

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	Bachelorstudium
1.6 Studiengang/ Qualifikation	PR (Öffentlichkeitsarbeit) und Werbung, deutschsprachige Studienlinie
1.7 Studienform	Vollzeitstudium

2. Angaben zum Studienfach

2.1. LV- Bezeichnung	Interne Unternehmenskommunikation			Code des Studienfachs	ULG4314			
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 Verbindlichkeit	DS DO

3. Geschätzter Workload 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 Handbücher, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					42
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					38
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					38
Tutorien					2
Prüfungen					6
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium					84
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester					154
3.9 Leistungspunkte					5

4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vorhanden
4.2 kompetenzbezogen	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vorhanden

5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vorhanden
5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vorhanden

6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Berufliche Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Die Identifikation und die Beschreibung des Kommunikationsverfahrens innerhalb der lokalen, nationalen und multinationalen Unternehmen. • Die Anpassung der technischen, taktischen und strategischen Instrumente der PR bei der Internationalisierung der Arbeit in Unternehmen • Die Messung der öffentlichen Wahrnehmung des Images eines Unternehmens im Kontext der Globalisierung anhand von Umfragen, statistischen und qualitativen Analysen. • Die Erstellung und Verwendung verschiedener Forschungsinstrumente bei der Analyse von internen Kommunikationsinstrumente innerhalb eines Unternehmens • Die Fähigkeit, die passenden Kommunikationsmittel zu wählen um die Angestellten zu motivieren, fokussieren und um ihr Zugehörigkeitsgefühl zu wecken.
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Das Lösen herkömmlicher professioneller Situationen im Sinne der effizienten und deontologischen Behandlung der Aufgaben • Die Fähigkeit glaubwürdige Materialien auszuwählen und erstellen • Die Fähigkeit glaubwürdige Synthesen und Analysen durchzuführen

7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von analytischen Fähigkeiten um die internen Kommunikationselemente zu identifizieren damit die Arbeitsverhältnisse zwischen den Mitarbeitern verbessert werden
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Die Einsetzung verschiedener Methoden und Bewertungsmodellen der PR und des Kommunikationsmanagements, wie z.B. SWOT, SMART etc. • Die Planung und Verwaltung der internen PR-Arbeit und des Umgangs mit möglichen internen Kommunikationsfehlern und Krisensituationen • Die Erstellung und Umsetzung einer Forschungsmethodologie für die Analyse der internen Kommunikation

8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung. Unternehmen und Kommunikation. Definitionen und Typen von Kommunikation bzw. Unternehmen	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
2. Kommunikationsstrategien in Unternehmen	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
3. Organisationsklima	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
4. Kultur und Kommunikation – Unternehmenskultur, Kulturtypen und Elemente einer Kultur	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
5. Anspruchsgruppen der internen Unternehmenskommunikation: Identifikation, Differenzierung und Bewertung legitimer	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden

Interessen		
6. Themen gesteuerte Auswahl der Instrumente bei der Umsetzung der internen Unternehmenskommunikation	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
7. Führungskräftekommunikation: Aufbau und Einsatz von Meinungsführern. Führungsstyle.	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
8. Management vs Leadership. Die Kompetenzen einer Führungsperson	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
9. Informationsmanagement	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
10. Motivation und Zufriedenheit im Unternehmen	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
11. Formelle Kommunikation	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
12. Informelle Netzwerke ("the company behind the chart")	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
13. Kommunikationsnetzwerke	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden
14. Kommunikationscontrolling hinsichtlich eines effektiven und effizienten Kommunikationsmanagements	Vortrag, Präsentation, Gespräche und Diskussionen	2 Stunden

Literatur

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

Ulrike Buchholz, Susanne Knorre, *Grundlagen der internen Unternehmenskommunikation*, Helios Media GmbH, Berlin, 2010.

Ervin Goffman, *Aziluri*, Polirom, Iași, 2004. (Kapitel *Despre caracteristicile instituțiilor totale*, S. 13-115.)

