

LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

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 (Öffentlichkeitsarbeit) und Werbung, deutschsprachige Studienlinie
1.7 Studienform	Vollzeitstudium

2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung	FORSCHUNGSMETHODEN IN DER PR UND WERBUNG UME5101						
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Conf. Dr. Meda Mucundorfeanu						
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Conf. Dr. Meda Mucundorfeanu						
2.4 Studienjahr	I	2.5 Semester	I	2.6. Prüfungsform	E	2.7 Art der LV	DF

3. Geschätzter Arbeitsumfang in Stunden

3.1 SWS	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	1
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	42	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbüchern, Kursbuch, Bibliografie und Mitschriften					35
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					35
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					30
Tutorien					4
Prüfungen					4
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium			108		
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester			150		
3.9 Leistungspunkte			6		

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

Berufliche Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefte Kenntnisse und Anwendung von Fachterminologie, Methoden und Wissen aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft. • Anpassung von Kommunikationsstrategien an verschiedene Zielgruppen. • Sammlung von Informationen auf der Grundlage von Marktforschungsstudien. Der Absolvent wird: <ul style="list-style-type: none"> - die spezifischen Methoden und Instrumente der Marktforschung nutzen können; - Methoden zur Analyse sowohl qualitativer als auch quantitativer Daten kennen; - Theorien und Prinzipien in Bezug auf das Konsumentenverhalten und den Entscheidungsprozess anwenden können;
-------------------------------	--

	- attraktive und interaktive Techniken zur Datenpräsentation beherrschen.
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Situationen realistisch und unter Anwendung theoretischer sowie praktischer Argumentationen lösen, um effiziente und ethisch fundierte Lösungen zu finden. • Effektive Teamarbeitstechniken in multidisziplinären Teams anwenden, um Aufgaben auf verschiedenen Hierarchieebenen erfolgreich zu erledigen. • Probleme kritisch angehen, kreative Ideen entwickeln und gesammelte Daten über Verbraucher und den Produktmarkt analysieren.

7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • In der Lehrveranstaltung wird angestrebt, eine Vertrautheit mit den Forschungsmethoden der Kommunikationswissenschaft bei den Studierenden zu fördern, um deren Bedeutung und Anwendung in der Praxis zu verdeutlichen. • Eine kritische Analyse verschiedener Methoden wird angestrebt, um fundierte Forschungsergebnisse im Bereich PR und Werbung zu ermöglichen.
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Vertrautheit mit den Forschungsmethoden wird bei den Studierenden angestrebt, um deren Anwendung in der Kommunikationswissenschaft zu fördern. • Der Umgang mit den Forschungsmethoden wird geschult, um den Studierenden die praktischen Fähigkeiten zu vermitteln, die für die Durchführung von Forschung notwendig sind. • Das Erarbeiten von Forschungsprojekten wird gefördert, um den Studierenden praktische Erfahrungen in der Anwendung von Methoden zu ermöglichen. • Die Entwicklung der Forschungsfähigkeiten wird unterstützt, um die Studierenden auf zukünftige Herausforderungen im Bereich PR und Werbung vorzubereiten.

8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Die qualitative, bzw. quantitative Forschung	Mündliche und Multimedialpräsentation	
2. Das Forschungsdesign	Mündliche und Multimedialpräsentation	
3. Die Forschungsfrage und die Hypothese	Mündliche und Multimedialpräsentation	
4. Das Auswahlverfahren	Mündliche und Multimedialpräsentation	
5. Die Umfrage	Mündliche und Multimedialpräsentation	
6. Die Fragebogenkonstruktion	Mündliche und Multimedialpräsentation	
7. Die Inhaltsanalyse	Mündliche und Multimedialpräsentation	
8. Die Diskursanalyse	Mündliche und Multimedialpräsentation	
9. Die Kategorien und das Codebuch	Mündliche und Multimedialpräsentation	
10. Die Beobachtung	Mündliche und Multimedialpräsentation	
11. Das Interview	Mündliche und Multimedialpräsentation	
12. Die Fokusgruppe	Mündliche und Multimedialpräsentation	

13. Das Experiment	Mündliche und Multimediapräsentation	
14. Zusammenfassung und Wiederholung	Mündliche und Multimediapräsentation	
Literatur		
Brosius, Hans- Bernd/ Haas, Alexander/ Koschel, Friederike (2016): <i>Methoden der empirischen Kommunikationsforschung</i> , 7. Auflage, Springer, Wiesbaden.		
Meyen, Michael/ Löblich, Maria/ Pfaff-Rüdiger, Senta/ Riesmeyer, Claudia (2011): <i>Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung</i> , VS Verlag für Sozialwissenschaften;		
Pürer, Heinz (2014): <i>Publizistik- und Kommunikationswissenschaft</i> , 2. Auflage, UVK-Medien, Konstanz.		
Scheufele, Bertram/ Engelmann, Ines (2009): <i>Empirische Kommunikationsforschung</i> , UVK-Verlagsgesellschaft, Konstanz;		
Schönhagen, Philomen/ Wagner Hans/ Nawratil, Ute/ Starkulla, Heinz (2009): <i>Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft</i> , 1. Aufl., Reinhard Fischer Verlag, München.		
8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Die qualitative, bzw. quantitative Forschung	Übungen und Diskussionen	
2. Das Forschungsdesign	Übungen und Diskussionen	
3. Die Forschungsfrage und die Hypothese	Übungen und Diskussionen	
4. Das Auswahlverfahren	Übungen und Diskussionen	
5. Die Umfrage	Übungen und Diskussionen	
6. Die Fragebogenkonstruktion	Übungen und Diskussionen	
7. Die Inhaltsanalyse	Übungen und Diskussionen	
8. Die Diskursanalyse	Übungen und Diskussionen	
9. Die Kategorien und das Codebuch	Übungen und Diskussionen	
10. Die Beobachtung	Übungen und Diskussionen	
11. Das Interview	Übungen und Diskussionen	
12. Die Fokusgruppe	Übungen und Diskussionen	
13. Das Experiment	Übungen und Diskussionen	
14. Zusammenfassung und Wiederholung	Übungen und Diskussionen	
Literatur		
Brosius, Hans- Bernd/ Haas, Alexander/ Koschel, Friederike (2016): <i>Methoden der empirischen Kommunikationsforschung</i> , 7. Auflage, Springer, Wiesbaden.		

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

Die Lehrinhalte werden fortlaufend an die Erwartungen von Vertretern der akademischen Gemeinschaft, Fachverbänden und relevanten Arbeitgebern im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Werbung angepasst, um sicherzustellen, dass die Studierenden die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben.

Zusätzlich wird die aktuelle Fachliteratur intensiv gelesen und in den Unterricht integriert, um die Inhalte an die neuesten Entwicklungen und Trends im Bereich Forschung anzupassen und den Studierenden ein fundiertes theoretisches Fundament zu bieten.

10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung	Überprüfung der erworbenen Fachkenntnisse	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, sowie beim Lösen der Aufgaben. 			

Ausfülldatum

Unterschrift Vorlesungsverantwortlicher

Unterschrift Seminarverantwortlicher

01.10.2024



Unterschrift Departmentleiter

Prof. dr. Ioan Hosu

