

## 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	Medienkommunikation		ULG4312				
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Prof. Dr. Delia Cristina Balaban (Bălaş)						
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Lektor Dr. Julia Szambolics						
2.4 Studienjahr	II	2.5 Semester	III	2.6 Prüfungsform	E	2.7 Art der LV	DS

### 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					3
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					6
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					
Tutorien					
Prüfungen					
Andere Tätigkeiten: .....					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	9				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	42				
3.9 Leistungspunkte	5				

### 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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifizieren und verstehen der Theorien bezüglich der Medienkommunikation, Mediensysteme, deren Dynamik und die Wirkungen der Medienkommunikation</li> <li>• Identifizieren und anwenden der wichtigsten Theorien bezüglich der Eingrenzung der Zielgruppe, der Dynamik verschiedenster Zielgruppen</li> <li>• Identifizieren spezifischer Eigenschaften der verschiedenen Kommunikationsmittel</li> <li>• Identifizieren verschiedener Medien</li> <li>• Professionalisierte Verwendung der Indikatoren der Medienpläne (Reichweite, Frequenz usw)</li> </ul> <p>Erstellung von Portfolien bezüglich der Mediendimension einer professionalisierten Kommunikationshandlung</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 Medienkommunikation und der Medienwirkungen</li> </ul>
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerben einer Fachsprache</li> <li>• Verwendung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, einschließlich der <i>New Media</i></li> <li>• Beschreiben der unterschiedlichen Zielgruppen</li> <li>• Aufstellen einer Werbe-, PR-Strategie</li> </ul>

## 8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung in die Medienkommunikation	Mündliche und Multimedialpräsentation	
2. Mediengeschichte	Mündliche und Multimedialpräsentation	
3. Paradigmen der Kommunikationswissenschaft	Mündliche und Multimedialpräsentation	
4. Paradigmen der Kommunikationswissenschaft	Mündliche und Multimedialpräsentation	
5. Theorien bezüglich der Mediennutzung I	Mündliche und Multimedialpräsentation	
6. Theorien bezüglich der Mediennutzung II	Mündliche und Multimedialpräsentation	
7. Theorien bezüglich der Mediennutzung III	Mündliche und Multimedialpräsentation	
8. Theorien bezüglich der Nachrichtenselektion	Mündliche und Multimedialpräsentation	

9. Theorien bezüglich der Medienwirkungen I	Mündliche und Multimedialpräsentation	Aspekte aus den SM werden berücksichtigt.
10. Theorien bezüglich der Medienwirkungen II	Mündliche und Multimedialpräsentation	Aspekte aus den SM werden berücksichtigt.
11. Theorien bezüglich der Medienwirkungen III	Mündliche und Multimedialpräsentation	Aspekte aus den SM werden berücksichtigt.
12. Theorien bezüglich der Medienwirkungen IV	Mündliche und Multimedialpräsentation	Aspekte aus den SM werden berücksichtigt.
13. Theorien bezüglich der Medienöffentlichkeiten I	Mündliche und Multimedialpräsentation	
14. Theorien bezüglich der Medienöffentlichkeiten II	Mündliche und Multimedialpräsentation	

### Literatur

Balaban, Cristina Delia (2009): *Medienkommunikation*, Mittweida Hochschulverlag, Mittweida;

Balaban, Delia Cristina (2007): *Locul și rolul British Cultural Studies în cercetarea efectelor media*, în: *Revista Transilvană de științele comunicării*, nr.4/2007, p. 30-35.

Balaban, Delia Cristina (2008): *Noi teorii în cercetarea efectelor comunicării media. Framing sau teoria cadrelor de interpretare*, în *Revista Media*, nr. 2/2008.

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

Coman, Mihai (1999), *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași.

DeFleur, Melvin / Ball-Rockeach, Sandra (1999): *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iași.

Dobrescu Paul/ Bârgăoanu, Alina/ Corbu Nicoleta (2007): *Istoria comunicării*, editura comunicare.ro, București.

John, N. A. (2016). *The Age of Sharing*. Polity Press

Kunczik, Michael/ Zipfel, Astrid (1998), *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Presa Universitară Clujeană.

McQuail, Denis /Windhal, Sven (2004): *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, editura comunicare.ro, București.

Van Dick, Jose (2013). *The Culture of Connectivity. A critical History of Social Media*, Oxford University Press.

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung in die Massenmedien	Vortrag und Debatte	
2. Die Massenmedien in Rumänien	Vortrag und Debatte	
3. Traditionelle Massenmedien und New Media	Vortrag und Debatte	
4. Social Media. Die Blogs und deren Glaubwürdigkeit	Vortrag und Debatte	
5. Theorien bezüglich der starken Medienwirkungen	Vortrag und Debatte	
6. Theorien bezüglich der begrenzten Medienwirkungen	Vortrag und Debatte	
7. Theorien bezüglich der schwachen Medienwirkungen	Vortrag und Debatte	
8. Die Agenda-Setting Theorie	Vortrag und Debatte	
9. Die Theorie der Schweigespirale	Vortrag und Debatte	
10. Das Uses-and-Gratifications Modell	Vortrag und Debatte	
11. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
12. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
13. Vorstellung Projekte	Vortrag und Debatte	
14. Wiederholung	Vortrag und Debatte	

### Literatur

Balaban, Cristina Delia (2009): *Medienkommunikation*, Mittweida Hochschulverlag, Mittweida;

**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	60%
10.5 Seminar / Übung		Projekte und Vorträge der Studenten	40%
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>			