Geert Hofstede, *Culture's consequences*, Sage, London, 1980, verfügbar auf <http://books.google.com/>

Hofstede, G, Neuijen, B, Daval Ohayv, D., Sanders, G. Measuring organizational cultures: a qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 35, 1990

Werner Kirsch, David Seidel, van Aaken Dominik, *Unternehmensführung. Eine evolutionäre Perspektive*, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2009.

Van Maanen, J., Schein, E.H. Toward a Theory of Organizational Socialization, MIT

Manfred Piwinger, Ansgar Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation*, Wiesbaden, 2007.

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

W. Richard Scott, *Instituții și organizații*, Polirom, Iași, 2004.

Siegfried Schick, *Interne Unternehmenskommunikation*, 4. überarb. und aktualisierte Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2010.

Ștefan Stanciu, Mihaela Alexandra Ionescu, *Cultură și comportament organizațional*, comunicare.ro, București: 2005.

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Unternehmen. Arten von Unternehmen, Unternehmenskultur und nationale Kultur, multikulturelles Management	Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden
2. Unternehmenskultur, Typen der Kultur, Elemente einer Kultur, Berufskultur der Werbetreibenden, Kultur und Konsum	Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden
3. Organisatorische Sozialisierung, Taktik und Schwierigkeiten. Formell und informell in Unternehmen	Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden
4. Führungsarten	Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden
5. Motivation und Mitarbeiterzufriedenheit	Nachweis anhand eines Versuchs. Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden
6. Mobbing während der Arbeitszeiten	Nachweis anhand eines Versuchs. Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden
7. Teamarbeit, Kreativität in einem Team, Team-Building	Nachweis anhand eines Versuchs. Diskussionen anhand der Fallstudien und der theoretischen Materialien die den Studenten zur Verfügung stehen	2 Stunden

Literatur

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

Ulrike Buchholz, Susanne Knorre, *Grundlagen der internen Unternehmenskommunikation*, Helios Media GmbH, Berlin, 2010.

Ervin Goffman, *Aziluri*, Polirom, Iași, 2004. (Kapitel *Despre caracteristicile instituțiilor totale*, S. 13-115.)

Geert Hofstede, *Culture's consequences*, Sage, London, 1980, verfügbar auf <http://books.google.com/>

Hofstede, G, Neuijen, B, Daval Ohayv, D., Sanders, G. Measuring organizational cultures: a qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 35, 1990

Werner Kirsch, David Seidel, van Aaken Dominik, *Unternehmensführung. Eine evolutionäre Perspektive*, Schäffer-Poschel, Stuttgart, 2009.

Van Maanen, J., Schein, E.H. Toward a Theory of Organizational Socialization, MIT

Manfred Piwinger, Ansgar Zerfaß (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation*, Wiesbaden, 2007.

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

W. Richard Scott, *Instituții și organizații*, Polirom, Iași, 2004.

Siegfried Schick, *Interne Unternehmenskommunikation*, 4. überarb. und aktualisierte Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2010.

Ștefan Stanciu, Mihaela Alexandra Ionescu, *Cultură și comportament organizațional*, comunicare.ro, București: 2005.

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

Grundsätzlich sind die Inhalte dieses Fachs auf zwei Ebenen wichtig:

- Als Angestellte in welchem Bereich eines Unternehmens, werden unsere Absolventen in der Lage sein, die Verhältnisse zwischen ihnen, ihren Kollegen und ihren Vorgesetzten, sowie zwischen Unternehmen und Stakeholdern allgemein zu verstehen.
- Als Angestellte im Bereich der internen Kommunikation, werden unsere Absolventen, dank der internen Kommunikationsmodelle, in der Lage sein die Produktivität zu steigern, und das Mitgehörigkeitsgefühl der Angestellten zu stärken.

In diesem Sinne ist dieses Fach relevant auch für die Arbeitgeber.

10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung	Prüfung	schriftlich	50%
10.5 Übung	Projekt	Power Point und mündlicher Vortrag	50%

10.6 Minimale Leistungsstandards

Minimale Leistungsstandards bei der Vorlesung: Erfassung von kohärenten Antworten anhand von erlernten Kenntnissen.

Minimale Leistungsstandards beim Projekt: Der Student ist in der Lage die Information kritisch zu hinterfragen und zusammenzufassen anhand von mindestens vier Büchern aus der Literaturvorlage.