

LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

1. Angaben zum Programm

1.1 Hochschuleinrichtung	Universitatea Babeş-Bolyai
1.2 Fakultät	Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3 Department	Journalismus
1.4 Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5 Studienform	Lizenz
1.6 Studiengang / Qualifikation	Journalismus, deutsche Studienlinie

2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung	Werbestrategien ULG4432						
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Prof. Dr. Delia Cristina Bálaş						
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Asist. Dr. Meda Mucundorfeanu						
2.4 Studienjahr	II	2.5 Semester	III	2.6 Prüfungsform	C	2.7 Art der LV	OPT

3. Geschätzter Workload in Stunden

3.1 SWS	4	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	2
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	54	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	28
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbücher, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					6
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					5
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					6
Tutorien					5
Prüfungen					4
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	26				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	406				
3.9 Leistungspunkte	3				

4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	Die Teilnahme an diesem Fach ist bedingt durch die bestandenen Prüfungen in den Fächern Einführung in die Kommunikationswissenschaft (1. Jg., 1. Sem.), Werbekommunikation (Jg. 2, Sem. 2), Medienkommunikation (Jg.2, Sem. 3).
4.2 kompetenzbezogen	•

5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	•
5.2 zur Durchführung des	• Laptop, Beamer, Arbeitsblatt

6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Berufliche Kompetenzen	<p><i>1. Wissen und Verstehen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertrautheit mit den Werbemitteln verschiedener Medien; Allgemeinwissen im Bereich: Vertrautheit mit den Definitionen, Elementen, Regeln und Strategien der Werbestrategien; <p><i>2. Erkennen und Verwerten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Erkennen der unterschiedlichen Anwendungsbereichen der Werbestrategien <p><i>3. Anwendung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkrete Anwendungsmethoden; Beispiele von Werbekampagnen; Durchführung von Studien anhand von Werbestrategien <p><i>4. Einstellung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Interesse gegenüber der Werbekommunikation
Transversale Kompetenzen	<p>CT1 - Das realistische Lösen - mit sowohl theoretischer als auch praktischer Argumentation- einiger herkömmlicher professionellen Situationen im Sinne ihrer effizienten und deontologischen Verwaltung</p> <p>CT2 – Anwendung von effektiven Arbeitstechniken und Erfüllung bestimmter Arbeitsaufgaben</p>

7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Vertrautheit mit den Theorien bezüglich der Werbestrategien
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Erwerben einer Fachsprache • Entwicklung einer kritischen und analytischen Denkweise • Verwendung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, einschließlich der <i>New Media</i> • Beschreiben der unterschiedlichen Zielgruppen

8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung im Bereich der Werbung – 2St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
2. Die Sponsoring – 4St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
3. Direct Marketing – 4 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
4. Product Placement – 4 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
5. Verkaufsförderung – 4 St.	Mündliche und	

	Multimediaprezentation	
6. Neue Werbemittel – 4 St.	Mündliche und Multimediaprezentation	
7. Wiederholung – 2 St.	Mündliche und Multimediaprezentation	
Literatur Balaban, Delia Cristina, <i>Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media</i> , Polirom, Iași, 2009. Frey, Siegfried, <i>Die Macht des Bildes</i> , Verlag Hans Huber, Bern, 1999. Kroeber-Riel, Werner, <i>Bildkommunikation</i> , Verlag Vahlen, München, 1996. Petre, Dan și Dragoș Iliescu, <i>Psihologia reclamei</i> , comunicare.ro, 2006 Petrescu, Dacinia Crina, <i>Creativitate si investigare in Publicitate</i> , Carpatica, Cluj-Napoca, 2002. Russel, Thomas, Lane, Ronald, <i>Manual de publicitate</i> , Editura Teora, 2002		
8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Administrative Aspekte	Vortrag und Debatte	
2. Wiederholung der wichtigsten Begriffe	Vortrag und Debatte	
3. Analyse des Werbeansatzes	Vortrag und Debatte	
4. BTL Werbung	Vortrag und Debatte	
5. Sponsoring	Vortrag und Debatte	
6. Direct Marketing	Vortrag und Debatte	
7. Product Placement	Vortrag und Debatte	
8. Verkaufsförderung	Vortrag und Debatte	
9. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
10. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
11. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
12. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
13. Wiederholung. Besprechung der Seminarnoten	Vortrag und Debatte	
Literatur Balaban, Delia Cristina, <i>Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media</i> , Polirom, Iași, 2009. Dan Petre, Mihaela Nicola. <i>Introducere în publicitate</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2009 (capitolele: Strategia și planificarea în publicitate, Creația în publicitate, Marketingul direct, Promovarea vânzărilor, Relațiile publice în publicitate) Iliescu, Dragoș, Dan Petre. <i>Psihologia consumatorului</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2004. (cap. V Integrarea strategică. Segmentarea consumatorilor) Caldwell, Niall and Joao R. Freire, 'The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model', <i>Journal of Brand Management</i> , 12, 1, 2004. Kotler, Philip <i>et al. Principles of marketing</i> , Fifth European Edition, Pearson Education Limited, England, 2008. (cartea se găsește și în limba română) Gray, Paul S. And John B. Williamson. <i>The Research Imagination. An Introduction To Qualitative And An Introduction To Qualitative And Quantitative Methods</i> , Cambridge University Press, 2007.		

9. Verbindung der Inhalte mit den Erwartungen der Wissensgemeinschaft, der Berufsverbände und der für den Fachbereich repräsentativen Arbeitgeber

--

10. Prüfungsform

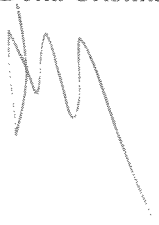
Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung		Schriftliche Prüfung	50%
10.5 Seminar / Übung		Projekte und Vorträge der Studenten	50%
10.6 Minimale Leistungsstandards			
<ul style="list-style-type: none"> Umgang mit den gelernten Begriffen, theoretisch als auch beim Lösen der Übungen 			

Ausgefüllt am:

26.09.2013

Vorlesungsverantwortlicher

Prof. Dr. Delia Cristina Bălaș



Seminarverantwortlicher

Asist. Dr. Meda Mucundorfeanu



Genehmigt im Department am:

26.09.2013

Departmentdirektor

Prof. Dr. Elena Abrudan

