

Wirtschaftskommunikation 5

Kursbeschreibung	Wirtschaftskommunikation Deutsch V	
Kursnummer	BÖK-050405S1.SN/11	
Fachbereich(e)	Hochschule für Wirtschaft – School of Business	
Name Studiengang /-gänge	Betriebsökonomie	
Art des Studiengangs	Bachelor	
Name Modul/Minor/Major	Wirtschaftskommunikation 5 (Total: 6 ECTS Credits)	
Modulniveau	<input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> I <input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S	
Modultyp	<input type="checkbox"/> C <input checked="" type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/> M	
ECTS-Credits	3 ECTS-Credits	
Gesamtarbeitsaufwand in Stunden (Kontaktstudium, begleitetes und individuelles Selbststudium)	Kontaktstudium:	27 h (36 Lektionen)
	Selbststudium:	63 h
	Total:	90 h
Verantwortliche Ansprechperson		
Telefon/E-Mail		
Lernziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • gewinnen einen vertieften Einblick in Kommunikationsprozesse sowie in die Psychologie der Gesprächsführung, des Verhandels und der Konfliktlösung (u. a. Transaktionsanalyse, NLP); • analysieren, verstehen und optimieren eigene und fremde Gesprächs- und Verhandlungsstrategien sowie das Verhalten in Konflikten; • trainieren relevante Gesprächsführungs- und Verhandlungsmodelle, bearbeiten Konflikte und streben nachhaltige Ergebnisse an (z. B. Win-win-Situationen); • beherrschen das Instrumentarium der Rhetorik und der Dialektik und können in herausfordernden Situationen sowie auf Manipulationsversuche adäquat reagieren. • kennen die Besonderheiten und den Einsatz der Textsorten Werbetext und Hypertext • können für die Marketingkommunikation zielgruppengerechte und wirkungsvolle Werbetexte verfassen • können für die interne und externe Online-Kommunikation (Intranet/Internet) zielgruppen- und mediengerechte Hypertexte erstellen 	
Lerninhalte	<p>Gesprächs- und Verhandlungsführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • kommunikationspsychologische Grundlagen der Gesprächs- und Verhandlungsmodelle • Selbst- und Rahmenklärung – «Setting» – Aktives Zuhören – Feedback • aktive Gesprächsgestaltung: gesprächsförderndes und -hemmendes Verhalten sowie Fragetechniken; Kenntnis unterschiedlicher Argumentationsmuster, Manipulationstechniken • berufsrelevante Gesprächs- und Verhandlungsstrukturen (z. B. Konflikt- und Kritikgespräch; Beratungs- und Qualifikationsgespräch u. a.; Lohnverhandlungen usw.) • Methoden der Konfliktbearbeitung • Moderationstechniken und Sitzungsleitung • Dokumentation der Prozesse und Ergebnisse <p>Textkompetenz 4 Texten für Kunden und Kundinnen Schreiben für Werbeprospekte, Werbetriebe, Direct-Mailings:</p>	

	<p>Merkmale und Einsatz der Werbesprache, Bausteine von Werbetexten, sprachliche Besonderheiten des Werbetextes, Text- und Bildsprache, Kreativitätstechniken für das Schreiben von Werbetexten</p> <p>Texten fürs Web Besonderheiten der Online-Kommunikation, Leseverhalten im Internet, Prosatext vs Hypertext, Hypertextstrukturen, Erstellen von Textbausteinen, Teasertexte, Verlinkungen, Gestaltungsgesetze für Internettexte, Suchmaschinenoptimierung mit den Mitteln der Sprache</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Grundlagenreferate Beispielanalysen Fallstudien Gruppen- und Einzelarbeiten und -trainings Videotraining und -analysen Vorlesung Lehrgespräch Kurzpräsentationen von Studierenden Lektüre Übungsaufgaben Lernkontrollen u. a. themenadäquate Methoden</p>
<p>Unterrichtssprache</p>	<p>Deutsch</p>
<p>Leistungsbewertung</p>	<p>Schriftliche Prüfung (60 Min.) sowie Präsentationsaufgabe (10 Min.)</p>
<p>Bibliographie</p>	<p>Gesprächs- und Verhandlungsführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Benien, Karl, 2003. Schwierige Gespräche führen. Modelle für Beratungs-, Kritik-, und Konfliktgespräche im Berufsalltag. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. • Fisher, Roger; Ury, W.; Patton, B. M., 2000. Das Harvard-Konzept. Frankfurt/M., New York: Campus. • Fisher, Roger; Shapiro, Daniel, 2007. Erfolgreicher Verhandeln mit Gefühl und Verstand. Frankfurt/M., New York: Campus. • Glasl, Friedrich, 2004. Selbsthilfe in Konflikten. 4., überarbeitete Auflage. Bern: Haupt Verlag. • Gordon, Thomas, 2005. Manager-Konferenz. Aktualisierte Neuauflage. München: Wilhelm Heyne. • Pawlowski, Klaus, 2005. Konstruktiv Gespräche führen. 4., aktualisierte Auflage. München, Basel: Ernst Reinhardt. • Seifert, Josef. W., 2006. Besprechungen moderieren. 10. völlig überarbeitete und erweiterte Neuauflage. Offenbach: Gabal. • Weisbach, Christian-Rainer, 2008. Professionelle Gesprächsführung. 7., vollständig überarbeitete Auflage. München: Deutscher Taschenbuch Verlag. <p>Textkompetenz 4 Pflichtlektüre Eigenes Skript</p> <p>Ergänzungslektüre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lenz, Heiko (2011): Suchmaschinenoptimiert Schreiben. Konstanz: UVK. • Winter, Jörn (Hrsg.) (2008): Handbuch Werbetext. 3. Auflage, Frankfurt: Deutscher Fachverlag. • Janich, Nina (2010): Werbesprache – ein Arbeitsbuch. 5. Auflage. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

	<ul style="list-style-type: none"> • Meier, K. (Hg, 2002): Internet-Journalismus. Konstanz: UVK. • Hooffacker, Gabriele (2010): Online-Journalismus. 3. Auflage, 2010, Berlin: Econ Verlag. • Saim, Rolf Alkan (2009): 1x1 für Online-Redakteure und Online-Texter. 2. Auflage. Göttingen: Business Village GmbH
Erforderliche Vorkenntnisse Modul(e) – Kurs(e)	Modul Wirtschaftskommunikation 4
Anschlussmodul(e) /-kurs(e)	
Bemerkungen	Diese Kursbeschreibung erlaubt einen «weissen Fleck», der es Dozierenden und Studierenden ermöglicht, auf aktuelle Themen und Ereignisse fachbezogen zu reagieren. Interkulturelle und genderorientierte Perspektiven gelten als themenübergreifende Prinzipien.