

## LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

### 1. Angaben zum Programm

1.1 Hochschuleinrichtung	Babes-Bolyai Universität
1.2 Fakultät	Fakultät für Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3 Department	Department für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
1.4 Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5 Studienform	Masterstudium
1.6 Studiengang/ Qualifikation	PR (Öffentlichkeitsarbeit) und Werbung, deutschsprachige Studienlinie
1.7 Studienform	Vollzeitstudium

### 2. Angaben zum Studienfach

2.1. LV-Bezeichnung	<b>Kommunikation und PR in Krisensituationen</b>				Code des Studienfachs	<b>UMG4304</b>		
2.2. Lehrverantwortlicher – Vorlesung				Doz. Dr. Mirela-Codruța Abrudan				
2.3. Lehrverantwortlicher – Seminar				Doz. Dr. Mirela-Codruța Abrudan				
2.4. Studienjahr	II	2.5. Semester	3	2.6. Prüfungsform	E	2.7. Art der LV	Inhalt	D S
							Verbindlichkeit	D O

### 3. Geschätzter Workload in Stunden (Lehrtätigkeitsstunden pro Semester)

3.1. Stundenanzahl pro Woche– Vollzeitstudium	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3. Seminar/Labor/Projekt	1
3.4. Anzahl Creditpoints	5				

### 4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	Nicht vorhanden
4.2 kompetenzbezogen	Nicht vorhanden

### 5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	
5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	

### 6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Berufliche Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlernen und Verstehen der Etappen in dem Ausbruch einer Kommunikationskrise</li> <li>- Erlernen und Verstehen der wesentlichen Details zur Verwirklichung eines Krisenplans</li> <li>- Kennenlernen der Beziehung zwischen PR und Massenmedien in Krisenzeiten</li> <li>- Das Kennen und Projizieren der wichtigsten Pressematerialien etc.</li> </ul>
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Fähigkeit in Gruppen zu arbeiten: Zusammenarbeit, Koordination und Design in der Gruppe</li> <li>- Fähigkeiten zur mündlichen Kommunikation: Präsentation der Seminarprojekte</li> <li>- Respekt und Entwicklung der beruflichen Werte und Ethik; Kennenlernen und Aneignung des Ethikcodes der Spezialisten in Kommunikation, PR und Werbung.</li> <li>- Die Fähigkeit der Synthese und Analyse</li> </ul>

### 7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	Identifikation und Verwendung der Fachsprache und -kenntnisse aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaften.
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	Angehen in realistischer Weise, mit theoretischen und praktischen Argumenten, von komplexen Situationsproblemen, um diese effizient und ethisch zu lösen. Die Anwendung von effizienten Arbeitstechniken im multidisziplinärem Team um Aufträge zu verwirklichen.

### 8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Krisenkommunikation: Definitionen, Arten, Etappen einer Krise	Mündliche Präsentation+Powerpoint	4 Std.
2. Krisenmanagement: pre crisis, mid crisis, post crisis.	Mündliche Präsentation+Powerpoint	3 Std.
3. Effektive Krisenplanung: Risikoeinschätzung, Krisenszenarien	Mündliche Präsentation+Powerpoint	3 Std.
4. Vorbereitung des Krisenplans (Krisenstab, -raum, -handbuch)	Mündliche Präsentation+Powerpoint	3 Std.
5. Krisentraining und -simulation	Mündliche Präsentation+Powerpoint	3 Std.
6. Medienberichterstattung in Krisenzeiten	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
7. Nachbereitung einer Krise (Post-crisis Management)	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
8. Krisenkommunikation im Social Web	Mündliche Präsentation+Powerpoint	4 Std.
9. Instrumente der Krisen PR im Online versus Offline	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
10. Fallbeispiele für effektives/ gescheitertes oder nicht vorhandenes Krisenmanagement	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.

28 Std.

### Literatur

Puchleitner, Klaus, *Public Relations in Krisenzeiten. Das Handbuch für situationsorientierte Öffentlichkeitsarbeit*, Signum Verlag, Wien, 1994.

