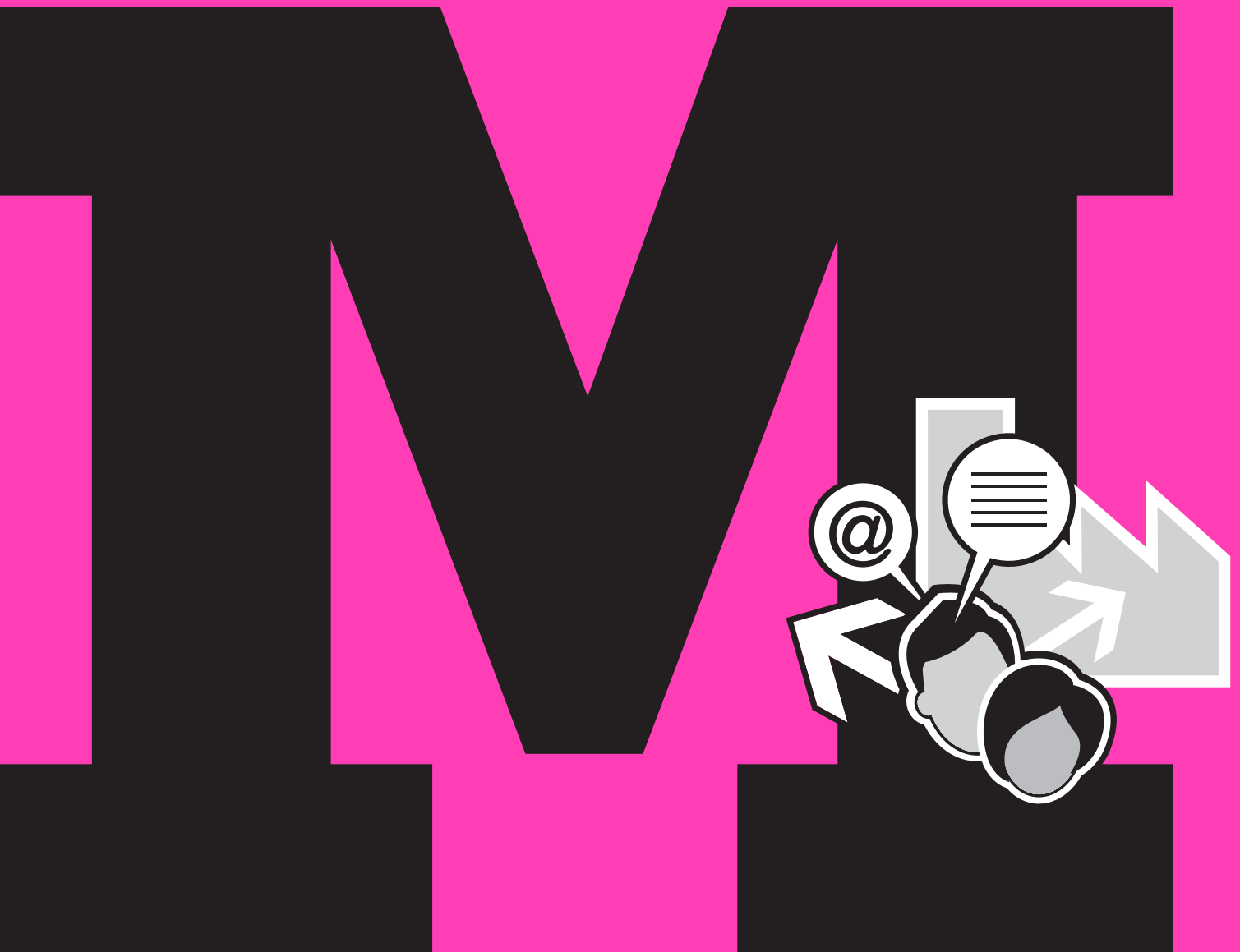




MODULHANDBUCH

ab Sommersemester 2019

WEITERBILDENDER MASTERSTUDIENGANG UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND RHETORIK



Modul 1/UKR_M01: Grundlagen der Wirtschafts- und Organisationsrhetorik, Kommunikationsmanagement

