



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Universität Leipzig, IfKMW, IPF 165153 | Ritterstraße 24 | 04109 Leipzig

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

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Univ.-Prof. Dr. Christian P. Hoffmann
Univ.-Prof. Dr. Alexander H. Godulla
Prof. Dr. Cornelia Wolf

9. August 2019

LEHRVERANSTALTUNG WS 2019 / 2020

(S) Global Corporate Communications

MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT MODUL 6-005-537/-538 International Communication 1

Dozent: Prof. Dr. Christof Ehrhart

Blockseminar: Fr, 29.11.2019, 10:15 - 17:45 Uhr
Fr, 13.12.2019, 10:15 - 17:45 Uhr
Fr, 07.02.2020, 10:15 - 17:45 Uhr
Fr, 21.02.2020, 10:15 - 17:45 Uhr

Ort: Raum 1.01, Nikolaistraße 27-29, 04109 Leipzig

Beginn: 29. November 2019

Thematik

In diesem Seminar soll praxisorientiertes Wissen zu den Erfolgsfaktoren internationaler Unternehmenskommunikation vermittelt und entlang von internationalen Fallbeispielen erprobt werden. Hierzu werden vertiefend praxisorientierte Schlaglichter auf folgende Themengebiete gesetzt:

- Langfristige Kommunikationsstrategie,
- Taktische Kommunikationsplanung,
- Organisation der Kommunikation,
- Führungskultur im Kommunikationsmanagement.

Ziel ist es dabei, neben den grundsätzlichen fachlichen Anforderungen an exzellente Kommunikationsarbeit auch den sich entfaltenden fundamentalen Wandel internationaler Unternehmenskommunikation zu erkennen. Hierzu sollen auf der Grundlage ausgewählter Fachliteratur folgende Fragen behandelt werden:

- Wer braucht morgen noch Unternehmenskommunikation und wer macht Sie?
- Welchen Mehrwert stiftet die PR zukünftig?
- Wie gelingt PR in der digitalen Postmoderne?
- Erleben wir die Disruption oder die Evolution der PR?

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

Büro
Nikolaistraße 27–29
D-04109 Leipzig

Post
Ritterstraße 24, IPF 16153
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
stratkomm@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Methodik

Nachdem in der ersten Sitzung wesentliche Grundlagen der Praxis globaler Unternehmenskommunikation und Dimensionen des fundamentalen Wandels der Unternehmenskommunikation vermittelt wurden, sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf der Grundlage ausgewählter Fachliteratur (selbst ausgewählt oder aus Literaturliste) in einem zweiten Schritt eigene Ideen und Perspektiven – entlang der oben formulierten Fragestellungen – zu den Veränderungen in der globalen Unternehmenskommunikation entwickeln. Hierzu werden von Kommilitonen in der zweiten Sitzung eigene Positionen vorgestellt und dort gegen kritische Nachfragen aus dem Seminar verteidigt.

Schließlich stellt sich die Aufgabe, für eine strategische kommunikative Herausforderung – innerhalb des angegebenen Themenspektrums – in der Gruppe eine Lösung zu erarbeiten und während einer der beiden letzten Sitzungen zu präsentieren. Hierzu werden in der ersten Sitzung simulierte, aber realitätsnahe Fallbeispiele vorgestellt.

Einordnung und Leistungsnachweis/Prüfungsvorleistung

Die Prüfungsleistung setzt sich zusammen aus a) einer schriftlichen Ausarbeitung (Hausarbeit) zu der kommunikativen Lösung für das Fallbeispiel und b) der Präsentation zum Fallbeispiel im Seminar. Grundsätzliche Voraussetzungen des Leistungserwerbs sind durchgängige Anwesenheit und aktive Partizipation (hierzu zählt auch die Vorstellung eigener Positionen zum Wandel der Unternehmenskommunikation in der zweiten Sitzung). Der Abgabetermin für die schriftliche Ausarbeitung ist der **16.03.2019**.

Angesichts der Beschäftigung mit internationaler Unternehmenskommunikation werden alle Sitzungen der Veranstaltungen **auf Englisch** abgehalten.

Kontakt

christof.ehrhart@uni-leipzig.de

Literatur

In der Lehrveranstaltung wird auf Schlüsseltexte für spezifische Themen hingewiesen!

