

## 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	Bachelorstudium
1.6 Studiengang / Qualifikation	Kommunikationswissenschaft und Öffentlichkeitsarbeit, deutsche Studienlinie
1.7 Studienform	Vollzeitstudium

### 2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung	Werbekommunikation		ULG4208				
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Prof. Dr. Delia Cristina Balaban (Bălaş)						
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Lektor Dr. Julia Szambolics						
2.4 Studienjahr	I	2.5 Semester	II	2.6 Prüfungsform	E	2.7 Art der LV	DF

### 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	56	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	28
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbücher, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					4
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					7
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					
Tutorien					
Prüfungen					
Andere Tätigkeiten: .....					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	11				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	56				
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

<b>Berufliche Kompetenzen</b>	<p>1. <i>Wissen und Verstehen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertrautheit mit den Werbemitteln verschiedener Medien; Allgemeinwissen im Bereich; Vertrautheit mit den Definitionen, Elementen, Regeln und Strategien der Werbestrategien;</li> </ul> <p>2. <i>Erkennen und Verwerten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erkennen der unterschiedlichen Anwendungsbereichen der Werbestrategien</li> </ul> <p>3. <i>Anwendung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkrete Anwendungsmethoden; Beispiele von Werbekampagnen; Durchführung von Studien anhand von Werbestrategien</li> </ul> <p>4. <i>Einstellung</i></p> <p>Interesse gegenüber der Werbekommunikation</p>
<b>Transversale Kompetenzen</b>	<p>Das realistische Lösen - mit sowohl theoretischer als auch praktischer Argumentation-einiger herkömmlicher professionellen Situationen im Sinne ihrer effizienten und deontologischen Verwaltung</p> <p>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>• Vertrautheit mit den Theorien bezüglich der Werbestrategien</li> </ul>
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerben einer Fachsprache</li> <li>• Entwicklung einer kritischen und analytischen Denkweise</li> <li>• Verwendung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, einschließlich der <i>New Media</i></li> <li>• Beschreiben der unterschiedlichen Zielgruppen</li> <li>• Kennen der Hauptelemente einer Werbekampagne und Anwendung dieser in den Seminarprojekten</li> </ul>

## 8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung	Mündliche und Multimediapräsentation	
2. Die Werbeagentur	Mündliche und Multimediapräsentation	
3. Der Marketingmix, die Funktionen der Werbung, Werbearten	Mündliche und Multimediapräsentation	
4. Die Rolle der Kreativität in der Werbung	Mündliche und Multimediapräsentation	
5. Der Imagebegriff, Image-Transfer	Mündliche und Multimediapräsentation	
6. Die Positionierung	Mündliche und Multimediapräsentation	
7. Die Werbeplanung	Mündliche und Multimediapräsentation	
8. Teilprüfung für 20% der Note	Teilprüfung	
9. Die Werbestrategie	Mündliche und Multimediapräsentation	

10. Die Elemente der Werbekampagne	Mündliche und Multimediapräsentation	
11. Werbung in den Sozialen Medien I	Mündliche und Multimediapräsentation	
12. Werbung in den Sozialen Medien II	Mündliche und Multimediapräsentation	
13. Wiederholung	Mündliche und Multimediapräsentation	
14. Teilprüfung für 40% der Note	Teilprüfung	

**Literatur:**

Balaban, Delia Cristina, *Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media*, Polirom, Iași, 2009.

Petre, Dan și Dragoș Iliescu, *Psihologia reclamei*, comunicare.ro, 2006

Petrescu, Dacina Crina, *Creativitate si investigare in Publicitate*, Carpatica, Cluj-Napoca, 2002.

Russel, Thomas, Lane, Ronald, *Manual de publicitate*, Editura Teora, 2002

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung	Vortrag und Debatte	
2. Die Werbestrategie	Vortrag und Debatte	
3. Das kreative Briefing	Vortrag und Debatte	
4. Die Werbekreation	Vortrag und Debatte	
5. ATL Werbung	Vortrag und Debatte	
6. BTL Werbung	Vortrag und Debatte	
7. Guerilla Marketing	Vortrag und Debatte	
8. Übung zur Identifizierung von Brands	Vortrag und Debatte	
9. Wiederholung	Vortrag und Debatte	
10. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
11. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
12. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
13. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
14. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	

**Literatur:**

Beck, Klaus (2007): *Kommunikationswissenschaft*, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz;

Kloss, Ingomar (2012): *Werbung. Handbuch für Studium und Praxis*, 5. Auflage, Franz Vahlen Verlag, München;

**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	40%
10.5 Seminar / Übung		Projekte und Teilprüfungen	60%
10.6 Minimale Leistungsstandards			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umgang mit den gelernten Begriffen, theoretisch als auch beim Lösen der Übungen</li> </ul>			