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
1. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Wintersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Fernlehrmodul	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Bearbeitung der Einsendeaufgaben • Hausarbeit 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dr. Karin Kröninger	
Inhalte des Moduls			
<p>Wirtschaftsrhetorik nennt man die sektorale Rhetorik, die lehrt, Kommunikationsprozesse innerhalb und außerhalb von Unternehmen zu gestalten, schriftlich und mündlich, medial und unmedial. Wenn man Verwaltungen und Non-Profit-Organisationen mit einbezieht, dann erweitert sich die Wirtschafts- zur Organisationsrhetorik. Das Modul führt in das Gebiet ein und vermittelt Grundkenntnisse, u.a. auch für einen kritischen Umgang mit der uferlosen Ratgeberliteratur und den Angeboten im Internet.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Konzepte zu Projektmanagement, Change Management oder Organisationskultur werden in die Organisationsrhetorik einbezogen.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden Grundkenntnisse der Organisationsentwicklung, Betriebspsychologie, Führungskonzepte, Managementtheorien usw., insbesondere in Bezug auf alle Aspekte von Kommunikation in und zwischen Organisationen und entwickeln analytische und konzeptionelle Kompetenzen in diesem Bereich.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
<p>Das didaktische Konzept beruht auf der Leitvorstellung eines angeleiteten Selbststudiums. Dies umfasst das Lesen und Verstehen des Lehrmaterials, Bearbeitung der Übungsaufgaben und eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten. Das Gerüst des Moduls bilden nach den Prinzipien der Fernstudiendidaktik gestaltete Fernstudientexte und Zusatzmaterialien in gedruckter und gebundener Form, die auch über die E-Learning-Plattform des Studiengangs elektronisch abgerufen werden können. Übungsaufgaben in den Studienunterlagen vertiefen die bearbeiteten Inhalte und bereiten auf die Bearbeitung der Einsendeaufgaben und Hausarbeit vor.</p>			
Art der Prüfung		Hausarbeit	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Literatur			
Die Literaturliste findet sich im Lehrbrief sowie auf der E-Learning-Plattform.			
Verwendbarkeit des Moduls		Es besteht ein enger inhaltlicher Zusammenhang mit den weiteren Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“, da es sich um eine grundlegende Einführung in die Thematik handelt.	

Modul 2/UKR_M02: Klassische Rhetorik und rhetorische Basiskompetenzen

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
1. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Wintersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Fernlehrmodul	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Bearbeitung der Einsendeaufgaben • Hausarbeit 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Prof. Dr. Peter Riemer	
Inhalte des Moduls			
<p>Die antike Rhetorik und ihre Entwicklung in der europäischen Bildungsgeschichte ist nicht nur von historischem Interesse. Ihre Lehre von den genera (Redearten), officia (Aufgaben des Redners) und partes orationis (Redeaufbau) ist noch immer gültig, Quintilians ‚institutio oratoria‘ ist das beste Rhetoriklehrbuch im Handel.</p> <p>Das Modul vermittelt die Kenntnis wichtiger Konzepte der klassischen Rhetorik wie Ethos, Pathos, Logos, Topik, Dialektik, Argumentatio, Elocutio (sprachliche Gestaltung) und Actio/Pronuntiatio (sprecherischer und körperlicher Ausdruck).</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden auf der Grundlage der Geschichte der Rhetorik seit der Antike differenzierte Kenntnisse rhetorischer Basiskonzepte und entwickeln analytische, kritische und konzeptionelle Kompetenzen als Voraussetzung für die folgenden Praxismodule.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
<p>Das didaktische Konzept beruht auf der Leitvorstellung eines angeleiteten Selbststudiums. Dies umfasst das Lesen und Verstehen des Lehrmaterials, Bearbeitung der Übungsaufgaben und eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten. Das Gerüst des Moduls bilden nach den Prinzipien der Fernstudiendidaktik gestaltete Fernstudientexte und Zusatzmaterialien in gedruckter und gebundener Form, die auch über die E-Learning-Plattform des Studiengangs elektronisch abgerufen werden können. Übungsaufgaben in den Studienunterlagen vertiefen die bearbeiteten Inhalte und bereiten auf die Bearbeitung der Einsendeaufgaben und Hausarbeit vor.</p>			
Art der Prüfung		Hausarbeit	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Literatur			
<p>Die Literaturliste findet sich im Lehrbrief sowie auf der E-Learning-Plattform.</p>			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Das Basiswissen dieses Moduls ist Voraussetzung für die Bewältigung komplexer Kommunikationskompetenzen in den folgenden Modulen.</p>	

