

Vorlesung **Kommunikationsmanagement**

Sommersemester 2011

Struktur

04.04.2011	Einführung
11.04.2011	Grundlagen der Kommunikation I
18.04.2011	Grundlagen der Kommunikation II
02.05.2011	Grundlagen der Kommunikation III
09.05.2011	Kommunikationsmix I
16.5.2011	Kommunikationsmix II
23.05.2011	Kommunikationsmix III
30.05.2011	Kommunikationsmix IV
06.06.2011	Gastvortrag (n.n.)
20.06.2011	Kommunikationsmanagement I
27.06.2011	Kommunikationsmanagement II
04.07.2011	Kommunikationsmanagement III
11.07.2011	Fazit und Klausurvorbereitung

Struktur

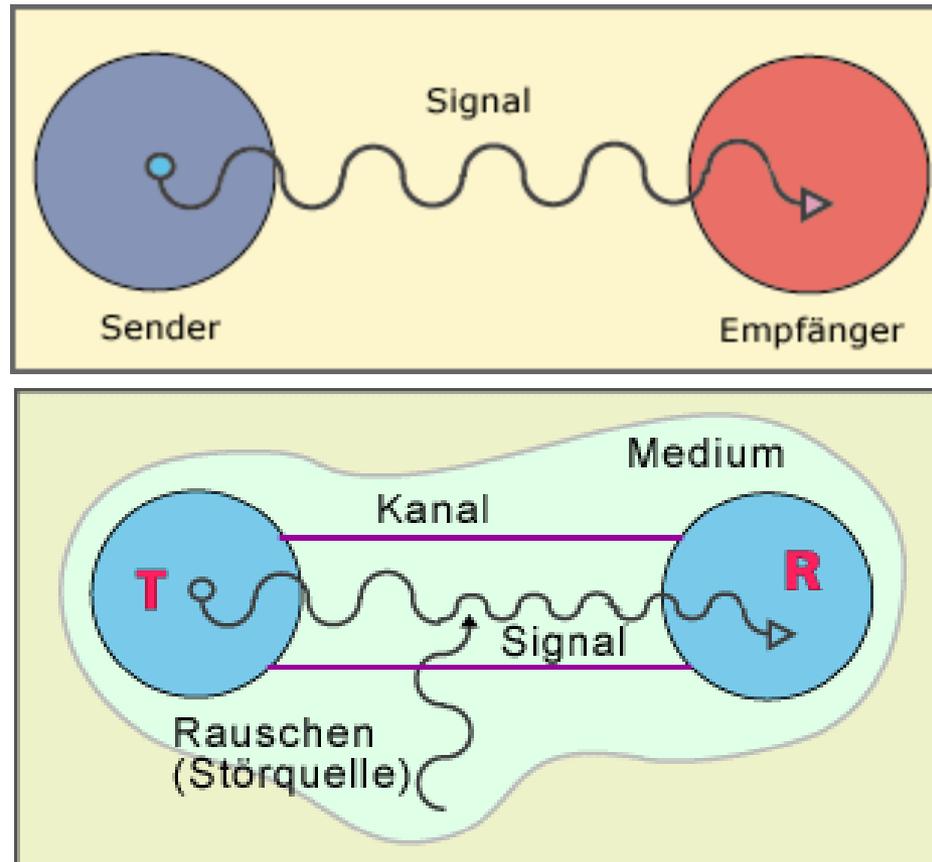
1. Grundlagen der Kommunikation
 - 1.1. Aktuelle Herausforderungen
 - 1.2. Psychologie der Kommunikation
 - 1.3. Allgemeine Kommunikations- und Persuasionstheorien
 - 1.4. Theorien zu einzelnen Aspekten der Kommunikation
2. Kommunikationsmix
3. Kommunikationsmanagement
4. Fazit und Klausurvorbereitung



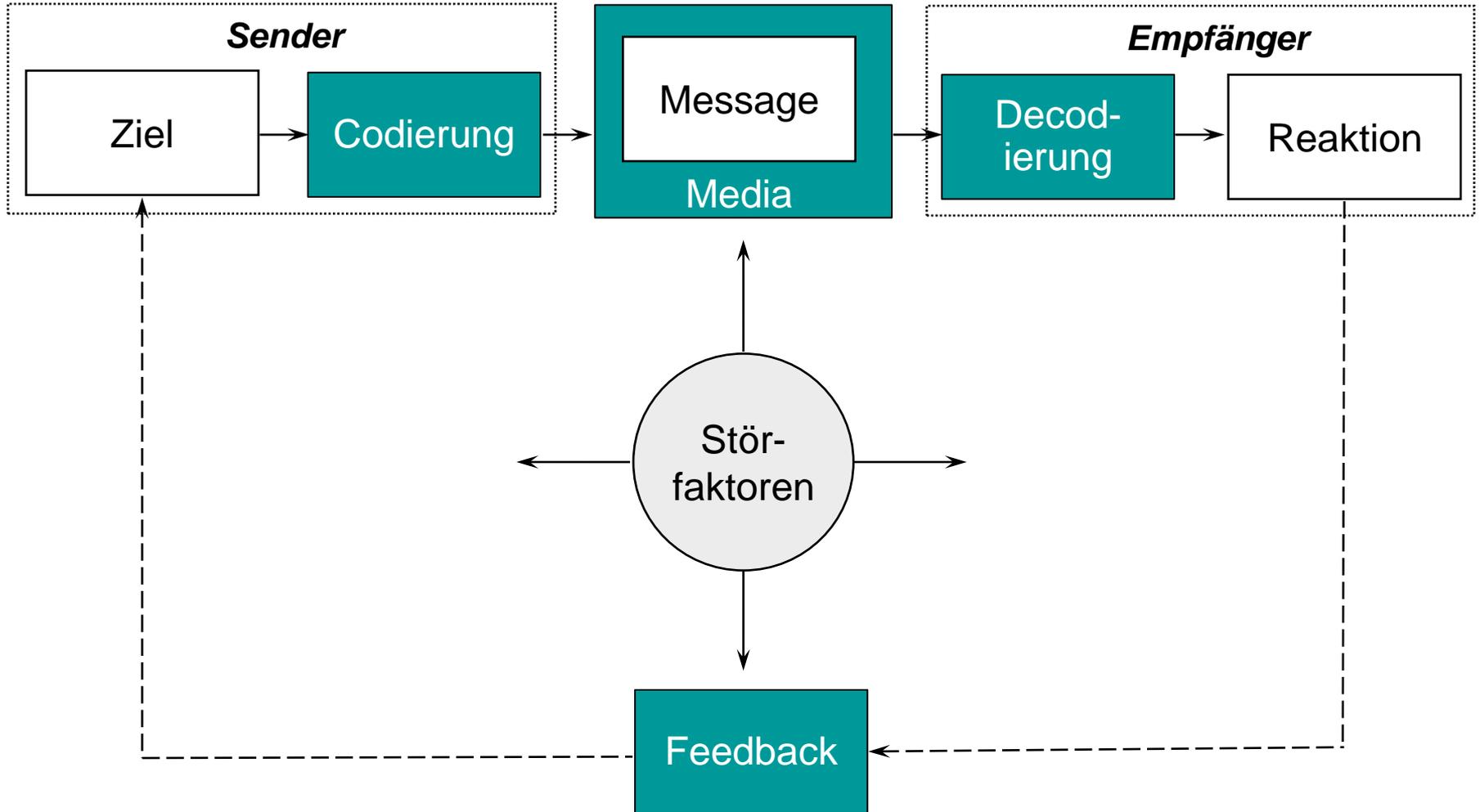
Modelle und Theorien zur Kommunikation/Persuasion

