UNIVERSITÄT LEIPZIG
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Lehrbereich Communication Management

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

1. März 2024

LEHRVERANSTALTUNG SOMMERSEMESTER 2024
MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT, MODUL 06-005-546

Kampagnen und Konzeptionstechnik (Ü)

Jeanne Link, M.A.

Donnerstag/Freitag, 09.15–12.45h (mit Pause), Raum 1.01, Nikolaistr. 27–29

Termine: Do 04.04., Do 18.04., Do 03.05. (einmalig per Zoom),
Do 16.05., Do 06.06., Do 27.06., Fr 28.06.2024

Einreichtermin für Prüfungsleistungen: 16. August 2024.
Prüfer/-innen: Jeanne Link, Prof. Ansgar Zerfaß

Thematik
Die Konzeption von Kampagnen ist eine zentrale Aufgabe im Kommunikationsmanagement. In diesem Seminar werden entsprechende Vorgehensweisen und 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. Zudem werden Grundlagen der Budget- und Zeitplanung vermittelt.

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

Einordnung und Leistungsnachweis
Im Modul „Kommunikationssteuerung und Planung“ (06-005-546) sind das Seminar „Management-Tools für die Unternehmenskommunikation“ (Zerfaß) und die Übung „Kampagnen und Konzeptionstechnik“ (Link) zu besuchen. Die Portfolioleistungen werden in Gruppen erbracht. Die Einteilung der Gruppen erfolgt vorab durch die Dozenten. Die Gruppen können nach der Vorstellung der Aufgaben für Seminar und Übung ihre Präferenzen angeben. Die Zuteilung erfolgt dann durch die Dozenten – falls die Zuteilung anhand der Wünsche nicht aufgeht, entscheidet das Los.

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

Büro
Nikolaistraße 27–29
D-04109 Leipzig

Post
Ritterstraße 24, IPF 165153
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
stratkomm@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Leistungsnachweis: Prüfungsleistung in diesem Modul ist ein Portfolio, das aus drei Teilen besteht:
(1) Beratungskonzept im Seminar „Management-Tools für die Unternehmenskommunikation“ (Gewichtung: 50%),
(2a) Präsentation in der Übung (Gewichtung: 25%), (2b) Kommunikationskonzept in der Übung (Gewichtung: 25%).
Alle Teilleistungen werden in Gruppenarbeit von jeweils 3–4 Studierenden erbracht. Die Gesamtnote für das Portfolio und damit für das Modul berechnet sich aus den Noten für die Teilleistungen des Portfolios in der genannten Gewichtung.

Die Präsentation umfasst die mündliche Darstellung der Grundideen eines Kommunikationskonzepts für einen Auftraggeber in einer Wettbewerbssituation (Pitch) im Umfang von 25 Minuten, unterstützt durch einen Chartsatz.

Das Kommunikationskonzept besteht aus:
a) einem Deckblatt mit Namen, Matrikelnummern und E-Mail-Adressen aller Bearbeiter/-innen, Inhaltsverzeichnis, unterzeichneter Selbständigkeitserklärung sowie Kennzeichnung des jeweiligen Beitrags der einzelnen Bearbeiter/-innen, der deutlich erkennbar sein muss,
b) einem umfassenden Chartsatz mit praxisorientierter Darstellung des Konzepts (max. 30 Folien); das Layout wird nicht vorgegeben,
c) einem fünfseitigen Management Summary des Konzepts zuzüglich Zeit- und Budgetplan und Literaturverzeichnis (Times New Roman, eineinhalbzeilige Absätze; Seitenrand rechts mindestens 2,5 cm).

Die Konzepte sind bis zum 16.08.2024 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 (Frau Link und Prof. Zerfaß) 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.