Modul 3/UKR_M03: Formen des Gesprächs

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
1. Fachsemester	125 Stunden	Jährlich im Wintersemester	5 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Präsenzseminar (Freitag bis Sonntag)	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme an der Präsenzphase • Portfolio 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dr. Thomas Pietzsch	
Inhalte des Moduls			
<p>Dieses Modul behandelt die realdialogischen Formen mündlicher Face-to-Face-Kommunikation, unter Einbeziehung unterschiedlicher sozialpsychologischer Konzepte (Gruppendynamik, Moderationsmethoden etc.). Es geht um produktive Teilnahme an und Leitung von Gesprächsprozessen unterschiedlichen Typs in und zwischen Organisationen und in der Öffentlichkeit</p> <p>- Gespräche mit Dominanz der personalen Dimension: Konfliktgespräche mit Mitarbeitern, Beratungsgespräche (auch in der ärztlichen Praxis), Einstellungsgespräche etc.</p> <p>- Gespräche mit Dominanz der sachlichen Dimension: Teamgespräche, Besprechungen, Konferenzen, Verhandlungen, Verkaufsgespräche etc.</p> <p>Das Modul geht auch auf Mediennutzung in Besprechungen und Teamgesprächen ein. Ebenso auf medial vermittelte Gespräche (Standardtelefonie, Skype etc.). Was Call-Center-Telefonie angeht, so geht es um eine Beurteilungs- und Supervisionskompetenz der Führungskräfte.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>Dieses Modul entwickelt die Gesprächs- und die Gesprächsleitungsfähigkeit der Studierenden nicht nur durch die Vermittlung von Wissen über und Analysekompetenz für unterschiedlichste Gesprächsformen (siehe Modulinhalt), sondern vor allem durch Selbsterfahrungsprozesse, Feedback und Selbstreflexion, sodass die Studierenden die Fähigkeit erwerben, ihre kommunikative Kompetenz selbstständig weiterzuentwickeln.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Die Lehr-/Lerninhalte werden in einer Blockveranstaltung in Präsenzform vermittelt.			
Art der Prüfung		Portfolio	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
Es findet ein dreitägiges Präsenzseminar statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.			
Literatur			
Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M02 • UKR_M06 • UKR_M08 • UKR_M09 • UKR_M10 • UKR_M11 	

Modul 4/UKR_M04: Formen der Rede

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
2. Fachsemester	125 Stunden	Jährlich im Sommersemester	5 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Präsenzseminar (Freitag bis Sonntag)	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme an der Präsenzphase • Präsentation 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dr. Thomas Pietzsch	
Inhalte des Moduls			
<p>In diesem Modul geht es um alle virtuell-dialogischen Formen mündlicher Face-to-Face-Kommunikation in Organisationen. 'Virtuell -dialogisch' bedeutet, dass zwar eine Person zu einer anderen Person oder mehreren oder vielen spricht, ohne dass die Rednerrolle real wechselt, aber die Rede nicht als Monolog ohne Zuhörer konzipiert ist, sondern der Adressat - virtuell – in die Rede dialogisch hineingenommen wird.</p> <p>Es geht hier außer um Stichwortmethoden auch um Präsentationsformate, insbesondere PowerPoint, die bei fast jedem Vortrag, jeder Präsentation, Vorlesung usw. stereotyp benutzt werden. Das Modul entwickelt die Kompetenz, Visualisierungen adäquat einzusetzen im Sinne der rhetorischen ‚demonstratio ad oculos‘, nicht als Textdopplung des Geredeten.</p> <p>Formen sind auch hier unterschieden durch Dominanz des personalen Aspekts (Grußworte, Trauerreden, Glückwünsche, Jubiläumsansprachen etc.) oder des sachlichen Aspekts (Sachvorträge, Statements, Instruktionen, Präsentationen) sowohl organisationsintern als auch zwischen Organisationen und in der Öffentlichkeit.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>Dieses Modul entwickelt die Redefähigkeit der Studierenden nicht nur durch die Vermittlung von Wissen über und Analysekompetenz für unterschiedliche Redeformen (siehe Modulinhalt), sondern vor allem durch Selbsterfahrungsprozesse, Feedback und Selbstreflexion, sodass die Studierenden die Fähigkeit erwerben, ihre kommunikative Kompetenz selbstständig weiterzuentwickeln.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Die Lehr-/Lerninhalte werden in einer Blockveranstaltung in Präsenzform vermittelt.			
Art der Prüfung		Präsentation	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
Es findet ein dreitägiges Präsenzseminar statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.			
Literatur			
Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M06 • UKR_M08 • UKR_M09 • UKR_M10 • UKR_M11 	

