Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

Themenbereich: Medien und Kommunikation

Modul-bezeichnung	Social Media Marketing und Optimierung - Rezipientenbindung und -kommunikation mit Sozialen Medien für Sender am Beispiel des SWR*
Belegnummer	6203
Studiengang / Verwendbarkeit	Masterstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort-liche(r)	Prof. Dr. Geribert E. Jakob
Dozent(in)	Prof. Dr. Geribert E. Jakob
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Projektbericht und Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	• Analyse – Programmangebot – Social Media Begleitangebot und Akzeptanz – Rezipientengruppen (Klassierung und Verhalten) – Rezeptionsdifferenzierung (Fokus und Interest) – Peeridentifikation und Bindungsstrategien – Lückenanalyse • Synthese/Empfehlungen – Kern-/Begleitmedium – General / Special Interest / Themenwelten – Regionalität / Lokalität – Interaktion – Programmcustomization
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Ziel ist die Befähigung der Absolventen des Moduls zur Gestaltung von strategischen und taktischen Prozess- und Strukturempfehlungen für Sender, deren Programme und deren Redaktionen bei sich schnell ändern-den Umweltbedingungen auf Grundlage eigenerstellter Analyseergebnisse redaktionellen Angeboten und der Aktion bzw. Reaktion der Rezipienten
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course) / Spezialisierung (spezialized level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	

Empfohlene Voraussetzungen	
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	
Literatur	

Stand: 11.09.2012, 08:26:42