Komponenten der Kommunikation

Kommunikationsmodell nach Shannon/Weaver



Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



Komponenten der Kommunikation

Lasswell-Formel

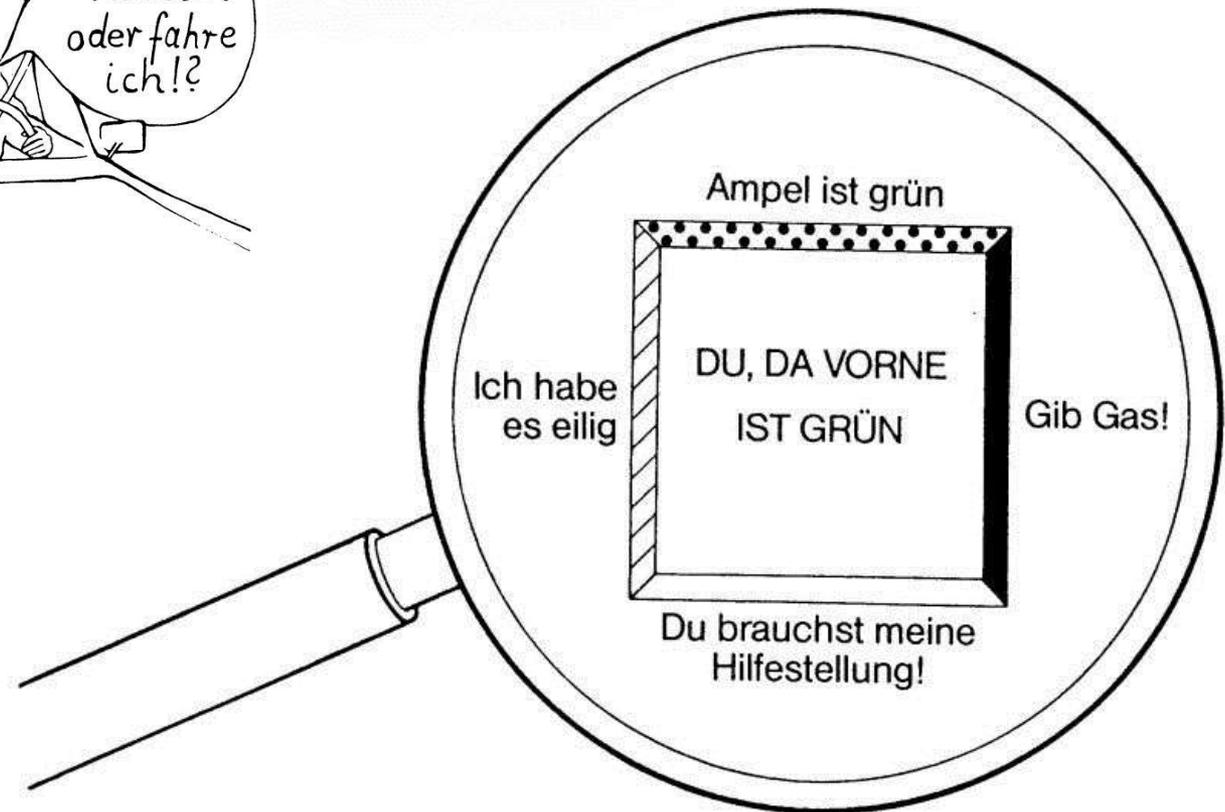
„Who says what in which channel to whom with what effect?“

- WER (Kommunikator = Sender, hier: Unternehmen / Verkäufer ...)
- sagt WAS (Kommunikationsinhalt = Botschaft, hier: Werbebotschaft)
- über WELCHEN KANAL (hier: direkt / indirekt, Medium ...)
- zu WEM (Kommunikant = Empfänger, hier: Konsument, aber auch externe Interessengruppen (Stakeholder))
- mit WELCHEM EFFEKT (Kommunikationswirkung, hier: positive Imagebeeinflussung, Kauf, Anregung zur Weiterempfehlung ...)
- (in welcher Situation)