Modul 5/UKR_M05: Textproduktion und -rezeption. Rhetorisches Schreiben und Lesen

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
2. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Sommersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Fernlehrmodul	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Bearbeitung der Einsendeaufgaben • Hausarbeit 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dr. Karin Kröninger	
Inhalte des Moduls			
<p>Rhetorik ist seit ihren Anfängen immer auch schriftlich: die sophistischen Logographen waren die ersten Ghostwriter. Zu diesem Modul gehört darum auch eine Einführung ins Redenschreiben (mit einer Anwendung der Stichwortmethoden aus Modul 4). Gegenstand sind ferner alle Textsorten, die in Organisationen vorkommen können, von Protokollen über Vermerke und E-Mails bis zu Berichten und Werbebroschüren. Immer häufiger sind solche Texte elektronisch. Textgestaltung von Internetauftritten und in Social Media wird in späteren Modulen vertieft behandelt. Das Modul vermittelt auch eine Methode zur exakten Messung der sprachlichen Textverständlichkeit.</p> <p>Es geht auch um visuelle Textgestaltung (Layout, Schriftarten, Graphische Gliederung, Text- und Bild-Komposition etc.); hier ist ein Bezug zu den Modulen 8 und 9 gegeben, denn auch der Internetauftritt und die Social-Media-Kommunikation sind von optimaler visuell-graphischer Textgestaltung abhängig.</p> <p>Die Rhetorik hat in ihrer Geschichte die Regeln der Textproduktion immer auch analytisch genutzt. In diesem Sinne vermittelt das Modul Kompetenzen zur Textrezeption, wobei moderne Forschungen zu Lesestrategien einbezogen werden, insbesondere unter Beachtung der besonderen Anforderungen des Lesens am Bildschirm.</p> <p>Zu den Inhalten gehören auch die Möglichkeiten elektronischer automatischer Textgenerierung und Textanalyse, ebenso der Umgang mit Diktierprogrammen.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
Dieses Modul vermittelt die Kenntnisse und Fertigkeiten, die nötig sind, damit die Studierenden in der Lage sind, die unterschiedlichen Textsorten (vgl. Inhalte der Modulbeschreibung) produktiv und rezeptiv-analytisch-kritisch zu bewältigen, d.h. selbst zu beherrschen und Mitarbeiter anleiten und kontrollieren zu können.			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Das didaktische Konzept beruht auf der Leitvorstellung eines angeleiteten Selbststudiums. Dies umfasst das Lesen und Verstehen des Lehrmaterials, Bearbeitung der Übungsaufgaben und eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten. Das Gerüst des Moduls bilden nach den Prinzipien der Fernstudiendidaktik gestaltete Fernstudientexte und Zusatzmaterialien in gedruckter und gebundener Form, die auch über die E-Learning-Plattform des Studiengangs elektronisch abgerufen werden können. Übungsaufgaben in den Studienunterlagen vertiefen die bearbeiteten Inhalte und bereiten auf die Bearbeitung der Einsendeaufgaben und Hausarbeit vor.			
Art der Prüfung		Hausarbeit	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Literatur			
Die Literaturliste befindet sich im Lehrbrief sowie auf der E-Learning Plattform.			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M04 • UKR_M06 • UKR_M08 • UKR_M09 	

