



UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

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

Sekretariat:
Cornelia Böhland
Telefon +49 341 97 35040
stratkomm@uni-leipzig.de

7. März 2025

LEHRVERANSTALTUNG SOMMERSEMESTER 2024 BACHELOR KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT

MODUL 06-005-1104 Kommunikationsmanagement – Anwendungsfelder

(S + PS) Anwendungsfelder der Kommunikatorforschung: Konzeption von Kommunikationskampagnen bei Start-ups

Prof. Dr. Werner Süß

Blocktermine / Nikolaistr. 27–29

Freitag, 11.04.2025., 09:00–13:00 Uhr (mit Pause), Raum 1.06
Freitag, 09.05.2025., 09:00–13:00 Uhr (mit Pause), Raum 1.06
Samstag, 10.05.2025., 09:00–13:00 Uhr (mit Pause), Raum 1.06
Freitag 23.05.2025., 11:00–12:30 Uhr (virtuell)
Freitag, 20.06.2025, 09:00–13:00 Uhr (mit Pause), Raum S 203
Freitag, 11.07.2025, 9:00–18:00 Uhr (mit Pause), Raum 1.06

Moodlekurs: folgt

Einreichtermin für Prüfungsleistungen: 1. September 2025

Prüfer: Prof. Dr. Werner Süß & Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Thematik

Die Konzeption von Kampagnen ist eine zentrale Aufgabe im Kommunikationsmanagement. In diesem Seminar werden entsprechende Vorgehensweisen und Modelle der Konzeptionstechnik vermittelt und angewendet. Die Studierenden lernen, die relevanten Daten einer Fallanalyse zu erheben, zu aggregieren und zu analysieren. Sie werden in die Lage versetzt, Briefings zu interpretieren sowie ein Rebriefing und ein Kommunikationskonzept zu verfassen. Zudem werden Grundlagen der Budget- und Zeitplanung vermittelt.

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

Büro
Nikolaistraße 27–29
D-04109 Leipzig

Post
Ritterstraße 24, IPF 165153
D-04109 Leipzig

Telefon
+49 341 97-35040

Fax
+49 341 97-35049

E-Mail
stratkomm@uni-leipzig.de

Web
www.communicationmanagement.de

Methodik

Das Seminar bietet einen Überblick zur Kampagnenplanung im Kommunikationsmanagement und zur Konzeptionslehre. Neben theoretischen Grundlagen werden strategische und operative Elemente der Kampagnenplanung vermittelt und anhand von Beispielen eingeübt. Die Teilnehmer/-innen wenden das so Erlernete anschließend im Rahmen von Gruppenarbeiten auf Fallbeispiele aus der Praxis an.

Einordnung und Leistungsnachweis

Die Prüfungsleistung ist eine Projektarbeit; die Modulnote entspricht der Note für diese Prüfungsleistung.

Leistungsnachweis: Prüfungsleistung ist eine Projektarbeit, die als Gruppenarbeit von jeweils zwei bis vier Studierenden zu erbringen ist. Durch Projektarbeiten wird die Fähigkeit zur Entwicklung, Umsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen. Projektarbeiten bestehen aus einer Dokumentation des entwickelten Kommunikationskonzepts einschließlich Kosten- und Zeitplanung im Umfang von maximal 54 Charts (DIN A4, Querformat). Layout und Design sind frei wählbar. Die Dokumentation muss als Ausdruck verständlich sein, d.h. auf Animationen ist zu verzichten. Evtl. multimediale Elemente (Audio, Video) können eingebettet werden, müssen aber für Leser sichtbar gemacht werden und sind als gesonderte Dateien beizufügen. Die letzte Seite muss Informationen zu allen Verfasser/-innen (Name, Matrikelnummer, Fachsemester), eine Übersicht zu den individuellen Beiträgen zur Gruppenarbeit sowie die Selbständigkeitserklärung enthalten.

Die Arbeiten sind bis zum 01.09.2025 mit der von allen Beteiligten im Original unterzeichneten Selbständigkeitserklärung (einseitig gedruckt; gelocht; keine Hefter, Ringbindung etc.) im Sekretariat bei Frau Böhland einzureichen und parallel per E-Mail als PDF und offene Datei (z.B. PPTX, Canva) an stratkomm@uni-leipzig.de zu senden. Eine durchgehende Teilnahme an allen Seminarterminen wird vorausgesetzt, da die Studienordnung für den Erwerb von Leistungspunkten in diesem Modul 45h Präsenzzeit vorsieht. Bei Erkrankungen bzw. Krankschreibungen ist der Dozent per E-Mail zu informieren.

Zeitplan und Themen

11.04.2025	Einführung in die Konzeptionstechnik für Kampagnen Diskussion der Literatur <i>Zur Vorbereitung der gemeinsamen Diskussion lesen alle Teilnehmer/-innen vorab die in Moodle hochgeladene Literatur. Das Passwort für den Moodle-Kurs wird allen Modulteilnehmern am 28.03. per E-Mail zugeschickt.</i>
09.05.2025 (Freitag) 10.05.2025 (Samstag)	Briefing zu den Fallstudien, Einteilung der Gruppen <i>Es werden zwei Fallstudien vorgestellt, die jeweils von mehreren Gruppen bearbeitet werden.</i> Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und erste Rücksprache zu den Fallstudien
23.05.2025 11:00–12:30h (Virtuell)	Praxisfälle aus der Konzeptionserstellung <i>Gastvortrag:</i> „Kommunikationskampagnen planen und kalkulieren: Erfahrungen und Beispiele“ <i>Michael Grupe, Vorstand, Fink & Fuchs AG, Wiesbaden / München / Berlin</i> <i>Möglichkeit für gezielte Rückfragen</i>

	<i>Diskussion</i>
20.06.2025	<p>Gruppenarbeit an den Fallstudien, Schulterblick und Rücksprache zu den Fallstudien</p> <p><i>Die Gruppen stellen erste Analyseergebnisse und Ideen für die Konzeptionen vor und diskutieren dies mit dem Dozenten. Dies geschieht in individuellen Terminen innerhalb der Seminarsitzung.</i></p>
11.07.2025	<p>Präsentation der Konzeptionen (alle Gruppen)</p> <p><i>Die Gruppen präsentieren ihre Konzepte vor allen Seminarteilnehmer/-innen und beantworten Rückfragen (30 + 10 Min je Gruppe).</i></p> <p><i>Das konstruktive Feedback unterstützt die Ausarbeitung der Konzepte im Nachgang.</i></p> <p>Evaluation der Lehrveranstaltung und Seminarabschluss</p>

Literatur zu Kampagnen und Konzeptionstechnik

Die nachfolgende Literatur wird über Moodle bereitgestellt und ist vorab zu lesen, damit eine zielführende Diskussion im Seminar möglich ist:

Cornelissen, J. (2020). Communication strategy and strategic planning. In J. Cornelissen (Hrsg.), *Corporate communication. A guide to theory and practice* (6. Aufl., S. 109-132). Sage.

Nothhaft, H., & Bentele, G. (2022). Konzeption von Kommunikationsprogrammen in der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

Röttger, U. (2022). Kommunikationskampagnen planen und steuern: Thematisierungsstrategien in der Öffentlichkeit. In A. Zerfaß, M. Piwinger & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

Ruler, B. van (2021). Communication planning: Agility is a game changer in strategy development. *International Journal of Strategic Communication*, 15(2), 113–125.

Kontakt

Professor Dr. Werner Süß: werner.suess@uni-leipzig.de