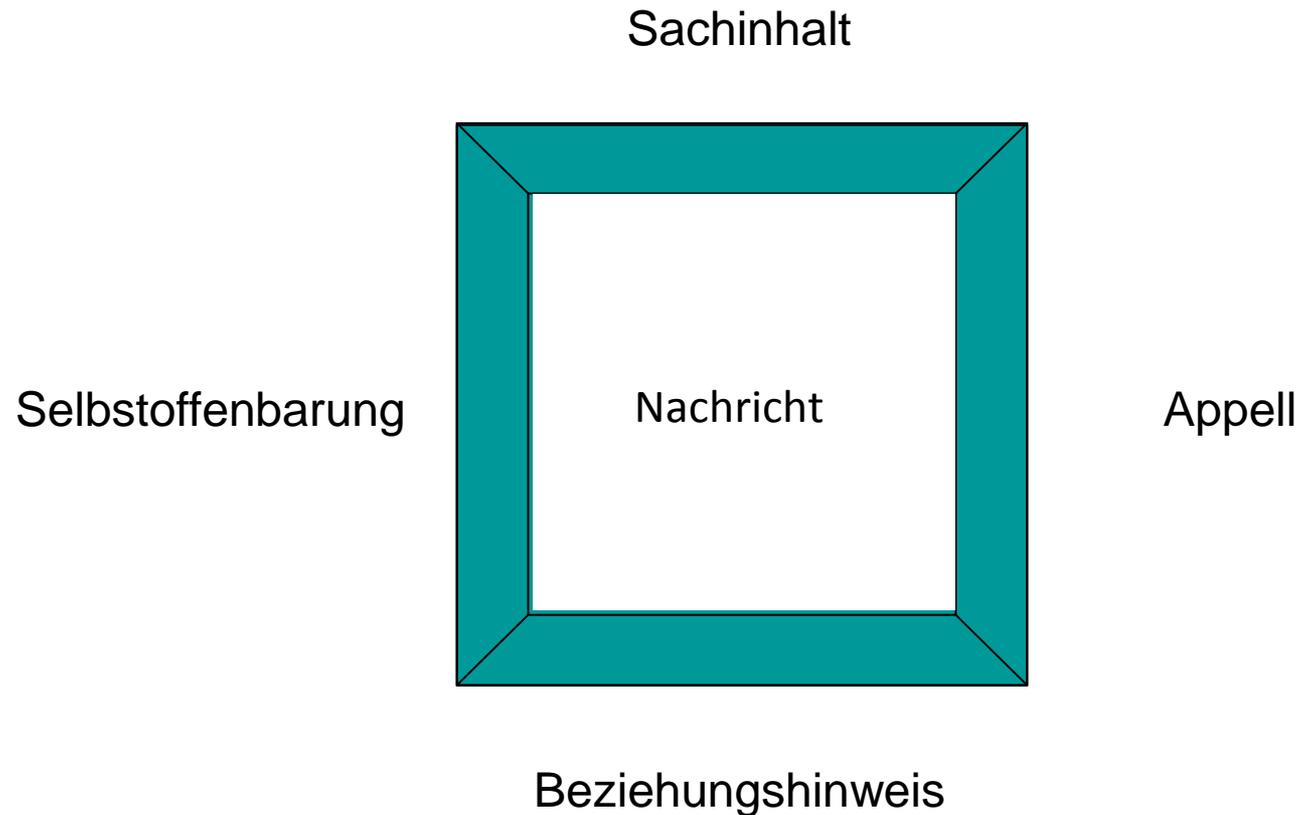
Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



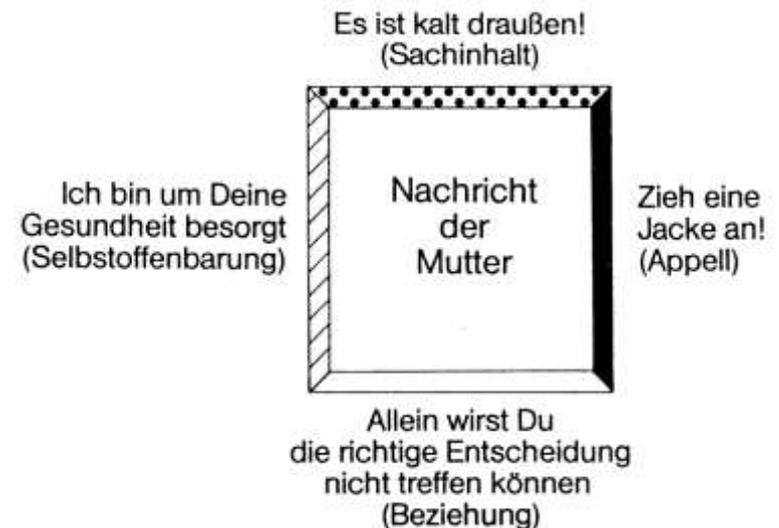
Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



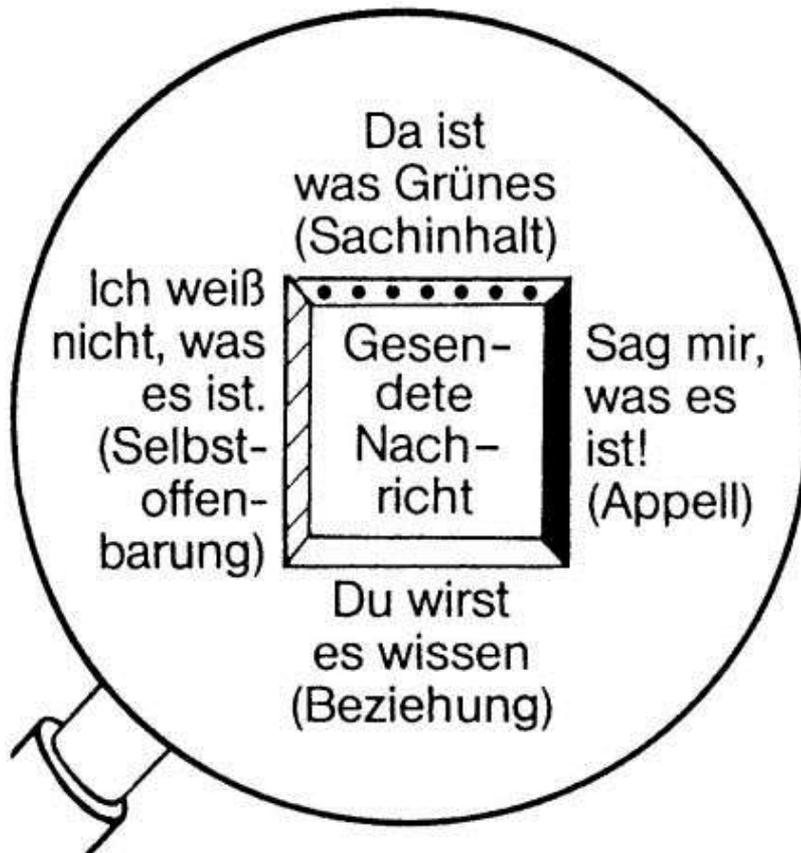
Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



