

# **Spezialisierungsmodule WS 2015/16**

Mittwoch, den 24.06.2015

Raum 02.86

# Agenda

1. Anzahl Spezialisierungsmodule
2. Wahlverfahren Spezialisierungsmodule
3. Kurzvorstellung der Spezialisierungsmodule

# 1. Anzahl Spezialisierungsmodule

- Es gibt **7 Spezialisierungsmodule**.
- Diese werden grundsätzlich im Wintersemester angeboten.
- Sie **wählen während Ihres Studiums 3 aus 7** Spezialisierungsmodulen aus:
  - i.d.R.: ein Modul im 3. Sem.
  - i.d.R.: zwei Module im 5. Sem.
- Es gibt die Möglichkeit, insgesamt 4 Module mit Prüfungen zu belegen, um ein Zusatzzertifikat zu erhalten.

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Development

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte

## 2. Anzahl Spezialisierungsmodule

### **Zusatzprüfung bei einem 4. Modul:**

- Eine bestandene Prüfung ist verbindlich.
- Neben den drei Modulen kann ein viertes Zusatzmodul belegt werden, über das eine Zusatzbescheinigung ausgestellt wird. Bei Anmeldung muss verbindlich deutlich gemacht werden, dass es sich um ein Zusatzmodul handelt.

## 2. Wahlverfahren

### Anmeldung:

- Schriftliche  
Anmeldung ab heute  
bis zum **26. Juli 2015**
- Anmeldung auf der  
alten FHD-Seite unter:  
[http://wirtschaft.fh-  
duesseldorf.de/studien-  
gaenge/ba-  
kommunikation-  
multimedia/bkm-spezi/](http://wirtschaft.fh-duesseldorf.de/studien-gaenge/ba-kommunikation-multimedia/bkm-spezi/)



# Agenda

1. Anzahl Spezialisierungsmodule
2. Wahlverfahren Spezialisierungsmodule
3. **Kurzvorstellung der Spezialisierungsmodule**

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Developement

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte



# Messemanagement

- Prof. Dr. Kalka (2 SWS)
- Lehrbeauftragter Herr Reinhard, Bereichsleiter Messe Düsseldorf mit Vielzahl von Gastreferenten (2 SWS)
- Projekt mit Messe Düsseldorf (2 SWS)

# Messemanagement – Learning Outcomes

**Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage,**

- das Kommunikationsinstrument Messe aus Veranstalter- und Ausstellersicht zu verstehen und zu bewerten,
- die **Akteure und deren Herausforderungen in der Messewirtschaft** zu verstehen und zu erinnern,
- den **strategischen und operativen Marketingplanungsprozess für eine Messe aus Veranstalter- und Ausstellersicht zu verstehen und anwenden zu können,**
- die Anwendung der Marketinginstrumente für das Produkt Messe aus Veranstalter- und Ausstellersicht zu verstehen, zu analysieren und zu bewerten,
- den Einfluss und den **Einsatz neuer Medien** auf die Messewirtschaft an konkreten Beispielen anzuwenden,
- die Möglichkeiten der **Effizienz-Messung** von Messen zu verstehen und anwenden zu können.

## Bisherige Projektarbeiten - Beispiele

- Darstellung der Messwirtschaft in ausgewählten Emerging Markets
- Veränderung der Printmedien in der B2C Produktkommunikation in den nächsten 10 Jahren und Empfehlungen für die DRUPA
- Erarbeitung eines innovativen Messekonzeptes für eine Fach- und eine Verbrauchermesse
- Entwicklung eines Konzeptes zur Erhöhung der Besucherzahlen einer überregionalen Leitmesse, Analyse und Optimierung der Serviceunterlagen, Analyse und Optimierung der Internet-Auftritte
- Entwicklung eines Messestandkonzeptes und eines Internetauftritts für einen mittelständischen Aussteller einer Leitmesse
- Internationales Besuchermarketing für eine internationale Leitmesse
- Veranstaltungskonzeption für eine sinnvolle Erweiterung einer Weltleitmesse