Modul 6/UKR_M06: Journalistische Grundlagen und Corporate Media

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeteilte ECTS-Punkte
2. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Sommersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Teilnahme	
Deutsch	Asynchrones Online-Seminar & Präsenzseminar (Freitag bis Samstag)	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme am asynchronen Online-Seminar • Verpflichtende Teilnahme an der Präsenzphase • Fallstudie 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dipl. Psych. Tobias Geissner-Donth	
Inhalte des Moduls			
<p>In diesem Modul geht es um professionelle journalistische Kompetenzen, die Voraussetzung für Corporate Media sind. Das Modul behandelt journalistische Formate, Bauformen, Textsorten, Produktionsbedingungen etc. in den klassischen Medien (Print, Radio, TV) und im Internet, ebenso die medien-politischen Hintergrundbedingungen. Konzepte von Corporate Media sind dazu komplementär zu entwickeln. Das Modul beinhaltet auch journalistische Basiskompetenzen in Recherche, Moderation, Interview, Schreiben für's Hören, Freiformulieren mit Stichwortzettel etc.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>Hier erwerben die Studierenden grundlegendes journalistisches Wissen zur Anwendung für Corporate Media und entwickeln praktische Kompetenzen des medienbezogenen Sprechens und Schreibens. (Anwendung der Fähigkeiten aus Modul 3,4,5.) Sie erwerben auch die Fähigkeit, Medienkonzepte zu entwickeln.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
<p>Die Lehr-/Lerninhalte werden in einem asynchronen Online-Seminar und in einer Blockveranstaltung in Präsenzform vermittelt.</p>			
Art der Prüfung		Fallstudie	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
<p>Es finden ein dreiwöchiges asynchrones Online-Seminar und ein zweitägiges Präsenzseminar (Freitag bis Samstag) statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.</p>			
Literatur			
<p>Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.</p>			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M03 • UKR_M04 • UKR_M05 • UKR_M07 • UKR_M08 	

Modul 7/UKR_M07: Internetauftritt

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
3. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Wintersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Asynchrones Online-Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme am asynchronen Online-Seminar • Hausarbeit 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dipl. Psych. Tobias Geissner-Donth	
Inhalte des Moduls			
<p>Das Modul zielt darauf, die Internet-Auftritte von Unternehmen, Verwaltungen und Non-Profit-Organisationen so zu gestalten, dass Besucher einen optimalen Eindruck und vollständige Information erhalten. Es baut auf den Modulen 3, 4, 5, 6 auf und entwickelt zusätzlich die Kompetenz, den Seitenaufbau besucherfreundlich zu gestalten, Links funktional zu integrieren, letztlich den Internetauftritt so zu gestalten, dass Telefon- und Face-to-Face-Kontakte und Schriftverkehr nur noch für nicht-standardisierbare Themen nötig werden.</p> <p>Die Module 3, 4, 5 und 6 sind hier Grundlage für professionell gestaltete Pod- und Videocasts, Blogs und andere journalistische Formate (mit Übergängen zu Modul 9).</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden grundlegendes Wissen für die Konzeption von Internetauftritten und die Beurteilung solcher Konzepte im Sinne der oben beschriebenen Modulinhalte. Insbesondere lernen sie, die Kompetenzen aus den Modulen 3 bis 6 für die Konzeption, Gestaltung und Beurteilung des Internetauftritts anzuwenden.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Die Lehr-/Lerninhalte werden in einem asynchronen Online-Seminar vermittelt.			
Art der Prüfung		Hausarbeit	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
Es findet ein fünfwöchiges asynchrones Online-Seminar statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.			
Literatur			
Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M03 • UKR_M04 • UKR_M05 • UKR_M06 • UKR_M08 • UKR_M09 	

Modul 8/UKR_M08: Social Media Rhetorik

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
3. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Wintersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Asynchrones Online-Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme am asynchronen Online-Seminar • Fallstudie 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Raoul Thill	
Inhalte des Moduls			
<p>Zwar muss auch ein Internetauftritt ständig gepflegt werden, aber im Vergleich zu sozialen Netzwerken ist er eher statisch. Hier sind die Grundlagen aus Modul 6 formatspezifisch weiterzuentwickeln. Insbesondere muss der Auftritt von Unternehmen und Organisationen deutlich anders gestaltet werden als die private Präsenz. Gerade wegen der hochgradigen Personalisierung in sozialen Netzwerken gilt es hier, eine rhetorische Balance zwischen ‚personaler‘ (sofern man bei Unternehmen davon reden kann!) und sachlicher Dimension zu gestalten.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden alle grundlegenden Kenntnisse für die erfolgreiche Gestaltung der Präsenz von Unternehmen und Organisationen in sozialen Netzwerken, für die Konzeption dieser Präsenz und für die Beurteilung solcher Konzepte. Insbesondere werden die Grundlagen aus Modul 5 und 6 spezifisch weiterentwickelt.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Die Lehr-/Lerninhalte werden in einem asynchronen Online-Seminar vermittelt.			
Art der Prüfung		Fallstudie	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
Es findet ein fünfwöchiges asynchrones Online-Seminar statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.			
Literatur			
Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M05 • UKR_M06 • UKR_M07 • UKR_M11 	