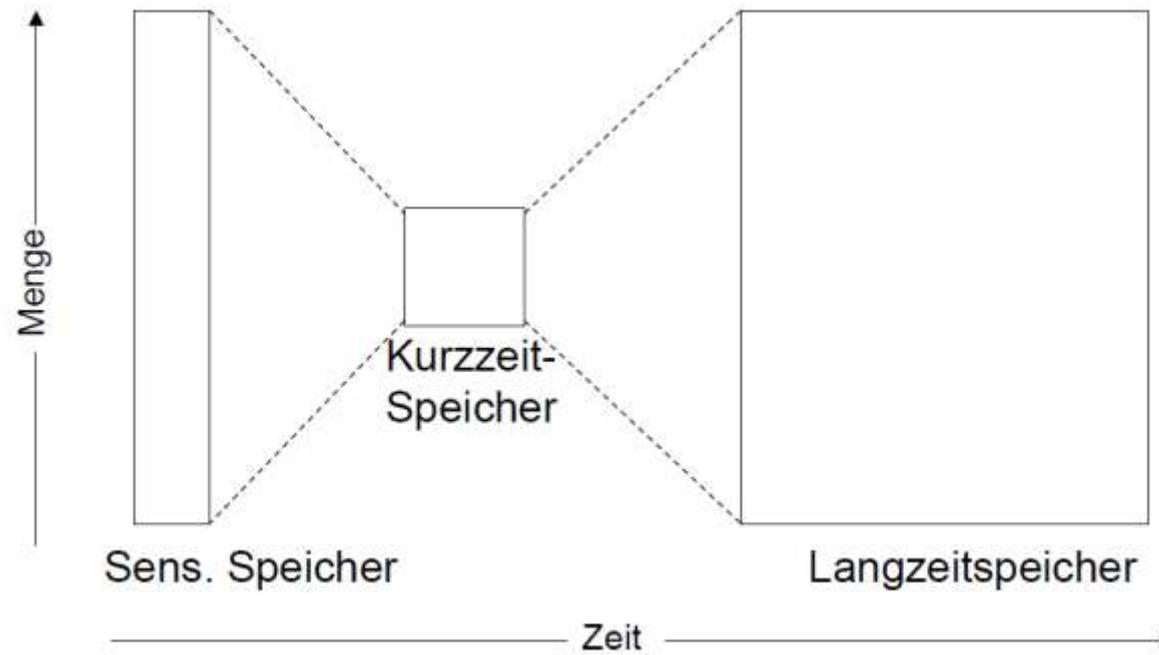
Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



