

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	Techniken der Medienvermarktung		ULG4521
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Prof. Dr. Delia Cristina Balaban (Bălaş)		
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Lektor Dr. Meda Mucundorfeanu		
2.4 Studienjahr	III	2.5 Semester	V
2.6 Prüfungsform	E	2.7 Art der LV	DS

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	Die Teilnahme an diesem Fach ist bedingt durch die bestandenen Prüfungen in den Fächern Einführung in die Kommunikationswissenschaft (1. Jg., 1. Sem.), Werbekommunikation (Jg. 2, Sem. 2), Medienkommunikation (Jg. 2, Sem. 2).
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	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Wissen und Verstehen</i> <ul style="list-style-type: none"> - Vertrautheit mit den Werbemitteln verschiedener Medien; Allgemeinwissen im Bereich; Vertrautheit mit den Definitionen, Elementen, Regeln und Strategien der Werbestrategien; 2. <i>Erkennen und Verwerten</i> <ul style="list-style-type: none"> - Erkennen der unterschiedlichen Anwendungsbereichen der Werbestrategien 3. <i>Anwendung</i> <ul style="list-style-type: none"> - Konkrete Anwendungsmethoden; Beispiele von Werbekampagnen; Durchführung von Studien anhand von Werbestrategien 4. <i>Einstellung</i> <ul style="list-style-type: none"> - Interesse gegenüber der Werbekommunikation
Transversale Kompetenzen	<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"> • Vertrautheit mit den Theorien bezüglich der Werbestrategien
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Erwerben einer Fachsprache • Entwicklung einer kritischen und analytischen Denkweise • Verwendung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien, einschließlich der <i>New Media</i> • Beschreiben der unterschiedlichen Zielgruppen

8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung in die Werbung	Mündliche und Multimedialpräsentation	
2. Sponsoring	Mündliche und Multimedialpräsentation	
3. Direktes Marketing	Mündliche und Multimedialpräsentation	
4. Produktplatzierung	Mündliche und Multimedialpräsentation	
5. Verkaufsförderung	Mündliche und Multimedialpräsentation	
6. Unkonventionelle Werbeformen: Guerilla Marketing	Mündliche und Multimedialpräsentation	
7. Werbung und Social Media	Mündliche und Multimedialpräsentation	

8. Werbung auf Facebook, Instagram	Mündliche und Multimediapräsentation	
9. Werbung, Blogging, Vlogging	Mündliche und Multimediapräsentation	
10. Werbung auf Youtube	Mündliche und Multimediapräsentation	
11. Influencer Marketing	Mündliche und Multimediapräsentation	
12. In-bound Marketing	Mündliche und Multimediapräsentation	
13. BTL	Mündliche und Multimediapräsentation	
14. Wiederholung	Mündliche und Multimediapräsentation	

Literatur:

Balaban, Delia Cristina (2009): *Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media*, Polirom, Iași (Kap.7);
Balaban, Delia Cristina/Iancu, Ioana/Meza, Radu (2010): *PR, publicitate și new media*, Tritonic, București;
Bădău, Horea (2013) *Tehnici de comunicare in social media*, Polirom;
John, N. A. (2016). *The Age of Sharing*, Polity Press;
Kloss, Ingomar (2012): *Werbung. Handbuch für Studium und Praxis*, 5. Auflage, Franz Vahlen Verlag, München;
Petre, Dan și Dragoș Iliescu (2006): *Psihologia reclamei*, comunicare.ro;
Petrescu, Dacinia Crina (2002): *Creativitate si investigare in Publicitate*, Carpatica, Cluj-Napoca;
Russel, Thomas, Lane, Ronald (2002): *Manual de publicitate*, Editura Teora;
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. BTL Werbung	Vortrag und Debatte	
2. Sponsoring	Vortrag und Debatte	
3. Produktplatzierung	Vortrag und Debatte	
4. Direktes Marketing	Vortrag und Debatte	
5. Influencer Marketing	Vortrag und Debatte	
6. Verkaufsförderung	Vortrag und Debatte	
7. Eventmarketing	Vortrag und Debatte	
8. Virales Marketing	Vortrag und Debatte	
9. Experimentelles Marketing	Vortrag und Debatte	
10. Wiederholung	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	60%
10.5 Seminar / Übung		Projekte und Vorträge der Studenten	40%
10.6 Minimale Leistungsstandards			
<ul style="list-style-type: none">• Umgang mit den gelernten Begriffen, theoretisch als auch beim Lösen der Übungen			