



**LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2020/21
BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT
1. FACHSEMESTER**

**06-005-1127 Grundlagenmodul Ib Kommunikationsmanagement
Ü Strategische Kommunikation: Werbekommunikation**

Jens Hagelstein, M.A.

Mittwoch, 17:00 bis 19:00 Uhr, digital über Zoom
Beginn: 28. Oktober 2020

Thematik und Inhalt

Die moderne 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.

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- (gesamtgemeinschaftliche 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.

23. August 2020

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft
Lehrstuhl für
Strategische Kommunikation
Nikolaistr. 27-29
04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35751

E-Mail
jens.hagelstein@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Postfach intern
165153

Methodik und Ablauf

Die Veranstaltung beginnt am 28. Oktober mit einer einführenden Sitzung auf der Videoplattform Zoom. Die Einladung hierzu mit den nötigen Login-Daten wird vorab allen Veranstaltungsteilnehmer*innen per E-Mail an die studentische E-Mail-Adresse zugesandt.

Vor jeder Sitzung sind unbedingt das jeweilige Input-Video anzusehen (ca. 30 Minuten Dauer) und die Lektüre gründlich vorzubereiten. Beides wird über die Online-Lernplattform Moodle bereitgestellt.

In den einstündigen, interaktiven Live-Sessions zum Sitzungstermin werden die wichtigsten Inhalte des Input-Videos zusammengefasst und um zusätzlichen Stoff ergänzt, Fragen beantwortet und Diskussionen geführt.

Leistungsnachweis

Das in der Übung erworbene Wissen wird am Ende des Semesters in Form eines schriftlichen Tests (Multiple-Choice-Format; in Präsenz) geprüft.

Kontakt

Hinweise zur Sprechstunde und zu den Kontaktdaten von Jens Hagelstein sind unter www.communicationmanagement.de verfügbar.