Modul 9/UKR_M09: Interkulturelle Kommunikation

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeteilte ECTS-Punkte
3. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Wintersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Asynchrones Online-Seminar & Präsenzseminar (Freitag bis Samstag)	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme am asynchronen Online-Seminar • Verpflichtende Teilnahme an der Präsenzphase • Hausarbeit 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Dr. Elisabeth Venohr	
Inhalte des Moduls			
<p>Dieses Modul behandelt interkulturelle Kommunikation in mehrfacher Hinsicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zwischen Unternehmen und Organisationen unterschiedlicher Herkunftssprachen - zwischen Unternehmen und Organisationen aus verschiedenen Ländern gleicher Sprache (Deutschland-Schweiz-Österreich; Großbritannien-Irland-USA-Australien usw.) - innerhalb von multinationalen Unternehmen - innerhalb von internationalen Organisationen <p>Es wird auch die Problematik von Englisch als Lingua franca thematisiert. Das Modul sensibilisiert auch für die Probleme der Kommunikation zwischen Unternehmen und Organisationen gleicher Nationalität, aber mit sehr verschiedenen Unternehmens-, bzw. Organisationskulturen.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kenntnisse aller Aspekte interkultureller Kommunikation im Sinne der oben beschriebenen Modulinhalte. Die Studierenden entwickeln vor allem ihre eigene cultural awareness für die eigene Kommunikationskompetenz in allen in den vorangegangenen Modulen thematisierten Kommunikationsformen, für die Entwicklung von Kommunikationskonzepten und die Beurteilung solcher Konzepte.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
<p>Die Lehr-/Lerninhalte werden in einem asynchronen Onlineseminar und in einer Blockveranstaltung in Präsenzform vermittelt.</p>			
Art der Prüfung		Hausarbeit	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
<p>Es finden ein dreiwöchiges asynchrones Online-Seminar und ein zweitägiges Präsenzseminar (Freitag bis Samstag) statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.</p>			
Literatur			
<p>Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.</p>			
Verwendbarkeit des Moduls		<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M03 • UKR_M04 	

Modul 10/UKR_M10: Kommunikation lernen und lehren, Wissenschaftskommunikation, Rhetorik als Denkschule

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
4. Fachsemester	125 Stunden	Jährlich im Sommersemester	5 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Asynchrones Online-Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme am asynchronen Online-Seminar • Hausarbeit o. Fallstudie 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Norbert Gutenberg		
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen	Dr. Martin Klein, Prof. Dr. Peter Riemer, Prof. Dr. Bernd Schwandt		
Inhalte des Moduls			
<p>Dieses Modul beschäftigt sich mit den Kommunikationsaufgaben rund um den Faktor ‚Innovation‘. Es vertieft den im Modul 6 grundgelegten Aspekt rhetorischen Lesens und vermittelt Grundlagen der Kommunikationsgestaltung von Prozessen des Lehrens und Lernens in Unternehmen und Organisationen. Es entwickelt Formate für die Rezeption wissenschaftlicher Ergebnisse durch Unternehmen und die Vermittlung wissenschaftlicher Ergebnisse aus Unternehmen in die Öffentlichkeit durch (Wissenschafts-) Organisationen und Forschungsabteilungen. Als einen Aspekt innovativen Denkens vermittelt es rhetorische Kompetenzen, die nicht nur kommunikativ, sondern auch kognitiv relevant sind: Topik und Dialektik als Methoden der Ideenfindung und Argumentationsanalyse – Rhetorik als Denkschule.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul erwerben die Studierenden im Sinne der oben beschriebenen Modulinhalte grundlegende Kenntnisse und konzeptionelle und analytische Kompetenzen für Lehrlernprozesse in und von Organisationen, insofern sie Kommunikation im weitesten Sinne zum Gegenstand haben. Bei Lehrlernprozessen anderer Inhalte geht es um die Gestaltung ihres Kommunikationsaspekts. Das gilt für Weiterbildung von Führungskräften und Mitarbeitern, ebenso wie für Ausbildung. Die Studierenden erwerben alle Kenntnisse und Kompetenzen für die produktive und rezeptive Gestaltung von Wissenschaftskommunikation, indem die in den vorausgegangenen Modulen erworbenen Kompetenzen für die Wissenschaftsrhetorik spezifiziert werden. Indem die kognitiven Konzepte und Kategorien von Rhetorik und Dialektik trainiert werden, erwerben die Studierenden eine neue Dimension in ihrer Denk-Kompetenz.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Die Lehr-/Lerninhalte werden in einem asynchronen Online-Seminar vermittelt.			
Art der Prüfung	Hausarbeit		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Credit Points (CP)		
Lehrveranstaltungen des Moduls			
Es findet ein asynchrones Online-Seminar statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.			
Literatur			
Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UKR_M01 • UKR_M03 • UKR_M06 		

