

Bachelorstudium BWL

Vorlesung Kommunikationsmanagement

(Raum: US-F 304; Zeit: jeweils Donnerstag, 12 – 14 Uhr)

Sommersemester 2018

PD Dr. Sascha Steinmann

Aufbau und Themen der Veranstaltung

Datum	Thema
12.04.2018	Organisatorisches und Einführung, Grundlagen und Entwicklung des Kommunikationsmanagement (I)
19.04.2018	Übung: Einführung, Themenstellung, Organisatorisches
26.04.2018	Grundlagen und Entwicklung des Kommunikationsmanagement (II)
03.05.2018	Theoretische Erklärungsansätze und Perspektiven des Kommunikationsmanagement
10.05.2018	Feiertag
17.05.2018	Kommunikationsplanung und Planungsprozesse
24.05.2018	Integrierte Kommunikation (I)
31.05.2018	Feiertag
07.06.2018	Übung: Zwischenpräsentationen
14.06.2018	Integrierte Kommunikation (II)
21.06.2018	Instrumente des Kommunikationsmanagement
28.06.2018	Strategien des Kommunikationsmanagement
05.07.2018	Übung: Abschlusspräsentationen
12.07.2018	Übung: Abschlusspräsentationen
19.07.2018	Zusammenfassung und Klausurvorbereitung

Literaturhinweise

Bruhn, M. (2015). *Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen*. 8. Aufl. (oder ältere), Vahlen, 8. Aufl.

Bruhn, M. (2016): *Marketing*, 13. Aufl. (oder ältere), Springer: Wiesbaden.

Bruhn, M., Esch, F. R., & Langner, T. (Eds.). (2016). *Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen–Innovative Ansätze–Praktische Umsetzungen*, Springer.

Vertiefungsliteratur und weiterführende Quellen

Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G. F., & Powell, I. (2014). *Advertising: An integrated marketing communication perspective*. McGraw-Hill Education.

Bruhn, M. (2009). *Relationship Marketing*, 2. Aufl., München.

Bruhn, M. (2011). *Lexikon der Kommunikationspolitik: Begriffe und Konzepte des Kommunikationsmanagements*. Vahlen.

Burnett, J., & Moriarty, S. E. (1998). *Introduction to marketing communication: an integrated approach*. Prentice Hall.

Duncan, T., & Caywood, C. (1996). The concept, process, and evolution of integrated marketing communication. *Integrated communication: Synergy of persuasive voices*, 13-34.

Esch, F.-R.; Herrmann, A.; Sattler, H. (2013): *Marketing*, 4. Aufl., München.

Homburg, C. (2017a). *Marketingmanagement*, 6. Aufl. (oder ältere), Wiesbaden.

Homburg, C. (2017b): *Grundlagen des Marketingmanagements*, 5. Aufl. (oder ältere), Wiesbaden.

Kotler, P.; Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 16. Aufl., Upper Saddle River.

Kroeber-Riel, W.; Weinberg, P.; Gröppel-Klein, A. (2013). *Konsumentenverhalten*, 10. Aufl., München.

Lane Keller, K. (2001). Mastering the marketing communications mix: Micro and macro perspectives on integrated marketing communication programs.

Ray, M. L. (1981). *Advertising and communication management*. Prentice Hall.

Shimp, T. A. (1997). *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications*. Harcourt Brace College Publishers.

Zerfaß, A. (2007). Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Grundlagen, Wertschöpfung, Integration. In *Handbuch Unternehmenskommunikation* (pp. 21-70). Gabler Verlag.

...