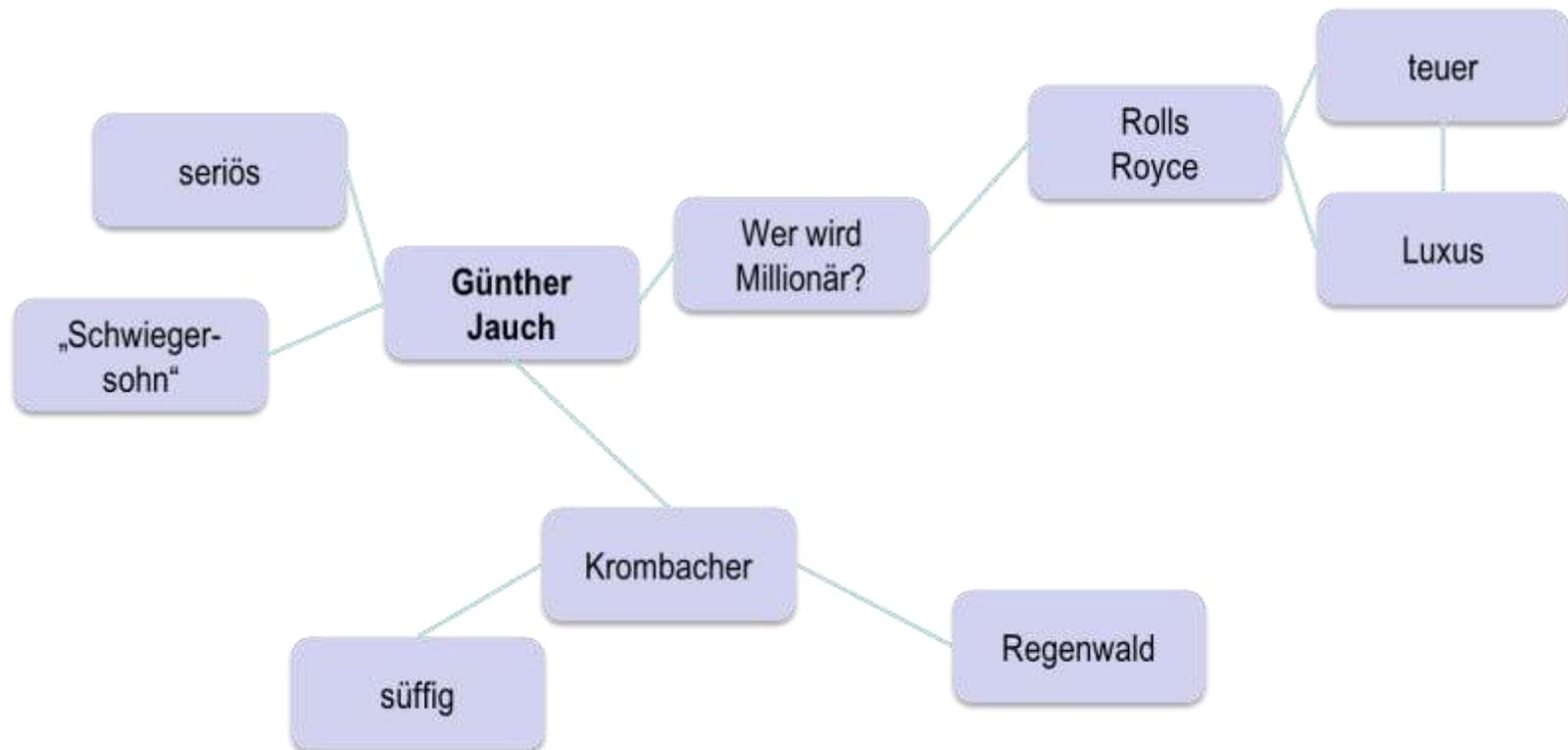


Modelle und Theorien zu einzelnen Aspekten der Kommunikation

Informationsaufnahme und -verarbeitung



Informationsaufnahme und -verarbeitung



Informationsaufnahme und -verarbeitung

Die **Rolle der Kommunikation** für die Informationsverarbeitung

- + Schnelle Weitergabe von Wissen und Informationen;
kulturelle Evolution
- + Reziproker Informationsaustausch ermöglicht Vernetzung von
Personengruppen;
Gruppenarbeit, erweiterte Problemlösemöglichkeiten
- + Sprache beeinflusst die kognitive Architektur;
Problemlösung als internalisiertes Sprechen
- + Medien können zur (räumlichen und zeitlichen) Beständigkeit der
Informationen führen
- + Unterstützung kognitiver Prozesse; „Cognitive offloading“

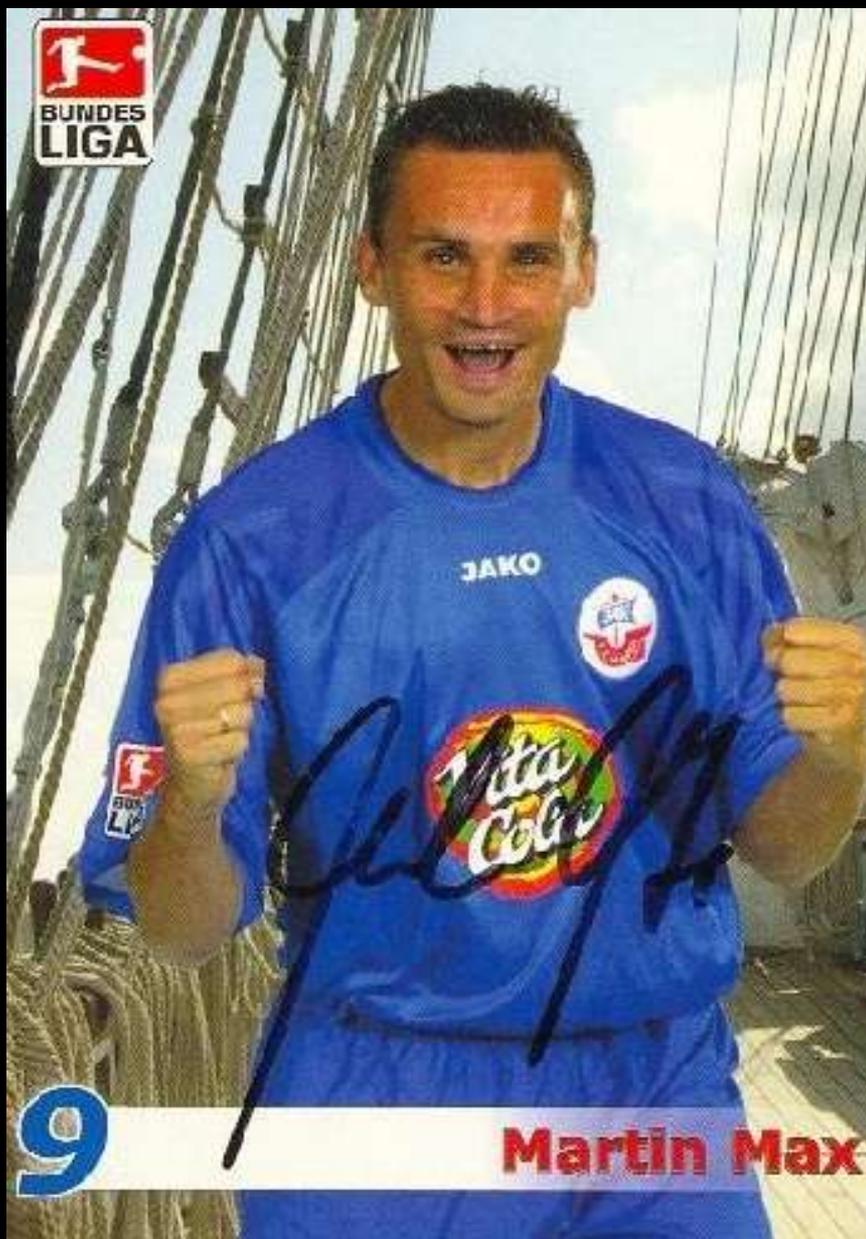
Informationsaufnahme und -verarbeitung

Clarks (1996) **Common Ground** der Kommunikation

+ Sozial geteiltes Wissen







9

Martin Max

Informationsaufnahme und -verarbeitung

Clarks (1996) **Common Ground** der Kommunikation

- + Sozial geteiltes Wissen
- + Kommunikationspartner verfügen über Annahmen zum Common Ground
 - + Alles, was durch alle Kommunikationspartner wahrnehmbar ist
 - + Alles, was früher kommuniziert wurde
 - + „Community Membership“
- + Bedeutung des Feedbacks in der Kommunikation