**Projekt WS2015/2016 wird noch mit der Messe Düsseldorf ausgearbeitet**

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Developement

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte

# PR- und Pressarbeit – Learning Outcomes

**Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,**

- mit spezifischen **Zielgruppen** (wie **Journalisten, Mitarbeitern, Kunden, Investoren**) **adäquat zu kommunizieren,**
- den Einsatz von **Social Media** im Rahmen der PR zu verstehen und anwenden zu können,
- eine **Pressemitteilung zu schreiben** und weitere presserelevante Unterlagen (wie **Pressemappen**) zu erstellen und mittels einer **Medienresonanzanalyse** eine Erfolgskontrolle durchzuführen,
- einen **Imagefilm** zu konzeptionieren und zu produzieren,
- die Grundlagen der **Krisenkommunikation** zu verstehen und anwenden zu können.

# Projekt WS 2015/16

Organisation, Durchführung und begleitende PR zu der Tagung:  
„Chancen und Herausforderungen für Fernsehproduzenten und Werbetreibende mit YouTube-Kanälen“

- Referentenakquise
- Einladungsmanagement des Zielpublikums (TV-Produzenten, Werbetreibende, Agenturen)
- PR
- Orga am Tagungstag
- Videodrehs

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Development

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte

# TV-Content- Development – Learning Outcomes

**Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,**

- den strategischen und operativen Planungsprozess des TV-Developments zu verstehen und anzuwenden,
- die medialen, inhaltlichen, konzeptionellen und produktionstechnischen Besonderheiten beim Web TV- und Transmedia-Development zu verstehen,
- Formate für TV, Online und Transmedia eigenständig zu konzipieren, zu kalkulieren und zu pitchen,
- Verwertungsszenarien und Erlösmodelle zu dem entwickelten (Bewegtbild-)Content zu konzipieren.



# Bisherige Projekte (Beispiele)

Itv Studios  
Deutschland

- Formatentwicklung für neue TV-Formate und deren Verlängerung ins Web (bes. RTL, VOX, ProSieben)

Gesamtkunstwerk  
Entertainment

- Social TV-Strategie für „Alarm für Cobra11“ entwickeln
- Nutzerbefragungen zur Lern-App „Dr. Lilliput“ für Kinder

Projekt für WS  
2015/16

- Entwicklung und Durchführung von empirischen Studien (Befragungen) u.a. zur Einbindung von Product Placement in YouTube-Kanäle
- Die besten Gruppen präsentieren ihre Ergebnisse auf der YouTube-Tagung!!

## YouTube-Tagung

### PR- und Pressearbeit

- Referentenakquise
- Einladungsmanagement des Zielpublikums
- PR
- Orga am Tagungstag
- Videodrehs

### TV Content Development

- Die besten Gruppen werden Speaker auf der Tagung unter dem Tagungspunkt „Empirische Forschung zum YouTube-Business: Vorstellung erster Studienergebnisse“

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Developement

Gerhards

**E-Entrepreneurship**

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte

# E-Entrepreneurship

## **Nach erfolgreicher Teilnahme an dem**

## **Modul sind die Studierenden in der Lage,**

- einen Businessplan (strategische Planung, operative Planung und Finanzplan) für ein Unternehmen der Medienbranche zu erstellen;
- ein differenziertes Finanzierungskonzept für ein Startup zu entwickeln,
- ein Unternehmen – mit Hilfestellungen – zu gründen,
- ein Startup auf der Basis des Businessplans zu steuern,
- eine Finanzbuchhaltung für ein Startup aufzubauen,
- die gängigsten Führungsprobleme in jungen Unternehmen zu erkennen und Ansätze zur Bewältigung dieser Probleme zu entwickeln.

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Developement

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte

# Online-Marketing

**Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,**

- unterschiedliche Instrumente des Online Marketing zu verstehen und diese anzuwenden,
- Software Tools der Online-Nutzer- und Konsumentenforschung zu verstehen, anzuwenden und kritisch zu reflektieren,
- Online-Marketing-Kampagnen zu planen und anhand spezifischer Erfolgsfaktoren zu bewerten.

