

## Lehrveranstaltungen WS 2006

### Examens-Colloquium (S)

#### KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT (MAGISTER/ B.A. PR), HAUPTSTUDIUM

Dienstag 17-19 Uhr, Seminargebäude SG 02-61/62, Beginn: 17.10.2006

Prof. Dr. Günter Bentele/Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Das Colloquium ist Pflicht für alle, die eine von Prof. Bentele oder Prof. Zerfaß betreute Arbeit angemeldet haben oder demnächst anmelden werden.

#### Zeitplan und Themen

17.10.	Einführung und Themen-/Zeitplanung	Günter Bentele Ansgar Zerfaß
24.10.	Krisenkommunikation bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006: Prozessanalyse von Aktivitäten sächsischer Behörden	Madlen Manteufel
	TV-Formate als Instrument der strategischen Kommunikationspolitik am Beispiel der IHK Frankfurt/Oder	Katharina Zeisler
07.11.	PR-Forschung zwischen Theorie und Praxis – Analyse eine Beziehung	Jens Seiffert
	Einsatz von Multiplikatoren als Instrument persönlicher Kommunikation in organisatorischen Veränderungsprozessen	Andreas Richter
14.11.	Lobbying in Berlin – Theoretische Bestandsaufnahme und explorative Untersuchung des Berufsfelds	Oliver von Oehsen
21.11.	Diskussion allgemeiner Fragen zum wissenschaftlichen Arbeiten / Erfahrungsaustausch	Alle
28.11.	Marken-PR im virtuellen Raum. Ein Konzept für die Kunden- kommunikation von „Du darfst“ in der Online-Welt „Second Life“	Tina Steinbach
	Internet-TV – Neue Technologien bieten neue Möglichkeiten: Ein Konzept zur Integration und Planung von Internetfernsehen beim größten deutschen Internetportal für Patienten „Qualimedica“	Gitta Baumann

	Interne Kommunikation und Mitarbeiterzeitschriften. Image- und Akzeptanzanalyse am Beispiel der Sachsen LB	Sandra Schirbel
05.12.	Der Fall Welteke. Vertrauensverlust im Schlaglicht der Öffentlichkeit	André Wetzig
	Forschungssponsoring als PR-Instrument – Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung einer Blog-Studie für ask.com Deutschland	Janine Bogosyan
12.12.	Psychologie und PR – Analyse psychologischer Ansätze hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit auf PR	Heike Friedewald
	Dialogorientierte Kampagnen. Eine Fallstudie am Beispiel der Sozialkampagne „In was für einer Gesellschaft wollen wir leben?“ der Aktion Mensch	Anja Rettmann
19.12.	Das Glashaus-Axiom in der Praxis. Der Wandel von Bacardi zum CSR-orientierten Unternehmen	Patrick Hacker
<i>Hinweis:</i>	<i>Termin ausnahmsweise von 17.00 bis 17.45h</i>	
09.01.	Die Geschichte der Pressemitteilung von den Anfängen bis zum Ende der Weimarer Republik	Matthias Hienzsch
	Kampagnen in der Standortkommunikation – Konzeptionelle Grundlagen und Umsetzung am Beispiel der Kampagnen von Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt	Wibke Kress
	Wenn man vom Wolfe spricht. Einsatz innovativer Kommunikationsinstrumente im Artenschutz am Beispiel von Wolfsschutzkampagnen	Izabela Skawinska
16.01.	Copy – it's your nature? Eine empirische Fallstudie zum Verhältnis von Journalismus und PR. Das Beispiel Games Convention 2006	Bianca Berger
	Schaffung und Verlust von Anlegervertrauen – Eine analytische Bestandsaufnahme mit Befragung verschiedener Anlegergruppen	Robert Zimmermann
	Public Relations interkulturell – eine qualitative Analyse deutscher und französischer Unternehmenskommunikation im jeweiligen Nachbarland	Janine Edler
23.01	PR-Forschung und -Lehre in Bulgarien. Bestandsaufnahme der Literatur und kritische Reflexion	Vesela Raynova
	Nation Branding als interdisziplinäres Phänomen – eine theoretische Annäherung aus der Perspektive von Public Relations und Politikwissenschaft mit einem Praxisbeispiel	Gesa Lüß
	Interne Innovationskommunikation: Ein Konzeptentwurf für die Beiersdorf AG	Jens Dausenau
	Abschlussdiskussion; danach informeller Ausklang	Alle
<i>Hinweis:</i>	<i>Die Kolloquien im Januar dauern bis ca. 19.15 Uhr (jeweils drei Referate)</i>	