Modul 11/UKR_M11: Public Relations, politische Kommunikation, Werbekommunikation, Lobbying, Krisenkommunikation

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
4. Fachsemester	125 Stunden	Jährlich im Sommersemester	5 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Asynchrones Online-Seminar & Präsenzseminar (Freitag bis Samstag)	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme am asynchronen Online-Seminar • Verpflichtende Teilnahme an der Präsenzphase • Hausarbeit o. Fallstudie 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Raoul Thill	
Inhalte des Moduls			
<p>Dieses Modul vermittelt schriftliche und mündliche Kompetenzen für Werbung, Öffentlichkeits- und Imagearbeit. Es behandelt alle Textsorten, die dafür einschlägig sind (Pressemittteilung, Blog (siehe auch Modul 7), werbende Texte und Produktdarstellungen, Briefkommunikation mit Funktionsträgern der Politik etc.) und bereitet auf komplexe mündliche Kommunikationsaufgaben vor (Hintergrundgespräche, Auftritte auf Bürgerversammlungen, Hörfunk- und Fernsehinterviews, Teilnahme an Talkshows usw.), und ist in vielem eine Vertiefung der Module 3 bis 9.</p> <p>Es behandelt schriftliche und mündliche Kommunikationsprozesse im Prozess von Interessensvertretung bei und kommunikativer Beeinflussung von politischen Entscheidungsträgern, Gremien und Organisationen, insbesondere Parteien, Parlamenten und Regierungen. Dazu gehört eine differenzierte und ‚Institutionenkunde‘ und ein sehr tiefgehendes und spezifisches Argumentationswissen. Lobbying-Kommunikation ist umso diffiziler und komplexer, je stärker Transparenz-Anforderungen der europäischen Gesetzgeber werden.</p> <p>Krisenkommunikation ist die Königsdisziplin von Öffentlichkeits- und Imagearbeit. Das Modul behandelt die Formen schriftlicher und mündlicher Kommunikation, insbesondere in den Social Media, im Radio und Fernsehen, die zur Krisenbewältigung, aber tendenziell auch zur Krisenvermeidung eingesetzt werden. Alle in den übrigen Modulen erworbenen Kompetenzen werden hier unter besonderen Stressbedingungen intensiviert.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
<p>In diesem Modul werden alle bisher erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten für die Modul Inhalte format-, textsorten- und funktionsspezifisch intensiviert. Dazu werden alle nötigen zusätzlichen Kenntnisse in PR, Marketing, Politikwissenschaft usw. vermittelt.</p>			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
<p>Die Lehr-/Lerninhalte werden in einem asynchronen Online-Seminar und in einer Blockveranstaltung in Präsenzform vermittelt.</p>			
Art der Prüfung		Fallstudie	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Lehrveranstaltungen des Moduls			
<p>Es finden ein dreiwöchiges asynchrones Online-Seminar und ein zweitägiges Präsenzseminar (Freitag bis Samstag) statt. Die Teilnahme ist verpflichtend.</p>			
Literatur			
<p>Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.</p>			

Verwendbarkeit des Moduls

Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit folgenden Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“:

- UKR_M03
- UKR_M04
- UKR_M05
- UKR_M06
- UKR_M07
- UKR_M08
- UKR_M09

Modul 12/UKR_M12: Rechtliche Grundlagen für die Unternehmenskommunikation I: Medien- und Internetrecht; II: Arbeitsrecht