Informationsaufnahme und -verarbeitung

Rezeption **multimedialer** Inhalte

- + Theorie der kognitiven Belastung, Sweller 1994
 - + Informationen beanspruchen Kognitive Verarbeitung durch
 - + Dekodierung der präsentierten Inhalte
 - + Dekodierung des medialen Codes
 - + inhaltliche Auseinandersetzung und Speicherung

- + Theorie des multimodalen Lernens, Mayer 2001



Espresso apparaat.



Informationsaufnahme und -verarbeitung

Rezeption **multimedialer** Inhalte

- + Theorie der kognitiven Belastung, Sweller 1994
 - + Informationen beanspruchen Kognitive Verarbeitung durch
 - + Dekodierung der präsentierten Inhalte
 - + Dekodierung des medialen Codes
 - + inhaltliche Auseinandersetzung und Speicherung

- + Theorie des multimodalen Lernens, Mayer 2001
 - + Unterschiedliche Kommunikationsmodi werden durch unterschiedliche, unabhängige Systeme verarbeitet
 - + Kognitive Überlastung ist kanalbezogen

Informationsaufnahme und -verarbeitung

Rezeption **multimedialer** Inhalte

- + Ableitungen
 - + Prinzip der räumlichen Nähe
 - + Prinzip der zeitlichen Nähe
 - + Kohärenz-Prinzip
 - + Modalitätsprinzip
 - + Segmentierungs-(Kontroll-)Prinzip
 - + Personalisierungsprinzip

Einstellung im Kommunikationskontext

Das Konzept der **Einstellung**

- + Einstellungen sind Bewertungen von (Wahrnehmungs-)Objekten, die sich in einer emotionalen, kognitiven und konativen Dimension ausdrücken lassen.
- + Sie sind relativ überdauernde Verhaltensbereitschaften gegenüber Objekten, Personen oder Ideen.
- + Einstellungen beeinflussen (bewusst oder unbewusst) die Auswahl und Wertung von Wahrnehmungsinhalten sowie die Art der Reaktion auf diese Inhalte.

Einstellung im Kommunikationskontext

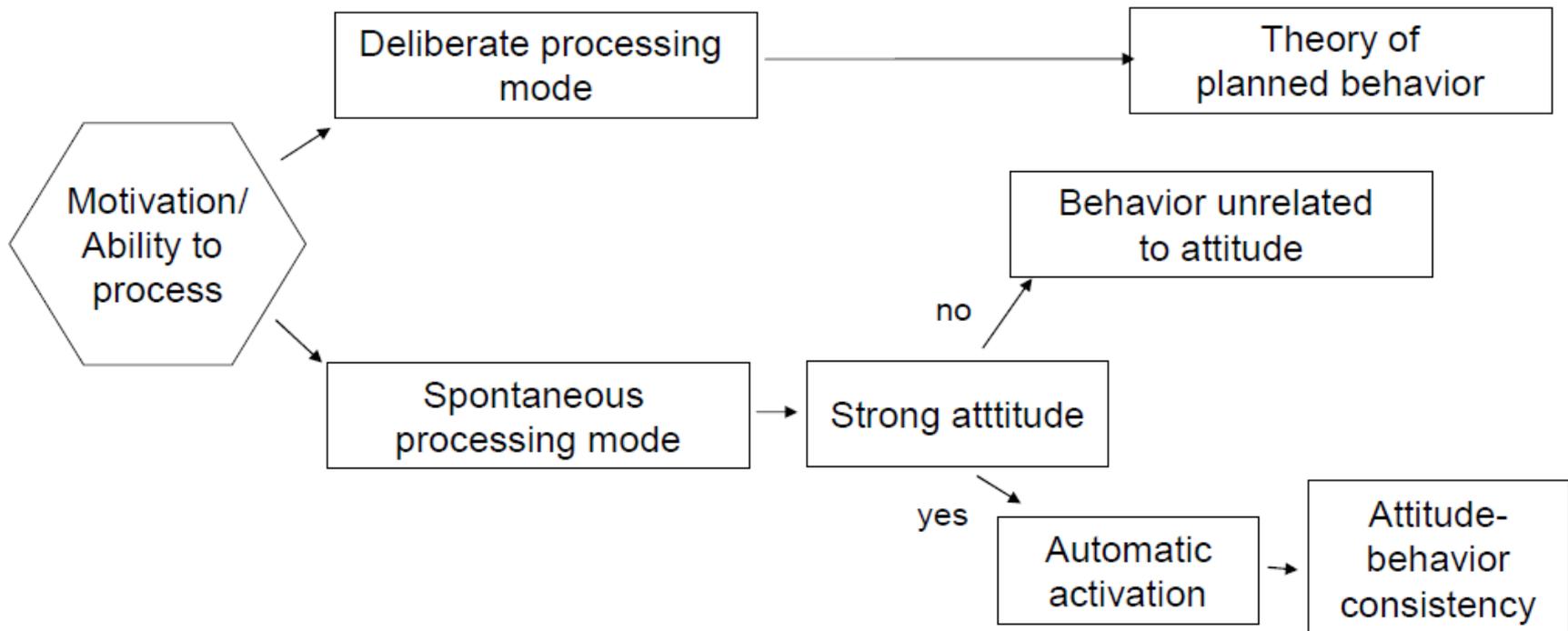
Konsistenz zwischen **Einstellung und Verhalten**

