistung in der Übung (einfach gewichtet). Das Konzept wird als Gruppenarbeit von jeweils 4-5 Studierenden erstellt. Es besteht aus a) einem

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
Lehrstuhl für
Strategische Kommunikation
04081 Leipzig

Besucheradresse:
Nikolaistraße 27-29
04109 Leipzig

Für Pakete und Expresssendungen:
Ritterstraße 24, IPF 165153
04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
werner.suess@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Deckblatt mit Namen, Matrikelnummern und E-Mail-Adressen aller Bearbeiter/innen, Inhaltsverzeichnis, unterzeichneter Selbstständigkeitserklärung sowie Kennzeichnung des jeweiligen Beitrags der einzelnen Bearbeiter/innen, der deutlich erkennbar sein muss, b) einem Chartsatz mit praxisorientierter Darstellung des Konzepts (Layout der Universität Leipzig; max. 20 Folien), c) dem schriftlich ausgearbeiteten Konzept mit Reflexion als Text (65.000 Zeichen plus/minus 10%, inkl. Leerzeichen; zzgl. Literaturverzeichnis und evtl. Abbildungen; eineinhalbzeilige Absätze; Seitenrand rechts mindestens 2,5 cm). Die Konzepte sind bis zum 01.09.2020 im Original mit unterzeichneter Selbstständigkeitserklärung (einseitig gedruckt; gelocht; keine Hefter, Ringbindung etc.) im Sekretariat bei Frau Böhland einzureichen und parallel per E-Mail in einem PDF-Dokument an die Gutachter (Professor Süss und Professor Hoffmann) zu schicken.

Eine regelmäßige Teilnahme wird vorausgesetzt, da die Studienordnung für den Erwerb von Leistungspunkten in diesem Modul 30 Stunden Präsenzzeit in diesem Modul vorsieht. Bei Erkrankungen bzw. Krankschreibungen ist der Dozent per E-Mail zu informieren.

Virtuelles Seminar über Zoom

Die Universität Leipzig nimmt den Lehrbetrieb am 6. April 2020 regulär auf, setzt jedoch zunächst bis zum Mai 2020 auf digitale Formate, die dann vom Präsenzstudium abgelöst werden können. Falls dies nicht möglich ist, werden alle Termine dieser Veranstaltungen online durchgeführt.

Die Zoom-Einwahldaten und Zugangs-Kennwörter sowie die Zugangsdaten zur Moodle-Plattform für dieses Seminar werden vor der ersten Sitzung an alle eingeschriebenen Seminarteilnehmer/innen per E-Mail verschickt. Bitte stellen Sie sicher, dass Sie zoom.us (<https://zoom.us/>) vollständig nutzen können. Dazu benötigen Sie einen Computer oder Notebook mit Kamera, Mikrofon und Lautsprecher sowie einen stabilen WLAN-Zugang. Bitte registrieren Sie sich vorab kostenlos bei Zoom mit Ihrer Uni-Emailadresse und testen Sie die Funktionalitäten. Zoom ermöglicht sowohl PPTX-Präsentationen des Dozenten und der Studierenden sowie interaktive Diskussionen in Kleingruppen (Breakout Rooms) und in Chats, über die auch Dokumente während der Sessions zur lokalen Bearbeitung verschickt werden können (eine Teilnahme mit Smartphone oder Tablet ist daher nicht möglich).

Zeitplan und Themen

18.05.2020	Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen (1) Diskussion der Literatur <i>Alle Teilnehmer/innen lesen die im Veranstaltungsplan genannte Literatur im April und notieren sich ihre Gedanken dazu in einem kurzen Response-Paper (½ bis ¾ Seite; Stichpunkte): a) Unklarheiten und Verständnisfragen, b) Diskussionsfragen und Kritik / Ideen mit Bezug zu eigenen praktischen Erfahrungen mit Kampagnen und Konzeptionen z. B. in Praktika. Die Response-Paper werden als PDF (Dateiname nach dem Muster: „Response_2020_Nachname.pdf“ bis 11. Mai 2020 per Moodle an den Dozenten übermittelt.</i>	Prof. Süss Alle
25.05.2020	Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen (2) Gemeinsame Diskussion einer einführenden Fallstudie Hinweise zu den Aufgabenstellungen und Einteilung der Gruppen Briefing zu den Fallstudien <i>Es werden 7 Fallstudien vorgestellt, die von jeweils 4-5 Teilnehmer/innen bearbeitet werden. Die Gruppen erarbeiten ein Rebriefing und senden dies an den Dozenten, der für Rücksprachen zur Verfügung steht.</i>	Prof. Süss Alle
08.06.2020	Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und Rücksprache zu den Fallstudien <i>Die Gruppen stellen erste Analyseergebnisse und Ideen für die Konzeptionen vor und diskutieren dies mit dem Dozenten. Dies geschieht in individuellen Terminen innerhalb des Seminartermins.</i>	

15.06.2020	<p>Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und Rücksprache zu den Fallstudien</p> <p><i>Die Gruppen stellen erste Analyseergebnisse und Ideen für die Konzeptionen vor und diskutieren dies mit dem Dozenten. Dies geschieht in individuellen Terminen innerhalb des Seminartermins.</i></p>
29.06.2020	<p>Präsentation der Konzeptionen (Fallstudien 1 bis 4)</p> <p><i>Die ersten vier Gruppen präsentieren ihre Konzepte vor allen Seminarteilnehmer/innen und beantworten Rückfragen (45 Min je Gruppe). Das konstruktive Feedback unterstützt die schriftliche Ausarbeitung der Konzepte im Nachgang.</i></p>
06.07.2020	<p>Präsentation der Konzeptionen (Fallstudien 5 bis 7)</p> <p><i>Die restlichen Gruppen präsentieren ihre Konzepte vor allen Seminarteilnehmer/innen und beantworten Rückfragen (45 Min je Gruppe). Das konstruktive Feedback unterstützt die schriftliche Ausarbeitung der Konzepte im Nachgang.</i></p> <p>Evaluation der Lehrveranstaltung und Seminarabschluss</p>

Literatur

Kontakt

Professor Süß ist unter [werner.suess \(at\) uni-leipzig.de](mailto:werner.suess@uni-leipzig.de) erreichbar.

Literatur

Die nachfolgende Literatur wird über Moodle bereitgestellt und ist vorab zu lesen, damit eine zielführende Diskussion im Seminar möglich ist (vgl. die Hinweise oben zum Response Paper):

- Leipziger, J. (2009). *Konzepte entwickeln* (3. Aufl.), Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut.
- Merten, K. (2013). *Konzeption von Kommunikation. Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements*. Wiesbaden: Springer VS.
- Nothhaft, H., & Bentele, G. (2020). Konzeption von Kommunikationsprogrammen in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6_22-1
- Röttger, U. (2020). Kommunikationskampagnen planen und steuern: Thematisierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03894-6_23-1