Semester	Dauer	Häufigkeit	Zugeweilte ECTS-Punkte
4. Fachsemester	150 Stunden	Jährlich im Sommersemester	6 ECTS
Lehrsprache	Veranstaltungsformat	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Deutsch	Präsenzseminar (Samstag bis Sonntag)	<ul style="list-style-type: none"> • Verpflichtende Teilnahme an der Präsenzphase • Mündliche Prüfung 	
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)		Pflichtmodul	
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Norbert Gutenberg	
Name der/des Dozent/in der Lehrveranstaltungen		Prof. Dr. Michael Anton, Dr. Dominic Broy, Prof. Dr. Stephan Weth	
Inhalte des Moduls			
<p>I: Medien- und Internetrecht</p> <p>Dieses Teilmodul vermittelt rechtliche Grundlagen für alle mündlichen und schriftlichen Kommunikationsaufgaben und Kommunikationsformate in den übrigen Modulen. Insbesondere geht es um häufig unbeachtete Tücken im Medien- und Urheberrecht und im Internet-Recht.</p> <p>II: Arbeitsrecht</p> <p>Dieses Teilmodul vermittelt die arbeitsrechtlichen Grundlagen für die in der Rechtspraxis wichtigsten mündlichen wie schriftlichen Kommunikationssituationen im Unternehmen. Die Studierenden erlernen die arbeitsrechtlichen Hintergründe unter anderem für Einstellungsgespräche, für Besprechungen im Rahmen des betrieblichen Eingliederungsmanagements, für Abmahnungen und Kündigungen sowie für die Kommunikation mit dem Betriebsrat.</p>			
Lernergebnisse des Moduls			
In den beiden Teilmodulen erwerben die Studierenden alle juristischen Kenntnisse im Medien- und Internetrecht sowie im Arbeitsrecht, die für die rechtssichere Anwendung der in den übrigen Modulen erworbenen Kompetenzen nötig sind. Das gilt für die eigene Praxis, die Konzeption und die Beurteilung von Konzepten und Mitarbeiterleistungen.			
Lehr- und Lernmethoden des Moduls			
Die Lehr-/Lerninhalte werden in einer Blockveranstaltung in Präsenzform vermittelt.			
Art der Prüfung		Mündliche Prüfung	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote		Gemäß Credit Points (CP)	
Literatur			
Die Literaturliste wird zum Semesteranfang bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit des Moduls		Es besteht ein inhaltlicher Zusammenhang mit allen vorherigen Modulen des Studienganges „Unternehmenskommunikation und Rhetorik“.	

Masterarbeit

Semester	Dauer	Häufigkeit	Gesamt-Workload	Zugeweilte ECTS-Punkte
5. Fachsemester	1 Semester	jederzeit	550 Stunden	22 ECTS
Lehrsprache		Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		Gewichtung der Note in der Gesamtnote
Deutsch	Bewertung der Arbeit mit mindestens der Gesamtnote „ausreichend“			Doppelt
Verantwortliche/r			Prüfungsausschuss	
Zugangsvoraussetzungen			<p>Zur Masterarbeit kann auf Antrag zugelassen werden, wer das ordnungsgemäße Studium des Masterstudiengangs nachweist und 11 von 12 Modulprüfungen abschließend bestanden hat</p> <p>Der Antrag auf Zulassung zur Masterprüfung ist schriftlich bei dem Juristischen Prüfungsamt bis zu dem von ihm bekannt gegebenen Termin einzureichen.</p>	
Qualifikationsziele				
<p>Die Masterarbeit soll zeigen, dass der Prüfling in der Lage ist, selbständig ein kommunikationswissenschaftlich bedeutsames Thema innerhalb der vorgegebenen Frist unter Berücksichtigung der während des Studiums gewonnenen theoretischen Erkenntnisse unter Anwendung wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, wissenschaftlich fundiert zu reflektieren und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen.</p> <p>Je nach Themenstellung können dabei die Lösung komplexer wissenschaftlicher oder interdisziplinärer Aufgaben oder die Neu- und Weiterentwicklung komplexer Modelle den Schwerpunkt bilden. Die Einbeziehung der betrieblichen Praxis ist ausdrücklich erwünscht. Die Masterarbeit zielt auf die Erzielung anwendungsorientierter Ergebnisse ab.</p>				
Lernergebnisse				
<p>Die Studierenden sind in der Lage, ein Thema oder ein Projekt aus dem Bereich Unternehmenskommunikation und Rhetorik selbstständig innerhalb begrenzter Zeit vor dem Hintergrund theoretischer Erkenntnisse des Studiums sowie mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden zu erarbeiten, wissenschaftlich fundiert zu reflektieren und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen.</p>				
Besonderes				
<p>Das Thema der Masterarbeit wird auf Antrag des Prüflings von dem Juristischen Prüfungsamt im Einvernehmen mit dem betreuenden Prüfer/betreuenden Prüferin vergeben. Dem Prüfling ist Gelegenheit zu geben, für das Thema der Masterarbeit Vorschläge zu machen.</p> <p>Das Juristische Prüfungsamt verschickt zur gegebenen Zeit unaufgefordert die erforderlichen Formulare.</p>				