Zeitplan und Themen

Bis 03.04.2024	Information zur Gruppeneinteilung und zu den Aufgabenstellungen für die Übung (per E-Mail durch die Modulverantwortlichen)
04.04.2024	Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen *Jeanne Link* Diskussion der Literatur *Alle* *Alle Teilnehmer-/innen lesen vorab die im Moodle hochgeladene Literatur und notieren sich ihre Gedanken dazu in einem kurzen Response-Paper (max. 1 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 bis 2. April 2024 als PDF (Dateiname nach dem Muster: „Response_2024_Nachname.pdf“) per E-Mail an die Dozentin übermittelt.*
Bis 08.04.2024	Rückmeldung zu den präferierten Aufgaben in der Übung durch die Gruppen (per E-Mail an Frau Link); die Bekanntgabe der zugeteilten Aufgaben erfolgt vor der nächsten Sitzung
18.04.2024	Briefing zu den Fallstudien Es werden durch die Praxispartner vier praxisrelevante Aufgaben vorgestellt, die jeweils von zwei Gruppen bearbeitet werden.

	Praxispartner: Messe Leipzig, Stiftung Deutsche Depressionshilfe, Volkswagen Sachsen, Zentrum für Fachkräftesicherung und Gute Arbeit Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und erste Rücksprache zu den Fallstudien *Alle*
03.05.2024 online (Zoom)	Praxisbeispiel zur Konzeptionserstellung mit Fokus auf Budget- und Zeitplanung: "Kommunikationskampagnen planen und kalkulieren: Erfahrungen und Beispiele" *Michael Grupe, Vorstand, Fink & Fuchs AG, Wiesbaden / München / Berlin* Möglichkeit für gezielte Rückfragen zur Budget- und Zeitplanung Diskussion *Alle*
16.05.2024	Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und Rücksprache zu den Fallstudien *Die Gruppen stellen erste Analyseergebnisse und Ideen für die Konzeptionen vor und diskutieren dies mit der Dozentin. Dies geschieht in individuellen Terminen innerhalb der Seminarsitzung.*
06.06.2024	Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und Rücksprache zu den Fallstudien *Die Gruppen stellen erste Analyseergebnisse und Ideen für die Konzeptionen vor und diskutieren dies mit der Dozentin. Dies geschieht in individuellen Terminen innerhalb der Seminarsitzung.*
28.06.2024 29.06.2024	Pitch-Präsentation der Konzeptionen (alle Gruppen) *Die Gruppen präsentieren ihre Konzepte vor den jeweiligen Praxispartnern und allen Seminarteilnehmer/-innen und beantworten Rückfragen (25 + 20 Min je Gruppe). Das konstruktive Feedback unterstützt die Ausarbeitung der Konzepte im Nachgang.* *Alle* Evaluation der Lehrveranstaltung und Seminarabschluss *Alle*

Kontakt
Jeanne Link, M.A., jeanne.link@uni-leipzig.de

Moodle: https://moodle2.uni-leipzig.de/course/view.php?id=41899

Literatur zu Kampagnen und Konzeptionstechnik für das Response Paper
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); die Lektüre der Literatur dient der Vorbereitung zum Seminar:

Cornelissen, J. (2020). Communication strategy and strategic planning. In J. Cornelissen (Hrsg.), *Corporate communication. A guide to theory and practice* (6. Aufl., S. 109-132). Sage.

Nothhaft, H., & Bentele, G. (2022). Konzeption von Kommunikationsprogrammen in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

Röttger, U. (2022). Kommunikationskampagnen planen und steuern: Thematisierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

Ruler, B. van (2021). Communication planning: Agility is a game changer in strategy development. *International Journal of Strategic Communication, 15*(2), 113–125.

Weiterführende Literatur zu Zeit-/Budgetplanung

Gregory, A. (2020). Timescales and resources. In A. Gregory (Hrsg.), *Planning and managing public relations campaigns. A strategic approach* (5. Aufl., S. 250–276). Kogan Page.
Lutrell, R. M., & Capizzo, L. W. (2018). Key skills for implementing PR campaigns. In R.M. Lutrell & L.W. Capizzo, *Public relations campaigns. An integrated approach* (S. 149–165). Sage.
Ruler, B. van, & Körver, F. (2019). *The communication strategy handbook* (S. 112–113). Peter Lang.
Smith, R.D. (2021). Implementing the Strategic Plan. In R.D. Smith (Hrsg.), *Strategic planning for public relations* (6. Aufl., S. 416–435). Routledge.