- Adorno, T.W. (1969). *Minima Moralia*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Anand, B. (2016). *The Content Trap*. New York: Random House.
- Arendt, H. (1991). *Elemente und Ursprünge totaler Herrschaft*. München: Piper.
- Arendt, H. (2015). *Vita activa*. 15. Auflage. München: Piper.
- Arthur W. Page Society (2007). *The Authentic Enterprise*. An Arthur Page Society Report. <https://page.org/thought-leadership/authentic-enterprise-report> Zugegriffen: 20. April 2019
- Barrett, F. (2012). *Yes to the Mess*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Barthes, R. (1964). *Mythen des Alltags*. Frankfurt a.M.: edition suhrkamp.
- Beiler, M. & Bigl, B. (2016) (Hrsg.). *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland*. München, Koblenz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Bell, D. (1975). *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Campus Verlag.

- Benjamin, W. (2013). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. 3. Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Bentele, G. (2008). Intereffikationsmodell. In: G. Bentele, R. Fröhlich, P. Szyska (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations* (S. 209-222). 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.
- Bergsdorf, W. (1980). *Die vierte Gewalt*. Mainz: Hase & Koehler.
- Bernays, E. (1952). *Public Relations*. Norman: University of Oklahoma Press.
- Bolten, J. (2007). *Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Bradley, A. & McDonald, M. (2011). *The Social Organization*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2016). *The Second Machine Age*. London: Norton.
- Buckley, C. (1994). *Thank you for Smoking*. New York: Random House.
- Burkhardt, S. (2006) (Hrsg.). *Medienskandale*. Herbert von Halem Verlag: Köln.
- Camus, A. (1959). *Der Mythos von Sisyphos*. Hamburg: Rowohlt.
- Carroll, C. (2011) (Hrsg.). *Corporate Reputation and the News Media*. New York, London: Routledge.
- Christensen, C. (2012). *How will you measure your life?* London: HarperCollins.
- Clarke, A.C. (1987). *2019-07-20. Ein Tag im 21. Jahrhundert*. Berlin: Ullstein.
- Coleman, J.S. (1995). *Grundlagen der Sozialtheorie. Band 1. Handlungen und Handlungssysteme*. 2. Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Collins, J. (2001). *From Good to Great*. New York: HarperCollins.
- Connolly, M. & Rianoshek, R. (2002). *The Communication Catalyst*. Chicago: Kaplan Publishing.
- Coupland, D. (1991). *Generation X*. Hamburg: Galgenberg Verlag.
- Crovitz, G. (2008). *Optimism and the Digital World*. In: Wall Street Journal, 21. April 2008. <http://www.wsj.com/articles/SB120873501564529841> Zugegriffen am 20. April 2019.
- Curtin, P. & Gaither, K. (2007). *International Public Relations*. London: Sage.
- Davis, M. (2011). *Miles*. New York: Simon & Schuster.
- Debord, G. (1996). *Die Gesellschaft des Spektakels*. Berlin: Edition Tiamat.
- Deekeling, E. & Arndt, O. (2006). *CEO-Kommunikation. Strategien für Spitzenmanager*. Frankfurt a.M.: Campus Verlag
- Deekeling, E. & Barghop, D. (2017) (Hrsg.). *Kommunikation in der digitalen Transformation*. Wiesbaden: SpringerGabler.
- Deneen, P. (2018). *Why Liberalism Failed*. New Haven & London: Yale University Press.
- De Pree, M. (2008). *Leadership Jazz*. New York: Bantam, Doubleday, Dell.
- Deutsch, K. (1973). *Politische Kybernetik*. 3. Auflage. Freiburg: Rombach Verlag.
- DeVito, C. (2012). *Coltrane on Coltrane*. Chicago: Chicago Review Press.
- Dick, P.K. (1968). *Do Androids Dream of Electric Sheep?* Garden City: Doubleday.
- Dottlich, D., Cairo, P., Rhinesmith, S. (2009). *Head, Heart & Guts*. Wiley & Sons: San Francisco.
- Dozier, D. (2016). *What's Wrong With Public Relations... And How It Might be Fixed*. Refereed paper presented to the 19th. Annual International Public Relations Research Conference, March 2-6, 2016, Miami Florida.
- Drucker, P. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Eberhardt, J. & Schwaiger, M. (2017). Managing corporate reputation: The impact of mass media news about corporate attributes on public opinion. In: Proceedings of the 2017 Winter AMA Conference, Orlando, USA.
- Edelmann Trust Barometer (2016). *Annual Global Opinion Leaders Study*. <https://www.edelman.com/research/2016-edelman-trust-barometer> Zugegriffen am 20. April 2019.
- Ehrhart, C. (2006). *Against Corporate Navel-Gazing*. In: Communication Director 4 (07), S. 30-33.
- Ehrhart, C. (2014). Internationale Unternehmenskommunikation. In: A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation*. 2. Auflage. S. 1333-1347. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

