

Für alle Studiengänge

Betreuung von Abschlussarbeiten

Master-, Bachelor- und Magisterarbeiten werden von mir in den auslaufenden Studiengängen PR/Kommunikationsmanagement (Bakkalaureat), Kommunikations- und Medienwissenschaft (Magister/Hauptfach, Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit/PR) und Politikwissenschaft (Magister/Diplom; Hauptfach) sowie im Studiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft (Bachelor) und Communication Management (Master) betreut.

Aufgrund der begrenzten Kapazitäten können derzeit maximal 10 Arbeiten pro Prüfungstermin angenommen werden, d. h. es werden bis zu 20 Arbeiten pro Jahr betreut.

THEMENFINDUNG UND VORBESPRECHUNG

Bei Interesse legen Sie bitte frühzeitig (rund 2 Monate vor dem Anmeldeschluss beim Prüfungsamt; d. h. bis Ende Juli bzw. Ende Januar) einen Themenvorschlag mit Expose, Gliederung und persönlichen Angaben (CV in Kurzform, bisherige Studienleistungen, ausgefülltes Formular „Vorbesprechung Abschlussarbeit“) vor und kommen Sie anschließend in die Sprechstunde. Erfahrungsgemäß sind mehrere Wochen für die nachfolgende Diskussion und Fokussierung einzuplanen. Es kann sich auch zeigen, dass eine Idee nicht trägt und Sie umsteuern müssen, ggf. auch ein anderes Themengebiet und damit ein anderer Betreuer in Frage kommt. Planen Sie dies unbedingt ein.

Bevorzugt werden Themen aus den von mir betreuten Kompetenzfeldern Strategie & Wertschöpfung, Innovation & Technologie, Online-Kommunikation sowie Politischer Kommunikation. Projekte mit Praxispartnern sind sehr erwünscht. Inhaltliche Anknüpfungspunkte finden Sie sowohl in den aktuellen Hauptseminaren als auch in einer Liste mit konkreten Themenvorschlägen, die am Lehrstuhl aushängt.

ANMELDUNG

Die Zusage zur Betreuung einer Abschlussarbeit kann nur aufgrund eines gemeinsam verabschiedeten Exposés gegeben werden. Sie wird verbindlich, wenn die Prüfungsanmeldung rechtzeitig vor dem Ende der Anmeldefrist von mir unterzeichnet wird. Bitte beachten Sie die hierzu die Sprechstunden und Erreichbarkeit insbesondere während der Semesterferien. Nachträgliche Anmeldungen/Unterschriften sind nicht möglich.

EXAMENSCOLLOQUIUM

Nach Ablauf der Anmeldefrist werden alle Bearbeiterinnen und Bearbeiter zu dem in jedem Semester durchgeführten Examenscolloquium eingeladen. Die Teilnahme ist verpflichtend für alle, die mich als Erstkorrektur gewählt haben, und wird empfohlen für alle, bei denen die Zweitkorrektur übernommen wird. Hier bietet sich die Möglichkeit, die Arbeiten zur Diskussion zu stellen sowie grundsätzliche Fragen zur Erstellung der Abschlussarbeit zu klären.

ABSCHLUSSARBEITEN IM WS 2006

Magisterarbeiten		
1	Kress, Wibke	Kampagnen in der Standortkommunikation – Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung am Beispiel der Kampagnen von Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt
2	von Oehsen, Oliver	Lobbying in Berlin – Theoretische Bestandsaufnahme und explorative Untersuchung des Berufsfelds
3	Rettmann, Anja	Dialogorientierte Kampagnen. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozialkampagne „In was für einer Gesellschaft wollen wir leben?“ der Aktion Mensch
4	Schirbel, Sandra	Interne Kommunikation und Mitarbeiterzeitschriften. Image- und Akzeptanzanalyse am Beispiel der Sachsen LB
5*	Eidler, Janine	Public Relations interkulturell – eine qualitative Analyse deutscher und französischer Unternehmenskommunikation im jeweiligen Nachbarland
6*	Schmidt, Alice	Auf der Suche nach dialogorientierter Kommunikation: Strategien europäischer Lebensmittelunternehmen im Umgang mit kritischen Stakeholdern
7*	Richter, Andreas	Einsatz von Multiplikatoren als Instrument persönlicher Kommunikation in organisatorischen Veränderungsprozessen
8*	Lüß, Gesa	Nation Branding als interdisziplinäres Phänomen – eine theoretische Annäherung aus der Perspektive von Public Relations und Politikwissenschaft mit einem Praxisbeispiel
9*	Schneider, Michael	Partizipation und Technik – Legitimationsprobleme in der Technologiepolitik
10*	Wetzig, André	Der Fall Welteke. Vertrauensverlust im Schlaglicht der Öffentlichkeit
Bachelorarbeiten		
11	Zeisler, Ella Katharina	TV-Formate als Instrument der strategischen Kommunikationspolitik am Beispiel der IHK Frankfurt/Oder
12	Bogosyan, Janine	Forschungssponsoring als PR-Instrument – Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung einer Blog-Studie für ask.com Deutschland
13	Steinbach, Tina	Marken-PR im virtuellen Raum. Ein Konzept für die Kundenkommunikation von „Du darfst“ in der Online-Welt „Second Life“
14*	Hacker, Patrick	Das Glashaus-Axiom in der Praxis. Der Wandel von Bacardi zum CSR-orientierten Unternehmen
15*	Dausenau, Jens	Interne Innovationskommunikation: Ein Konzeptentwurf für die Beiersdorf AG
16*	Baumann, Gitta	Internet-TV – Neue Technologien bieten neue Möglichkeiten: Ein Konzept zur Integration und Planung von Internettelefonie beim größten deutschen Internetportal für Patienten „Qualimedica“

* Zweitkorrektur