Rota, Franco P., *PR- und Medienarbeit im Unternehmen, Instrumente und Wege effizienter Öffentlichkeitsarbeit*, 2., völlig überarbeitete Auflage, Beck-Wirtschaftsberater Deutscher Taschenbuch Verlag, München, 1994.

## Fakultative Literatur

Avenarius, Horst, *Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*, Primus Verlag, Darmstadt, 2000.

Balaban, Delia C., Rus, F. Călin, *PR Trend. Teorie și practică în publicitate și relații publice*, Editura Tritonic, București, 2007.

Chiciudean, Ion, Valeriu Țoneș, *Gestionarea crizelor de imagine*, București, Editura Comunicare.Ro, 2002.

Coman, Cristina, *Relații publice, principii și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2001.

Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, ediție revăzută și adăugită, Iași, Editura Polirom, 2004.

David, George, *Relații publice, garanția succesului*, ediția a II-a, revăzută și adăugită, București, Editura Oscar Print, 2003.

Toader, Larisa, *Secretele relației cu presa. Sfaturi practice și studii de caz*, Ed. Universul Juridic, București, 2012

Wilcox, D.I., Philip H., Agee, Warren K., *Public Relations-Strategies and Tactics*, Editura Harper Collins Inc., New York, 1992.

8.2 Seminar	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Krisen-PR als Teilbereich der Öffentlichkeitsarbeit	Erklärung der Konzepte: Krise, öffentliche vs veröffentlichte Meinung, Krisenkommunikation, Krisen-PR	1 Std.
2. Krisenszenarien	Präsentation und Erklärung der wichtigsten internen und externen Ereignisse die in einem Unternehmen zu einer Krisensituation führen können: z.B.: rollende Gerüchtewelle, Produktionsfehler und Rückholaktionen, Umweltunfälle, unwahre Medienberichterstattung usw.	2 Std.
3. Ansprechpartner für Krisen-PR	Problematisierung und Beispiele von wichtigen Ansprechpartnern je nach Art der Krise: Bürger, Behörden, Meinungsführer, Umweltschutzorganisationen etc.	1 Std.
4. Pressearbeit und PR-Instrumente in Krisensituationen	Erklärung wie man mit Journalisten in Krisenzeiten umgeht; Pressearbeitinstrumente zur Krisenbewältigung, Infobroschüre und -video etc.	2 Std.
5. Interne PR in Krisensituationen	Erklärung der internen	2 Std.

	Kommunikationsinstrumente; Beispiele von intern gut gemanageten Krisen vs gescheitertes oder fehlendes internes Krisenmanagement	
6. Die Pressekonferenz als Instrument der Krisen-PR	Problematik der Bedeutung der Pressekonferenz in Krisensituationen; wichtigsten Momente einer Konferenz erklären;	1 Std.
7. Krisenkommunikation im Online	Krisenmanagement und Krisen-PR- Instrumente im Online	2 Std.
8. Vorstellung der Projekte über die Analyse einer konkreten Krisensituation	Vorstellung und Diskutieren von Fallstudien: Analyse der Pre-, Mid und Post-crisis-Lage; Beurteilung des Krisenmanagements, Vorschläge für die Optimierung der Krisenkommunikation.	3 Std.
		14 Std.

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

Die Studierenden lernen die spezifischen Krisen-PR-Instrumente kennen und anzuwenden. Durch die praktische Umsetzung von Krisenkommunikationstechniken und -instrumente können die Studenten die Aktivität in PR Departments und Agenturen trainieren.

**10. Prüfungsform**

Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung	Prüfung	Narrativ: schriftlich	50% der Endnote
10.5 Seminar	Projekte	Projekt: mündlicher Vortrag	50% der Endnote
10.6 Minimale Leistungsstandards	An Seminaraktivitäten teilzunehmen		

Vorlesungsverantwortlicher,  
Name Vorname und Unterschrift  
Mirela Abrudan

*Datum*

05.04.2018

Prof. univ. dr. Ioan Hosu, Leiter der DCRPP,

.....