- Ehrhart, C. (2016). Kommunikationssteuerung in der Postmoderne. In: L. Rolke & J. Sass (Hrsg.), *Kommunikationssteuerung. Wie Unternehmenskommunikation in der digitalen Gesellschaft ihre Ziele erreicht*, S. 81-91. Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Ehrhart, C. (2017). Unternehmenskommunikation in der (digitalen) Postmoderne: Alles auf neu? In: E. Deekeling & D. Barghop (Hrsg.), *Kommunikation in der digitalen Transformation*, S. 34-45. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Feyerabend, P. (1986). *Wider den Methodenzwang*. 11. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Floridi, L. (2015). *Die 4. Revolution*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Flusser, V. (1998). *Kommunikologie*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Franzen, J. (2014). *Das Kraus-Projekt*. Hamburg: Rowohlt.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Freitag, A. & Stokes, A.Q. (2009). *Global Public Relations*. London, New York: Routledge.
- Freud, S. (2010). *Das Unbehagen in der Kultur*. Stuttgart: Reclam.
- Frey, C.B. & Osborne, M. (2013). *The Future of Employment: How susceptible are Jobs to Computerization?* Oxford: Oxford Martin Program on Technology and Employment. Working Paper.
- Friedman, T. (2005). *The world is flat. A brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Straus, Giroux.
- Friedman, T. (2016). *Thank you for being late*. New York: Farrar, Straus, Giroux.
- Galli Zugaro, E. (2017). *The Listening Leader*. Harlow: Pearson.
- Ghemawat, P. & Altmann, S. (2016). *DHL global connectedness index 2016*. Bonn: Deutsche Post DHL Group.
- Glaser, P. (1996). *24 Stunden im 21. Jahrhundert*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Goethe, J.W. v. (2006) [1819]. *West-östlicher Divan*. München: DTV.
- Goldin, I. & Kutarna, C. (2016). *Die zweite Renaissance*. München: Münchner Verlagsgruppe.
- Goleman, D. (1996). *Emotional Intelligence*. London: Bloomsbury.
- Graeber, D. (2018). *Bullshit Jobs*. Stuttgart: J.G. Cotta'sche Buchhandlung.
- Grenier, Jean (2015). *Die Inseln*. Freiburg/München: Karl Alber.
- Griese, N. (2001). *Arthur W. Page*. Atlanta: Anvil Publishers.
- Grunig, L. & Grunig, J. (2003). Public Relations in the United States. In: K. Sriramesh, & D. Verčič (Hrsg.), *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice* (S. 505-521). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Haagerup, U.. (2015). *Constructive News*. Salzburg: Verlag Oberauer.
- Habermas, J. (1996). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. 5. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hammersley, B. (2015). *Vortrag im Rahmen des Delphi Dialog von Deutsche Post DHL Group*. 25. November 2015. mimeo.
- Hayek, F.A. v. (1972). *Die Theorie komplexer Phänomene*. Tübingen: J.C.B. Mohr.
- Heath, C. & Heath, D. (2007). *Made to Stick*. New York: Random House.
- Heidegger, M. (2006). *Sein und Zeit*. 19. Aufagel. Tübingen: Max Niemeyer.
- Heller, J. (1971). *Catch 22*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Hesse, H. (1974) [1922]. *Siddharta*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hiesserich, J. & Weidenfeld, U. (2015). *Der CEO im Fokus*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Hillmann, K.-H. (1986). *Wertwandel*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Hondrich, K.O. (2001). *Der Neue Mensch*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Huizinga, J. (1975). *Herbst des Mittelalters*. 11. Aufagel. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.
- Huntington, S. (1996). *Kampf der Kulturen*. München, Wien: Europa Verlag.
- Ihlen, Ø, van Ruler, B, Fredriksson, M. (2009). *Public Relations and Social Theory*. New York: Routledge.
- Ivory, U. (1993). *Tue nur so und rede darüber*. Remagen-Rolandseck: Verlag Rommerskirchen.

