

Detallierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Public Relations



1 Aufbau des Hochschulzertifikats Public Relations

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikats erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikats besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis
PR Grundlagen	Multiple-Choice-Klausur
PR Strategien	Multiple-Choice-Klausur
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus

6 ECTS
(150 Stunden)

2 Lernergebnisse

Die Studierenden haben:

- ✓ Kenntnisse der Grundzüge der Public Relations,
- ✓ Kenntnisse von Feldern und Problemen des Kommunikationsmanagements,
- ✓ Orientierungswissen über das Berufs- und Aufgabenfeld der PR-Arbeit,
- ✓ Kenntnisse der für Public Relations relevanten Strukturen und Prozesse im Mediensystem,
- ✓ Kenntnisse der Bedingungen und Herausforderungen sowie Strukturen und Prozesse von Public Relations,
- ✓ Kenntnisse der Erwartungen und Kriterien der Medienauswahl, die die Öffentlichkeit und die Mediennutzer anwenden,
- ✓ methodische Kompetenz zur Bestimmung von Kommunikationszielen und Zielgruppen, zur Identifizierung relevanter Medienplattformen sowie zur Entwicklung von Inhalten, die zu den Erwartungen der Nutzer passen,
- ✓ Kompetenz im strategischen Issue-Management, nämlich Themen zu identifizieren, die für die Öffentlichkeit, die Medien und die Unternehmensmarke gleichermaßen relevant sind,
- ✓ methodische Kompetenz zur Entwicklung und Umsetzung von Strategien im Bereich Public Relations in Zusammenarbeit zwischen einem Markenunternehmen und einer Kommunikationsagentur,
- ✓ die Kompetenz, die Beziehungen zwischen dem Mediensystem und den Unternehmensmarken aktiv und erfolgreich zu gestalten.

3 Lehrinhalte und Beurteilung

Lehrinhalte

- ✓ Überblick über Grundlagen der Public Relations
- ✓ Theorien und Ansätze von Public Relations und Content Marketing
- ✓ Begriffe und Funktionen der PR
- ✓ Öffentlichkeitsarbeit und Stakeholder-Management
- ✓ Strategie und Planung in der PR
- ✓ Ethik, Profession und Berufsfeldentwicklung und -perspektiven
- ✓ Spezielle Grundlagen des Kommunikationsmanagements
- ✓ Interne Kommunikation und Externe Kommunikation (Markt & Stakeholder)
- ✓ Routine- und Veränderungskommunikation
- ✓ Konflikt- und Krisenkommunikation
- ✓ Fakten, Narration und Sinnstiftung
- ✓ Informationswerte und Inszenierung
- ✓ Strukturen und Prozesse im Medien- und Journalismussystem
- ✓ Prozesse und Auswahlkriterien, die der Journalismus bei der Produktion von Nachrichten anwendet
- ✓ Erwartungen der Mediennutzer und Kriterien für die Medienauswahl aus Nutzersicht
- ✓ Strategien des Issue- und Content-Managements

Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit