



**LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2021/22
BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT
1. FACHSEMESTER**

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

Jens Hagelstein, M.A.

Mittwoch, 17:15 bis 18:45 Uhr, Hörsaal 6
Beginn: 13. Oktober 2021

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:
Mikro (einzelne Akteure), Meso (Organisationen) und Makro (gesamtgesellschaftliche Implikationen);
- mit verschiedenen Erkenntnisinteressen:
kommunikationswissenschaftlich, soziologisch, betriebswirtschaftlich, psychologisch und rechtlich;
- in verschiedenen Handlungsrollen:
Auftraggeber, Produzenten, Distributoren, Umworbene und Kritiker.

Nach erfolgreichem Besuch dieser Vorlesung werden Sie so in der Lage sein,

- die grundlegenden Konzepte und Theorien der Werbeforschung zu verstehen und für Ihre 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 Umworbene mit Werbebotschaften sowie die Wirkungsweise der Botschaften zu erklären;
- die gesellschaftliche Bedeutung der Werbung kritisch zu reflektieren;
- die künftige Entwicklung der Werbewirtschaft abzuschätzen.

18. August 2021

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 Mittwoch, den 13. Oktober mit einer einführenden Präsenzsitzung, für die nichts vorzubereiten ist.

Vor jeder weiteren Präsenzsitzung sind unbedingt das jeweilige Input-Video anzusehen (ca. 30 Minuten Länge) und die übungsbegleitende Lektüre vorzubereiten. Beides wird über die Online-Lernplattform Moodle bereitgestellt. Die Zugangsdaten hierfür werden in der Einführungssitzung bekanntgegeben.

In den Präsenzsitzungen am Mittwoch werden dann die wichtigsten Inhalte der Input-Videos zusammengefasst und um zusätzlichen Stoff ergänzt, Fragen beantwortet und Diskussionen geführt.

Sollte aufgrund der pandemischen Situation kurzfristig keine Präsenzlehre mehr möglich sein, werden die Sitzungen am Mittwoch über die Videoplattform Zoom stattfinden. In diesem Fall erhalten alle Veranstaltungsteilnehmer*innen die hierzu nötigen Login-Daten per Mail an die studentische E-Mail-Adresse.

Leistungsnachweis

Das im Modul erworbene Wissen wird in Form eines Portfolios (bestehend aus zwei schriftlichen Einzelleistungen) geprüft. Die Prüfung findet am Dienstag, den 15. Februar 2022 von 10:00 bis 11:00 Uhr online statt.

Kontakt

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