- Jahoda, M., Lazarsfeld, P., Zeisel, H. (1975). *Die Arbeitslosen von Marienthal*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Jameson, E. (1958). *Der Zeitungsreporter*. Garmisch-Partenkirchen: Delios.
- Jarvis, J. (2014). *Ausgedruckt! Journalismus im 21. Jahrhundert*. Börsen-Medien: Kulmbach.
- Kant, I. (1986) [1871]. *Kritik der reinen Vernunft*. Stuttgart: Reclam
- Kahneman, D. (2011). *Schnelles Denken, Langsames Denken*. 4. Auflage, München: Siedler Verlag.
- Kelley, Tom (2008). *The Ten Faces of Innovation*. Croydon: Bookmarque.
- Keuper, F. & Becker J. (Hrsg.) (2013). *Leadership Reputation*. Berlin: Logos Verlag.
- Keynes, J.N. (1904). *The Scope and Method of Political Economy*. London: McMillan.
- Kleist, H.v. (1988) [1878]. *Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden*. Köln: infomedia.
- Klein-Böling, U. & Klewes, J. (2010). *Fernseher oder Lautsprecher*. München: Hanser Verlag.
- Klewes, J., & Zerfaß, A. (2011). *Strukturen und Prozesse in der Unternehmenskommunikation. Qualitative Studie zu Status und Trends in der Organisation der Kommunikationsfunktion in deutschen Konzernen*. Unveröff. Studienbericht. Düsseldorf: Heinrich-Heine-Universität, Universität Leipzig.
- Klewes, J., Popp, D. & Rost-Hein, Manuela (2017): *Managing the Digital Transformation: Ten Guidelines for Communications Professionals*. In J. Klewes, Dirk Popp & Manuela Rost-Hein (Hrsg), *Out-thinking Organizational Communications* (S. 187 – 195). Berlin: Springer Nature.
- Knop, C. (2015). *Gescheiterte Titanen*. Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Kondratjew, N.D. (1926). *Die langen Wellen der Konjunktur*. In: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, 56, S. 573-609.
- Krüger, U. (2013). *Meinungsmacht*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Kucklick, C. (2016). *Die granulare Gesellschaft*. 3. Auflage. Berlin: Ullstein.
- Kuhn, T.S. (1981). *Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen*. 5. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Kurzweil, R. (2005). *The Singularity is Near*. New York: Penguin.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H. (1944). *The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York, London: Columbia University Press.
- Leonhard, G. (2016). *Technology vs. Humanity*. Fast Future Publishing.
- Levine, F., Locke, C., Searls, D, et al. (2000). *The Cluetrain Manifesto. The End of Business as Usual*. New York: Basic Books.
- Lindstrom, M. (2016). *Small Data*. Kulmbach: Börsen Medien.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Luhmann, N. (1988). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. 2. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Lyotard, J.-F. (2012). *Das postmoderne Wissen*. 7.Auflage. Wien: Passagen Verlag.
- Machiavelli, N. (1986) [1532]. *Der Fürst*. Stuttgart: Reclam.
- Macnamara, J. (2016). *Organisational Listening*. Peter Lang: New York.
- Malik, F. (2016). *Führen. Leisten, Leben*. Frankfurt a.M., New York: Campus Verlag.
- McAfee, A. & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine Platform Crowd*, New York, London: Norton.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M. & Bruce, P. (1989). *The Global Village*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Mann, T. (1986). *Der Zauberberg*. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Maslow, A. (2014). *Motivation und Persönlichkeit*. 13. Auflage. Hamburg: Rowohlt.
- Mast, C. (2016). *TOPKOM 2016. Themenmanagement in der Unternehmens-kommunikation. Kurzbericht der Ergebnisse*, Stuttgart: Universität Hohenheim.
- Mau, S. (2017). *Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen*. Berlin: Suhrkamp.
- Mohn, R. (1986). *Erfolg durch Partnerschaft*. Berlin: Siedler Verlag.
- Morozov, E. (2013). *Smarte Neue Welt. Digitale Technik und die Freiheit des Menschen*. München: Karl Blessing.

