Kommunikationsdesign II

Publizistische Berufspraxis zwischen Organisationen und öffentlichen Diskursen (Perspektiven)

Angebot für
Bisheriges Studienmodell > Art Education > Master Art Education > Kulturpublizistik > Kulturpublizistik

Nummer und Typ	mae-vpu-217.21F.001 / Moduldurchführung
Modul	Kommunikationsdesign II
Veranstalter	Departement Kulturanalysen und Vermittlung
Leitung	Peter Stücheli-Herlach
ECTS	2 Credits
Voraussetzungen	Erfahrungen in oder Interesse an praktischen Fragen der Organisationskommunikation und/oder Erfahrungen mit publizistischen Konzeptionsarbeiten generell.
Lehrform	Inputreferate; Fallanalysen; Designruns; Lektüre von Fachliteratur; Arbeit in Gruppen und im Plenum
Zielgruppen	Studierende des Master Art Education, Kulturpublizistik
Lernziele / Kompetenzen	Wissen über Designpraxis und Aufgabenstellungen strategischer Organisationskommunikation erwerben. Verfahren und Instrumente der Designpraxis in der Organisationskommunikation und/oder der Kulturpublizistik erproben. Typische Haltungen des «Design Thinking» kennenlernen und sich aneignen.
Inhalte	Designprozesse und -projekte Designpraxis in öffentlichen Diskursen u.a. des Kulturmanagements und der Kulturpolitik.
Bibliographie / Literatur	Aakhus, Mark. 2007. Communication as Design. Communication Monographs (74:1, 112-117). Stücheli-Herlach, Peter. 2018. Wertschöpfung als Wortschöpfung: Zur Modellierung des Sprachgebrauchs in der strategischen Organisationskommunikation. In Annika Schach & Cathrin Christoph (eds.), Handbuch Sprache in den Public Relations: Theoretische Ansätze – Handlungsfelder – Textsorten, 117-134. Wiesbaden: Springer VS.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	Aktive Mitarbeit; eigene Designarbeit gemäss Vorgaben im Kurs
Termine	vgl. Kulturpublizistik Semesterfahrplan
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden
Bemerkung	Unterrichtssprache ist Deutsch. The seminar will be held in German. Der Kurs wird innerhalb des Moduls Praxis Reflexion III angerechnet.