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Developement

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

Social Media Management

Lehrbeauftragte

# Website- und App-Konzeption – Learning Outcomes

**Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,**

- in der Rolle als Auftraggeber von Dienstleistungen im Themenkomplex ‚Websites‘ und ‚Apps‘ die jeweiligen aufgabenspezifischen Möglichkeiten und Grenzen zu **verstehen**, um eine **effiziente lösungsorientierte** Zusammenarbeit im Hinblick auf Technik, Gestaltung und Kosten-Nutzen-Verhältnis zu **organisieren**,
- im Bereich der Web-Dienstleistungen Angebote zu **evaluieren**, sowie Vorleistungen zu **beurteilen** und konstruktiv zu **kritisieren**,
- Kriterien für gute Websites evaluieren und **beurteilen** zu können,
- die Abgrenzung der verschiedenen im Workflow vorliegenden Teilbereiche (HTML, CSS, JavaScript, Grafik etc.) zu **verstehen**, sowie darauf aufbauend die am Konzeptions-Workflow beteiligten Rollen/Gewerke **abzustimmen**



# Website- und App-Konzeption – Projekte

WS 2012/13

- campus\_mApp
- Digital Signage
- Online Taskmanag

WS 2013/14

- KlosterGuide
- KlosterGame

WS 2015/16

- tbd.

The screenshot displays a mobile application interface with a dark theme. At the top right, the time is 13:59. Below the time, there are weather forecasts for 16. Juni (15°C, 19°C, 4 m/s) and 17. Juni (13°C, 21°C, 3 m/s). The main content area features two news articles. The first article, titled "Die Magie des Smart TV", includes a photo of five people and a QR code. The second article, titled "Wissens- und Wirtschaftsstandort Düsseldorf: Fakultätstreffen des Fachbereichs Wirtschaft", includes a photo of an audience and a QR code. At the bottom right, there is a transit schedule for "Universität Mitte" and "Universität Ost" with arrival and departure times and line numbers. A footer at the bottom of the app screen reads "Ein Angebot des Fachbereichs Wirtschaft der FH D | wirtschaft.fh-duesseldorf.de/Impressum".



# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

Kalka/Reinhard

PR und Pressearbeit

Gerhards

TV Content Developement

Gerhards

E-Entrepreneurship

Khabyuk/ Müller/ van Laak

Online Marketing

Khabyuk/ Lehrbeauftragter

Website- und App-Konzeption

Jürgens/ Meyer

**Social Media Management**

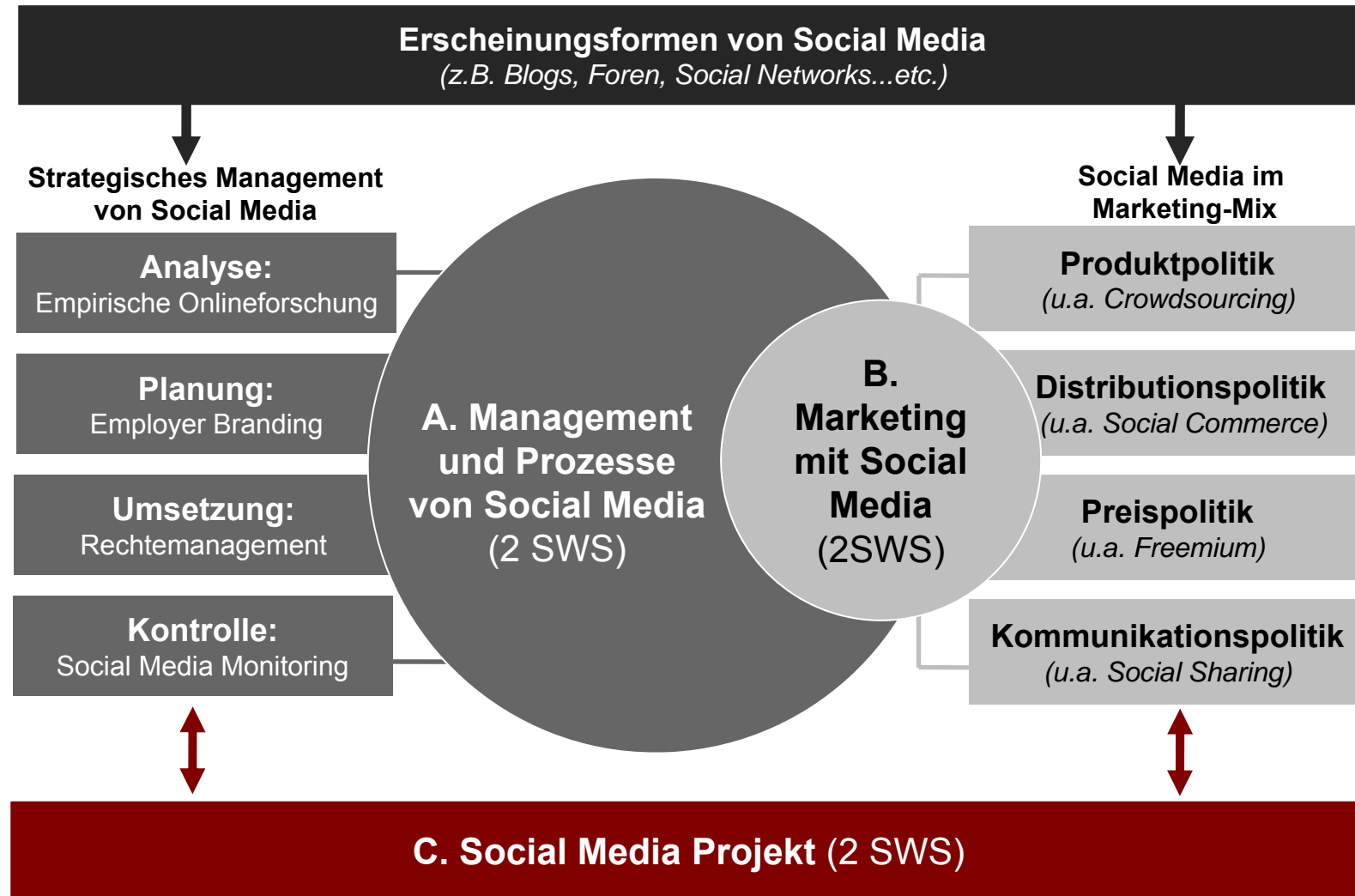
Lehrbeauftragte

# Social Media Management – Learning Outcomes

**Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage,**

- **Social Media-Strategien** vom Briefing bis zur operativen Umsetzung zu entwickeln
- **Social Media-Instrumente** in den Marketing-Mix zu integrieren
- **Social Media-Maßnahmen** mithilfe von Software-Tools zu analysieren und anhand spezifischer Kennzahlen zu bewerten
- **Social Media spezifische Prozesse** in Unternehmen zu steuern (z.B. MaFo).
- **Social Media bezogene Herausforderungen** aus dem Praxisalltag anwendungsorientiert zu lösen (z.B. Auswahlkriterien für Agenturen entwickeln).

# Social Media Management – Struktur der Veranstaltung



# Social Media Management – Prüfungsform

## Briefing (Case Study)

**Aufgabe 1:** Setzen Sie eine Facebook Fanpage auf. Simulieren Sie den Start der Marke van Laack auf Facebook. Erarbeiten Sie Content für 2 Wochen redaktionelle Präsenz. Empfehlen Sie auf Basis Ihres Konzeptes weitere relevante Social Media Kanäle.

**Aufgabe 2:** Analysieren Sie die Facebook Fanpage hinsichtlich ihrer Erfolgsfaktoren. Führen Sie dazu eine geeignete empirische Erhebung (z.B. mittels Eyetracking, Online-Befragung, Interviews, Experiment...etc.) durch.

**Aufgabe 3:** Diskutieren Sie den Einsatz von Werbemitteln in Social Media Kanälen (z.B. facebook ads, sponsored posts...etc.) zur weiteren Bekanntmachung der Marke Van Laack. Geben Sie eine Empfehlung ab.

# Spezialisierungsmodule in der Übersicht

Messemanagement

PR und Pressearbeit

TV Content Development

E-Entrepreneurship

Online Marketing

Website- und App-Konzeption

Social Media Management

Überschneidungen im  
Stundenplan/ parallel  
\* PR und Online-Marketing  
\* TV ContentDev.und  
Messemmgt

**Welche  
Module  
planen Sie zu  
besuchen?**

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Und nicht vergessen: Melden Sie sich für die  
Spezialisierungsmodule an!