- Nefiodow, L.A. (2007). *Der sechste Kontratieff*. (6. Auflage). Sankt Augustin: Rhein-Sieg-Verlag.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *Die Schweigespirale*. Piper: München.
- Oeckl, A. (1964). *Handbuch der Public Relations*. Süddeutscher Verlag: München.
- Oltmanns, T. & Brunowsky, R.-D. (2009). *Manager in der Medienfalle*. Köln: BrunoMedia.
- Orwell, George (1976). *Neunzehnhundertvierundachtzig*. 1202.-1252. Auflage. Frankfurt a.M., Berlin, Wien: Ullstein.
- Øyvind, I. & Verhoeven, P. (2009). Conclusions on the Domain, Context, Concepts, Issues and Empirical Avenues of Public Relations. In I. Øyvind, B. van Ruler, M. Fredriksson (Hrsg.), *Public Relations and Social Theory* (S. 323-340). New York: Routledge
- Page, A., De Forest, Arnold, H., Fletscher, H. et al. (1932). *Modern Communication*. Boston, New York: Houghton Mifflin.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble*. New York: Penguin Books.
- Parsons, T. (1971). *The System of Modern Societies*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Pearson, B. (2013). *Storytizing*. Austin: 1845 Publishing.
- Perniola, M. (2005). *Wider die Kommunikation*. Berlin: Merve Verlag.
- Phillips, R. (2015). *Trust me, PR is dead*. unbound: London.
- Pinker, S. (2018). *Enlightenment Now*. New York: Viking.
- Pirsig, R.M. (2015). *Zen und die Kunst ein Motorrad zu warten*. 34. Auflage, Frankfurt a.M.: Fischer.
- Platon (2017). *Der Staat*. Ditzingen: Reclam.
- Polanyi, K. (2013). *The Great Transformation*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Popper, K.R. (1992). *Die offene Gesellschaft und ihre Feinde*, Bd. 1 +2. 7. Auflage. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck)
- Postman, N. (1992). *Wir amüsieren uns zu Tode*. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Preusse, J. (2016). *Bausteine systemtheoretischer PR-Theorie*. Köln: Halem.
- Reckwitz, A. (2018). *Die Gesellschaft der Singularitäten*. Berlin: Suhrkamp.
- Rifkin, J. (2010). *Die empathische Gesellschaft. Wege zu einem globalen Bewusstsein*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Rifkin, J. (2011). *Die dritte industrielle Revolution: Die Zukunft der Wirtschaft nach dem Atomzeitalter*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Roam, D. (2013). *The Back of the Napkin*. New York: Portfolio / Penguin.
- Röpke W. (1979). *Maß und Mitte*. Bern: Haupt Verlag.
- Röttger, U., & Stahl, Janne (2015). *Karriere im Kommunikationsmanagement: Berufserwartungen der Kommunikationsexperten von morgen*. Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation.
- Rolke, L. & Sass, J. (2016) (Hrsg.). *Kommunikationssteuerung*. Berlin, Boston: Walter de Gruyter.
- Rosa, H. (2016). Resonanz. *Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Berlin: Suhrkamp.
- Rothenberger, L. (2018). *Gewalt ist die Botschaft*. In: prmagazin, 12/2018, S. 80 – 86.
- Rousseau, J.J. (2012) [1762]. *Der Gesellschaftsvertrag oder Grundsätze des politischen Rechts*. Köln: anaconda.
- Rüegg-Stürm, J. & Grand, S. (2015). *Das St. Galler Management-Modell*. 2. Auflage. Bern: Haupt.
- Saint-Exupéry, A. d. (2015) [1943] . *Der kleine Prinz*. Köln: Anaconda Verlag.
- Sarte, J.-P. (1967). *Kritik der dialektischen Vernunft*. Hamburg: Rowohlt.
- Schlinkert, R. & Raffelhüschen, B. (2015). *Deutsche Post Glücksatlas 2015*. München: Albrecht Knaus Verlag.
- Schmidt, E. & Cohen, J. (2013). *Die Vernetzung der Welt*. Hamburg: Rowohlt.
- Scoble, R., & Israel, S. (2006). *Naked Conversations. How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers*. Hoboken: Wiley.
- Schwaiger, M, Eberhardt, J., Mahr, S. (2015). Corporate Reputation als optimale Steuerungsgröße für die Unternehmenskommunikation. In: F.R. Esch, T. Langner, M. Bruhn (Hrsg.): *Handbuch Controlling der Kommunikation*, (S. 1-20), Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Seidman, D. (2007). *How*. New York: Wiley.

