



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

3. Juli 2019

**LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2019
BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT, 1. FS
MODUL 06-005-1127 Kommunikationsmanagement**

V Werbekommunikation

Dr. Nils S. Borchers

Mittwoch, 17:00 bis 19:00 Uhr, HS 6.
Beginn: 16.10.2019.

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, Umworbenen 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;
- 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.

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
zerfass@uni-leipzig.de
borchers@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Einordnung und Leistungsnachweis

Portfolio: jede/r Teilnehmende verfasst in Kleingruppen ein Vorlesungsprotokoll und präsentiert ein Impulsreferat.

Literatur

Die Pflichtliteratur zu dieser Vorlesung wird ab Anfang Oktober 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.

Kontakt

Hinweise zur Sprechstunde und zu den Kontaktdaten von Dr. Borchers sind unter www.communication-management.de verfügbar.