- + LaPiere (1934): Vorurteile in den USA gegenüber Asiaten
 - + tatsächliches Verhalten vs. Einstellung
- + Meta-Analysen:
Geringe Konsistenz zwischen Einstellung und Verhalten

Einstellung im Kommunikationskontext

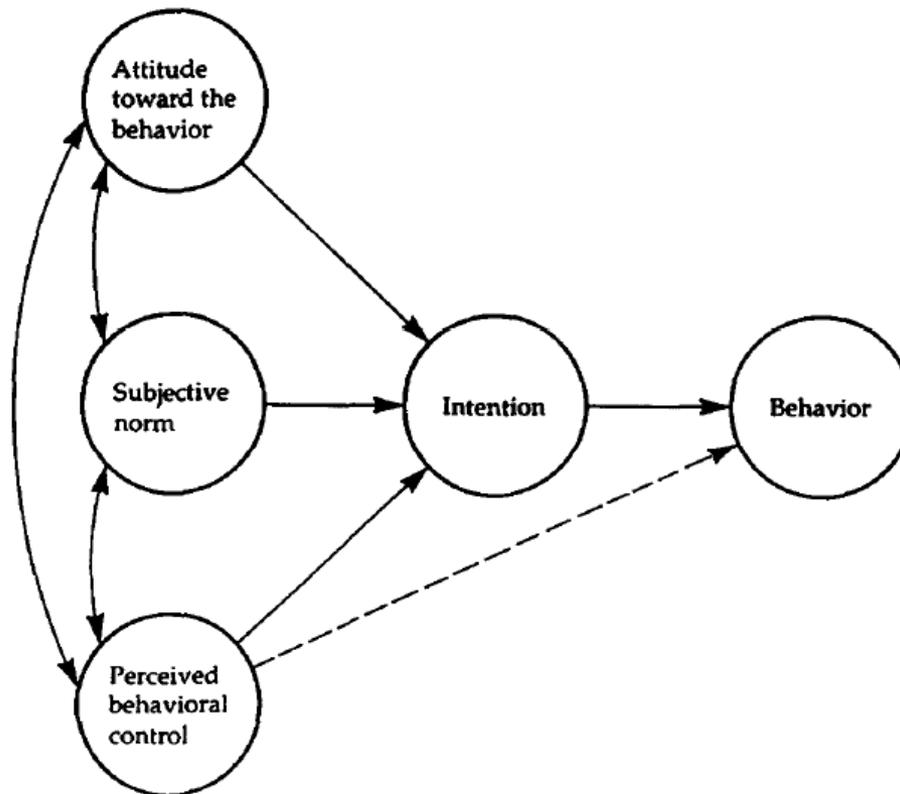
Konsistenz zwischen **Einstellung und Verhalten**

The Mode model
(Fazio, 1986; 1990)



Einstellung im Kommunikationskontext

Konsistenz zwischen **Einstellung** und **Verhalten**

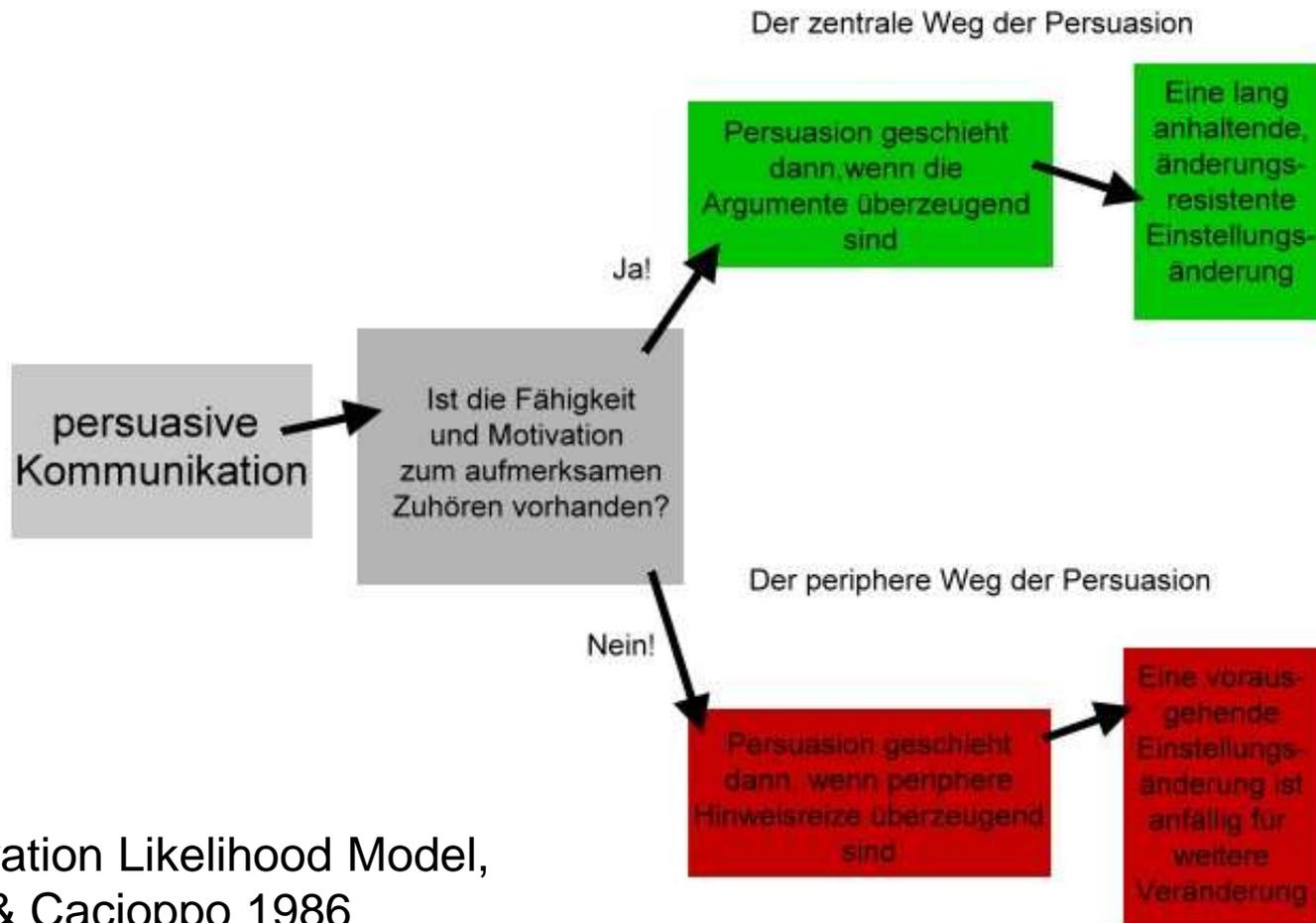


Theory of planned behavior;
Ajzen & Fishbein 1985

FIG. 1. Theory of planned behavior.