- Silver, N. (2012). *The Signal and the Noise*. New York: Penguin.
- Simic Brønn, P., Romenti, S., Zerfass A. (2016) (Hrsg.). *The Management Game of Communication*. Bingley: Emerald.
- Six, U., Gleich, U., Gimmler, R. (2007) (Hrsg.). *Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie*. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.
- Smith, A. (2004). *Theorie der ethischen Gefühle*. Übers. u. Hrsg. Von Walther Eckstein. Hamburg: Felix Gmeiner.
- Snow, C.P. (1998). *The Two Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sriramesh, K., Zerfass, A., Kim, J.-N (2013). *Public Relations and Communication Management*. New York, London: Routledge.
- Sternberger, D, Storz, G, Süskind, W.E. (1968). *Aus dem Wörterbuch des Unmenschen*. Nach der erweiterten Ausgabe. 1967, 3. Auflage 1968. Frankfurt a.M., Berlin: Ullstein.
- Stöber, R. (2013). *Neue Medien. Geschichte*. Bremen: edition lumière.
- Stroh, W. (2011). *Die Macht der Rede*. Berlin: List.
- Susskind, R. & Susskind, D. (2015). *The Future of the Professions*. Oxford: Oxford University Press.
- Swart, T., Chisholm, K., Brown, P. (2015). *Neuroscience for Leadership*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Szyska, P. (2017). *Beziehungskapital. Akzeptanz und Wertschöpfung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Tench, R. & Yeomans, L. (2017) (Hrsg.). *Exploring Public Relations*. 4. Auflage. Harlow: Pearson.
- Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A. et al. (2017). *Communications Excellence. How to develop, manage and lead wxceptional communications*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Tolkien, J.R.R. (2012). *Der Herr der Ringe, Band 2. Die Zwei Türme*, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Tomic, Valentina (2011). *Theorien des Sozialkapitals von Bourdieu, Coleman und Putnam. Ein systematischer Vergleich*. Norderstedt: Grin.
- Tönnies, F. (1922). *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Springer.
- Türcke, C. (2002). *Erregte Gesellschaft*. München: C.H. Beck.
- Turing, A. (1950). *Computing Machinery and Intelligence*. In *Mind*, LIX (236), S. 433-460.
- Ulfkotte, U. (2014). *Gekaufte Journalisten*. Kopp Verlag: Rottenburg.
- Valery, P. (1987). *Cahiers/Hefte*. Hrsg. von H. Köhler u. J. Schmidt-Radefeldt, Bd. 1. Frankfurt a.M.: Fischer Verlag.
- Vahs, D. (2009). *Organisation*. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Virilio, P. (2015). *Rasender Stillstand*. 5. Auflage. Frankfurt a.M.: Fischer Verlag.
- Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online*. *Science*, Vol. 359, Issue 6380, S. 1146-1151.
- Waller, D. & Younger, R. (2017). *The Reputation Game*. London: OneWorld.
- Watzlawick, P. (1976). *Wie wirklich ist die Wirklichkeit?* München: Piper.
- Weber, M. (1988). *Wissenschaft als Beruf*. In: Johannes Winckelmann (Hrsg.): Max Weber. *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre* (S. 582 – 613). 7. Auflage. Tübingen: J.C.B. Mohr
- Wersig, G. (1989). *Organisations-Kommunikation*. Baden-Baden: FBO-Verlag.
- Winckelman, J. (1988) (Hrsg.). *Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 7. Aufl. Tübingen: J.C.B.Mohr.
- Winkler, H. A. (2014). *Geschichte des Westens. Vom Kalten Krieg zum Mauerfall*. München: C.H. Beck.
- Wittgenstein, L. (1963). *Tractatus logico-philosophicus*. Frankfurt a.M.: edition Suhrkamp.
- Wolfe, T. (2008). *Fegefeuer der Eitelkeiten*. 5. Auflage Hamburg: Rowohlt.
- Zedtwitz-Arnim, G.-V. v. (1961). *Tu Gutes und rede darüber. Public Relations für die Wirtschaft*. Berlin u.a.: Ullstein.
- Zerfaß, A., Bentele, G., Schwalbach, J. et. al. (2013). *Untnehmenskommunikation aus der Sicht von Vorständen und Kommunikationsmanagern – Ein empirischer Vergleich*. Leipzig: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation.

- Zerfaß, A., Ehrhart, C., & Lautenbach, C. (2014). Organisation der Kommunikationsfunktion: Strukturen, Prozesse und Leistungen für die Unternehmensführung. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (S. 987-1010). Wiesbaden: Springer Fachmedien
- Zerfaß, A., & Kiesenbauer J. (2014). *Strategen, Visionäre und Netzwerker der Unternehmenskommunikation*. Münster: MV-Wissenschaft.
- Zerfaß A., Verhoeven, P., Tench, R. et al. (2014). *European Communication Monitor 2014. Exploring trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. Results of a Survey in 43 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin.
- Zuboff, S. (2018). *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt, New York: Campus.