

Modul	Kommunikationsmanagement: Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit
Modulbereich	Public Management
EDV-Nummer	365615
Modulinhalte & Schwerpunktthemen	<p>Bibliotheken vermitteln nicht nur Information, sondern werden immer stärker zu kommunikativen Orten der Begegnung. Damit steigen auch die Anforderungen an eine professionelle Kommunikation in und von Bibliotheken. Allerdings haben die meisten Bibliotheken nur begrenzte Mittel dafür zur Verfügung. Deshalb sind die strategische Positionierung und die Wahl der Kommunikationsinstrumente und -methoden von entscheidender Bedeutung für die Sichtbarkeit einer Bibliothek. Gerade die Digitalisierung und Social Media führen zu einer Neubewertung klassischer Instrumente der Kommunikation, insbesondere durch die Zunahme des publizistischen Wettbewerbs und der stetigen Verknappung von Aufmerksamkeit durch neue kommunikative Angebote.</p> <p>In diesem Modul lernen Sie die Grundlagen moderner Öffentlichkeitsarbeit kennen und wenden diese für Ihre Organisation an. Typische Fragen, die wir in diesem Modul gemeinsam beantworten wollen, sind etwa:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Nach welchen Regeln publizieren Medien und Plattformen Inhalte? Wie lässt sich auch mit wenig Ressourcen eine agile Kommunikationsstrategie entwickeln? Welche "Stolperfallen" gibt es in der Kommunikation, auf die Bibliotheken besonders achten müssen?▪ Was macht ein wirkungsvolles Foto/Video aus und welche Aspekte muss ich bei einer Veröffentlichung beachten? Nach welchen Gestaltungsregeln kann ich auch mit "Bordmitteln" (z.B. Smartphone-Kamera) eine gute visuelle Wirkung erzeugen? Wie kann ich mit kostenlosen Werkzeugen ein Bild/Video nachbearbeiten?▪ Wie erstellt man gute crossmediale Inhalte (oder Content), der bei der Zielgruppe ankommt? Was macht einen guten Inhalt und Text aus? <p>Teilnehmer*innen sind eingeladen, ihre eigenen Fragen und kommunikative Problemstellungen einzubringen.</p>
Lernziele	<p>Nach erfolgreichem Besuch des Moduls sind Sie in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ die Zusammenhänge zwischen einem Kommunikationsziel, einer Strategie und deren Umsetzung bzw. Erfolgsmessung zu beschreiben,▪ die Bedeutung von Kommunikationsplattformen und deren Selektionsregeln zu verstehen,▪ visuelle Kommunikationsformen (Foto, Infografik, Abbildung, Video) als Kommunikationsinstrument angemessen einzusetzen,

- Qualitätskriterien von typischen Textformen der PR (Pressemitteilung, Interview, Bericht, Social Media Posts,) zu erkennen und diese Inhalte zielgruppengerecht einzusetzen.

Voraussetzungen & Vorkenntnisse	<p>Voraussetzung für die Teilnahme ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Dies weisen Sie mit Ihrem Hochschulzeugnis bei der Anmeldung (Upload) nach.</p> <p>Wir empfehlen eine mindestens einjährige Berufserfahrung, um einen gewinnbringenden Wissenstransfer auf Ihre berufliche Praxis zu gewährleisten.</p>
Umfang des Moduls	<p>Das Modul kombiniert 3 Präsenztage mit einer mehrmonatigen Online-Phase.</p> <p>Das Modul umfasst 6 ECTS. Dies entspricht einem Zeitaufwand für das gesamte Modul von ca. 180 Zeitstunden.</p>
Laufzeit des Moduls	<p>13.01.2023 – 31.03.2023</p>
Präsenztermine	<p>Freitag, 13.01.23, 13:00 – 18:00 Uhr (Einführung und Strategie, S. Sandhu) Samstag, 14.01.23, 09:00 – 14:00 Uhr (Textwerkstatt, K. Hassenstein) Freitag 24.02.23, 13:00 – 18:00 Uhr (AV-Werkstatt, T. Hafner)</p> <p>Online-Coaching Ergänzend und begleitend finden zu jedem Präsenztermin Online-Coaching-Termine statt, die mit den Teilnehmenden individuell vereinbart werden. Die vorgeschlagenen Coaching-Termin sind vorbehaltlich der Stundenplanung im Wintersemester und können sich verändern: Einführung und Strategie (Sandhu): Mo, 30.01.23, 17:00 – 20:00 Uhr Textwerkstatt (Hassenstein): Di, 07.02.23, 16:00 – 19:00 Uhr AV-Werkstatt (Hafner): individuelle Vereinbarung</p>
Lernsetting	<p>Das Modul setzt sich zusammen aus Präsenzveranstaltungen, modulbegleitenden Selbstlernphasen und Online-Meetings.</p> <p>Durch die projektorientierte Arbeit werden Ihre konkreten beruflichen Erfahrungen eingebunden. Sie werden in die Lage versetzt, auf Basis der erworbenen theoretischen Kenntnisse neue Impulse an Ihrem Arbeitsplatz zu setzen.</p>

Kosten & Finanzierung	<p>Die Gebühr für das Modul beträgt 600 Euro zzgl. 100 Euro Prüfungsgebühr. Verpflegung und Seminarunterlagen sind in den Teilnahmegebühren enthalten. Persönliche Aufenthalts- und Reisekosten sind von den Teilnehmenden selbst zu tragen.</p> <p>Kosten für Weiterbildung (Entgelte, Reise, Unterkunft) können steuerlich geltend gemacht werden. Weiterhin besteht die Möglichkeit, Bildungsurlaub zu beantragen.</p>
Zertifikat & optionale Prüfungsleistung	<p>Bei erfolgreichem Abschluss des Moduls mit einer Prüfungsleistung erhalten Sie ein Zertifikat der Hochschule der Medien, das Ihre erworbenen Kompetenzen und ECTS-Punkte bestätigt. Diese können im Master „Bibliotheks- und Informationsmanagement“ im Public Management angerechnet werden. Als optionale Prüfungsleistung bearbeiten Sie in Form einer schriftlichen Studienarbeit eine Fallstudie und Reflexion zu einem PR/Kommunikationsmanagement-Projekt und begleiten das durch ein Lerntagebuch aus der eigenen beruflichen Praxis. Für die erbrachten Prüfungsleistungen erwerben Sie 6 ECTS.</p> <p>Abgabetermin der Studienarbeit: 31.03.2023</p> <p>Daneben besteht die Möglichkeit, das Modul als Weiterbildung zu absolvieren und es mit einer Teilnahmebescheinigung, jedoch ohne Prüfung und ECTS Punkte, abzuschließen.</p>
Dozierende	<p>Thomas Hafner, Diplom-Photoingenieur Prof. Dr. Katrin Hassenstein Prof. Dr. Swaran Sandhu</p>
