

# LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

## Forschungsseminar

### 1. Angaben zum Programm

1.1 Hochschuleinrichtung	Universitatea Babeş-Bolyai
1.2 Fakultät	Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3 Department	Kommunikationswissenschaft, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
1.4 Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5 Studienform	Masterstudium
1.6 Studiengang / Qualifikation	PR und Werbung

### 2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung	Forschungsseminar						
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung							
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Prof. Dr. Delia Balaban						
2.4 Studienjahr	2	2.5 Semester	4	2.6 Prüfungsform	Prüfung	2.7 Art der LV	Fachveranstaltung (DS)

### 3. Geschätzter Workload in Stunden

3.1 SWS	4	von denen: 3.2 Vorlesung	0	3.3 Seminar/Übung	4
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	56	von denen: 3.5 Vorlesung	0	3.6 Seminar/Übung	56
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbücher, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					10
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					5
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					5
Tutorien					2
Prüfungen					10
Andere Tätigkeiten: .....					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	60				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	120				
3.9 Leistungspunkte	4				

### 4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	
4.2 kompetenzbezogen	

### 5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	
------------------------------------	--

5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	
---	--

## 6. Spezifische erworbene Kompetenzen

<b>Berufliche Kompetenzen</b>	<p>Erklären des Forschungsdesigns</p> <p>Datenanalyse</p> <p>Entwickeln der Kapazität der fortgeschrittenen Arbeit mit spezialisierter Software (SPSS)</p> <p>Entwicklung empirischer Projekte in PR und Werbung</p>
<b>Transversale Kompetenzen</b>	<p>CT1 - Das realistische Lösen - mit sowohl theoretischer als auch praktischer Argumentation- 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"> <li>In diesem Fach werden die Studenten Grund- und Sachkenntnisse über das Forschungsdesign erwerben. Mit diesen Kenntnissen werden sie im Stande sein, dieses Design, im Bereich PR und Werbung anzuwenden.</li> </ul>
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verständnis und Erlernen der Anwendung von Forschungsmethoden und ihrer Zwecke</li> <li>Gestaltung eines wissenschaftlichen Projektes in der Kommunikationswissenschaft</li> <li>Gestaltung einer komplexen empirischen Forschung</li> </ul>

## 8. Inhalt

8. Seminar	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung	Gruppendiskussion und Debriefing	
2. Forschungsdesign	Gruppendiskussion und Debriefing	
3. Literatur für PR und Werbung	Gruppendiskussion und Debriefing	
4. Beispiel Forschungsprojekt Werbung 1	Gruppendiskussion und Debriefing	
5. Beispiel Forschungsprojekt Werbung 2	Gruppendiskussion und Debriefing	
6. Beispiel Forschungsprojekt 1	Gruppendiskussion und Debriefing	
7. Beispiel Forschungsprojekt 2	Gruppendiskussion und Debriefing	

8. Beispiel Forschungsprojekt Werbung und PR	Gruppendiskussion und Debriefing	
9. Diskussion – Forschung der Studenten	Gruppendiskussion und Debriefing	
10. Diskussion – Forschung der Studenten	Gruppendiskussion und Debriefing	
11. Diskussion – Forschung der Studenten	Gruppendiskussion und Debriefing	
12. Projektpräsentation	Gruppendiskussion und Debriefing	
13. Projektpräsentation	Gruppendiskussion und Debriefing	
14. Projektpräsentation	Gruppendiskussion und Debriefing	

#### Literatur

Chelcea, Septimiu, *Metodologia cercetării sociologice – Metode cantitative și calitative (ediția a 2-a revizuită)*, Ed. Economică, București, 2004.

Ekman, Paul, Erika Rosenberg (Ed.), *What the face reveals: Basic and applied studies of spontaneous expression using the Facial Action Coding System (FACS)*, Second Edition, Oxford University Press, 2005.

Franses, Philip Hans, Richard Paap, *Quantitative Models in Marketing Research*, Cambridge University Press, 2004.

Ilut, Petru, *Abordarea calitativă a socio-umanului*, Ed. Polirom, Iași, 1997

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Prentice Hall, 2012.

Malhotra, Naresh K. (Ed.), *Review of Marketing Research*, Vol. 2, M.E. Sharpe, 2006.

Moisander, Johanna and Anu Valtonen, *Qualitative Marketing Research. A Cultural Approach*, Sage Publication, 2006.

Okazaki, Shintaro (Ed.), *Advances in Advertising Research. Breaking New Ground in Theory and Practice*, Vol. II, Gabler, 2011.

Rotariu, Traian, Ilut, Petru, *Ancheta sociologică și sondajul de opinie. Teorie și practică (ediția a II-a, revăzută și adăugită)*, Ed. Polirom, Iași, 2006.

Shukla, Paurav, *Marketing Research*, Ventus Publishing, 2008.

Zurawicki, Leon, *Neuromarketing. Exploring the Brain of the Consumer*, Springer, 2010.

#### 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			

10.5 Seminar / Übung	Durch Projekte werden erworbenen Kenntnisse und Gebrauch der spezifischen Fachsprache evaluiert		80%
	Mitarbeit		20%
10.6 Minimale Leistungsstandards			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umgang mit den erlernten Begriffen, theoretisch als auch bei Übungen und bei der Aufassung von Projekten.</li> </ul>			

Ausgefüllt am:

April 2018

Seminarverantwortlicher

Prof. Dr. Delia Balaban

Genehmigt im Department am:

.....

Departmentdirektor

Prof. Dr. Ioan Hosu