

## 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, in deutscher und englischer Sprache
1.7 Studienform	Vollzeitstudium

### 2. Angaben zum Studienfach

2.1. LV-Bezeichnung	<b>Kommunikation und PR in Krisensituationen</b>			Code des Studienfachs	<b>UMG430 4</b>			
2.2. Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Doz. Dr. Mirela Abrudan							
2.3. Lehrverantwortlicher – Seminar	Doz. Dr. Mirela 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 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	2 8	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbüchern, Kursbuch, Bibliografie und Mitschriften					25
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					25
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					20
Tutorien					7
Prüfungen					6
Andere Tätigkeiten: .....					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	83				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	125				
3.9 Leistungspunkte	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	<p>Angehen in realistischer Weise, mit theoretischen und praktischen Argumenten, von komplexen Situationsproblemen, um diese effizient und ethisch zu lösen.</p> <p>Die Anwendung von effizienten Arbeitstechniken im multidisziplinärem Team um Aufträge zu verwirklichen.</p>

### 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	2 Std.
3. Effektive Krisenplanung: Risikoeinschätzung, Krisenszenarien	Mündliche Präsentation+Powerpoint	4 Std.
4. Vorbereitung des Krisenplans (Krisenstab, -raum, -handbuch)	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
5. Krisentraining und -simulation	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
6. Medienberichterstattung in Krisenzeiten	Mündliche Präsentation+Powerpoint	4 Std.
7. Nachbereitung einer Krise (Post-crisis Management)	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
8. Krisenkommunikation im Social Web	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.
9. Instrumente der Krisen PR	Mündliche	4 Std.

im Online versus Offline	Präsentation+Powerpoint	
10. Fallbeispiele für effektives/ gescheitertes oder nicht vorhandenes Krisenmanagement	Mündliche Präsentation+Powerpoint	2 Std.

### Literatur

Avenarius, Horst, *Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*, 3. Auflage, WBG, Darmstadt, 2008.

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

Abrudan, Mirela, „Online Public Relations: Opportunities and Threats for Corporate Communication“, in Balaban, Delia Cristina/Hosu, Ioan/ Mucundorfeanu Meda (Hrsg.), *PR Trend. New Media: Challenges and Perspectives*, Mittweida: Mittweida Hochschulverlag, 2013, S. 107-116.

Balaban, D.C., Abrudan, M.C., Iancu, I., Irimieș, C., „Online Communication and PR in Romanian Public Administration. The Case Study of Public Institutions from Transylvania“, in *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 47E (2016): 20-34.

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

Hoffjan, Olaf, *Journalismus und Public Relations. Ein Theorienentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten*, 2., erweiterte Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2007.

Neuberger, Christoph, „Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs“, in Neuberger, C., Nuernbergk, C., Rischke, M. (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009, S. 19-107.

Newsom, Doug, Turk Vanslyke, Judy, Kruckeberg, Dean, *Totul despre Relații Publice*, Polirom, Iași 2003.

Röttger, Ulrike (Hrsg.), *Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung*, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009.

Ruisinger, Dominik, *Online Relations. Leitfaden für moderne PR im Netz*, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2007.

Rus, Flaviu Călin, *Relații Publice și Publicitate – metode și instrumente*, Institutul European, Iași, 2004, p.6-129.

Schindler, M.C., Liller, T., *PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis*, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, Köln: O'Reilly Verlag, 2012.

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.

<b>8.2 Seminar</b>	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Krisen-PR als Teilbereich der	Erklärung der Konzepte: Krise,	1 Std.

Öffentlichkeitsarbeit	öffentliche vs veröffentlichte Meinung, Krisenkommunikation, Krisen-PR	
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, Meinungsleader, 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 Kommunikationsinstrumente; Beispiele von intern gut gemanageten Krisen vs gescheitertes oder fehlendes internes Krisenmanagement	2 Std.
6. Die Pressekonferenz als Instrument der Krisen-PR	Problematisierung 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.

--	--	--

## Literatur

Avenarius, Horst, *Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*, 3. Auflage, WBG, Darmstadt, 2008.

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

Abrudan, Mirela, „Online Public Relations: Opportunities and Threats for Corporate Communication“, in Balaban, Delia Cristina/Hosu, Ioan/ Mucundorfeanu Meda (Hrsg.), *PR Trend. New Media: Challenges and Perspectives*, Mittweida: Mittweida Hochschulverlag, 2013, S. 107-116.

Balaban, D.C., Abrudan, M.C., Iancu, I., Irimieș, C., „Online Communication and PR in Romanian Public Administration. The Case Study of Public Institutions from Transylvania“, in *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 47E (2016): 20-34.

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

Hoffjan, Olaf, *Journalismus und Public Relations. Ein Theorienentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten*, 2., erweiterte Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2007.

Neuberger, Christoph, „Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs“, in Neuberger, C., Nuernbergk, C., Rischke, M. (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009, S. 19-107.

Newsom, Doug, Turk Vanslyke, Judy, Kruckeberg, Dean, *Totul despre Relații Publice*, Polirom, Iași 2003.

Röttger, Ulrike (Hrsg.), *Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung*, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009.

Ruisinger, Dominik, *Online Relations. Leitfaden für moderne PR im Netz*, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2007.

Rus, Flaviu Călin, *Relații Publice și Publicitate – metode și instrumente*, Institutul European, Iași, 2004, p.6-129.

Schindler, M.C., Liller, T., *PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis*, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, Köln: O'Reilly Verlag, 2012.

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.

## 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	Überprüfung der erworbenen Fachkenntnisse	Endbewertung	50% der Endnote
10.5 Seminar	Analyse der Kommunikationsstrategie von Systemen in Krisensituationen	Projekt: multimediale Präsentation	50% der Endnote
10.6 Minimale Leistungsstandards	An Seminaraktivitäten teilzunehmen		

Vorlesungsverantwortlicher,  
Seminarverantwortlicher  
Name, Vorname und Unterschrift:  
Doz. Dr. Mirela Abrudan



Prof. Dr. Ioan Hosu, Leiter DCRPP



Datum  
1.10.2024