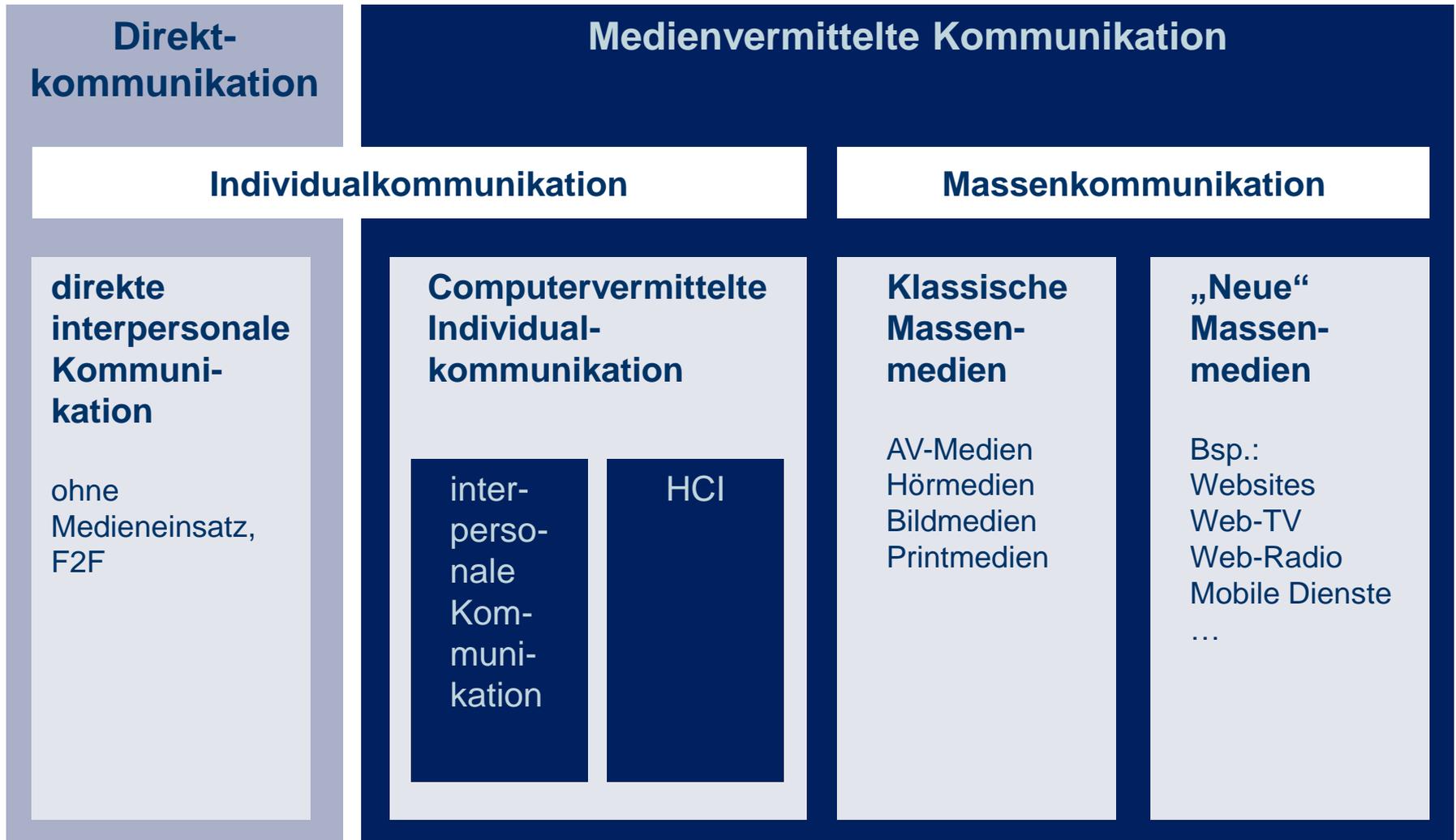
Einstellung im Kommunikationskontext

Kommunikation und Einstellung



Elaboration Likelihood Model,
Petty & Cacioppo 1986

Formen der Kommunikation



Grundstruktur eines Kommunikationsprozesses



Thema: „Qualifizierte Jobvermittlung“

Zentrale Werbeidee: Der falsche Job ist eine Qual.

Motiv: Arbeit kann sehr unangenehm sein

Slogan: Das Leben ist zu kurz, um den falschen Job zu machen.

Struktur

04.04.2011	Einführung
11.04.2011	Grundlagen der Kommunikation I
18.04.2011	Grundlagen der Kommunikation II
02.05.2011	Grundlagen der Kommunikation III
09.05.2011	Kommunikationsmix I
16.5.2011	Kommunikationsmix II
23.05.2011	Kommunikationsmix III
30.05.2011	Kommunikationsmix IV
06.06.2011	Gastvortrag (n.n.)
20.06.2011	Kommunikationsmanagement I
27.06.2011	Kommunikationsmanagement II
04.07.2011	Kommunikationsmanagement III
11.07.2011	Fazit und Klausurvorbereitung

