

Modulübersicht

des Hochschulzertifikats

Public Relations

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Deines Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten kannst. Sie vermitteln Dir umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern des Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Dich im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien kannst Du Dich interaktiv mit Deinen Dozierenden austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung allein oder in der Gruppe bearbeitest, lernst Du, wie Du Dein theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen kannst. In unserem Online-Campus hast Du die Möglichkeit, Dich mit Deinen Kommiliton:innen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder Dich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexpert:innen sowie Deinen Kommiliton:innen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Du hast Fragen oder wünschst ergänzende Informationen zu der folgenden Modulübersicht?
Rufe uns unter der Telefonnummer +49 211 86668 0 an. Wir freuen uns auf Dich!

Strategisches Kommunikationsmanagement (5 Credit Points)

- Kommunikation und Wertschöpfungsmanagement
- Strategische Analyse und Strategiebewertung
- Strategische Kommunikationsplanung
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Wirtschaft
- Strategische Kommunikation im Handlungsfeld Politik
- Konzepte der integrierten Marketing- und Unternehmenskommunikation
- Strategisches Kommunikationscontrolling

Prüfungsleistung: Hausarbeit (ca. 15 Seiten)

Kommunikationswissenschaften (5 Credit Points)

- Selektionskriterien und -mechanismen in der Informationsauswahl
- Kommunikatorforschung
- Rezipientenforschung
- Medienwirkungsforschung
- Politologische Aspekte der Kommunikationswissenschaft
- Status von Massenmedien in der Kommunikationsforschung
- Journalistische Darstellungsformen
- Journalistische Arbeitstermine (z. B. Pressekonferenz, Fototermin, Kamingespräch)
- Grundprinzipien der PR-Arbeit

Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten)

Operatives Kampagnenmanagement (5 Credit Points)

- Kampagnenmanagementsysteme – Anforderungen, Bewertung, Integration
- Effizientes Kampagnenmanagement (Zielgruppe, Medium, Aktion, Aktivität, Kampagne)
- Einsatz taktischer Kommunikationsmaßnahmen
- Besonderheiten in der Führung digitaler Kampagnen und Kommunikationsmaßnahmen (Management von Multiscreen-Kampagnen, „open end campaigning“ etc.)
- Kampagnenmanagement innerhalb eines CRM-Systems
- Trends im Medienmanagement

Prüfungsleistung: Klausur (120 Minuten)

Crossmedia-Produktion und -Management. Storytelling, Content-Produktion und Texten für Online-Medien (5 Credit Points)

- Crossmediale, transmediale und multimediale Welten
- Planung, Konzeption und Realisation crossmedialer Projekte
- Content-Management und Content-Management-Systeme, inkl. Websiteerstellung mit WordPress o. ä.
- Crossmediales Storytelling und interdisziplinäre Content-Produktion mit Schwerpunkt auf das suchmaschinenoptimierte Texten für Online-Medien
- Vertiefung relevanter Aspekte aus Rezipienten- und Marktforschung
- Praktische Aspekte von Urheber- und Persönlichkeitsrecht und ferner auch von Markenrecht und -schutz

Prüfungsleistung: Studienarbeit (180 Minuten)