

PUBLIC RELATIONS

Studienprogramm	BSc
ECTS Punkte	10 ECTS / 250 Stunden (ca. 9 Stunden Vorlesungen, ca. 1 Stunde Präsentation, ca. 4 Stunden live Modulsitzungen, ca. 235 Stunden Selbstlernphase)
Abschnitt	3
Level	6 / Bachelorstudium
Module Leader	Theresia Zierler, MBA
Kontakt	studienberatung@kmuakademie.ac.at

Modulziel

Vorerst werden die Definitionen von Image, Öffentlichkeit usw. erläutert, um anschließend eine Abgrenzung zwischen PR und Werbung zu vermitteln. Dieses Modul beschäftigt sich mit den Zielsetzungen, Maßnahmen und dem Transferprozess und gibt einen Überblick über österreichische und internationale Medien. Ein wesentlicher Bestandteil des Moduls ist die Auswahl der richtigen Medien und Techniken. Abgerundet wird das Modul durch die Vermittlung angewandter Pressearbeit über den Budgetplan und die Methoden zur Evaluierung bis hin zum weiten Feld der Marktforschung.

Lernziele

Wissen

Studierende sollen nach Abschluss des Moduls:

1. Theorien zu Image, Public Relations, Werbung abgrenzen können
2. Funktion, Ziele und Maßnahmen der internen und externen Public Relations illustrieren können
3. Besonderheiten der nationalen und internationalen Medienlandschaft beurteilen können
4. die Stärken und Schwächen von Marktforschungsmethoden kritisch diskutieren können

Fähigkeiten/Fertigkeiten

Nach Abschluss des Moduls sollten Studierende in der Lage sein:

5. für ausgewählte PR Aktivitäten die jeweils geeigneten Medien auszuwählen
6. PR Konzepte inklusive Budget und Maßnahmenplan entwickeln zu können
7. Presstexte schreiben und deren Wirkung beurteilen können
8. Marktforschung (in begrenztem Rahmen) durchzuführen und deren Ergebnisse interpretieren zu können

Studieninhalte

- PR als Beruf: Was macht einen guten PR Praktiker aus, erforderliche Qualifikationen
- Interne und externe PR: Mitarbeiterkommunikation, interne Beziehungen, Public Affairs, Lobbying
- Schlüsselbegriffe/-konzepte: Medienkanäle, Zielgruppen, Werthaltungen, Agenda, Image, Reputation, internationale/nationale Medien
- PR Theorien: Medienrepräsentanz verstehen, Erfolg und Wirkung von PR-Messen, Unterscheidung von PR, Werbung und Propaganda
- Strategien und Techniken in der PR: Forschungsmethoden, Pressearbeit (Schreibstil und -techniken), Erstellung von PR Konzepten, Evaluierung von PR Maßnahmen