

## LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

### 1. Angaben zum Programm

1.1 Hochschuleinrichtung	Universitatea Babeş-Bolyai
1.2 Fakultät	Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3 Department	Journalismus
1.4 Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5 Studienform	Lizenz
1.6 Studiengang / Qualifikation	Journalismus, deutsche Studienlinie

### 2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung	Werbekommunikation ULG4208						
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Prof. Dr. Delia Cristina Bălaş						
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar	Asist. Dr. Meda Mucundorfeanu						
2.4 Studienjahr	I	2.5 Semester	II	2.6 Prüfungsform	C	2.7 Art der LV	OPT

### 3. Geschätzter Workload in Stunden

3.1 SWS	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	1
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	42	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbücher, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					6
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					5
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					6
Tutorien					5
Prüfungen					4
Andere Tätigkeiten: .....					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium	26				
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester	406				
3.9 Leistungspunkte	3				

### 4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	Die Teilnahme an diesem Fach ist bedingt durch die bestandenen Prüfungen in den Fächern Einführung in die Kommunikationswissenschaft (1. Jg., 1. Sem.).
4.2 kompetenzbezogen	•

### 5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	•
---------------------------------------	---

5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laptop, Beamer, Arbeitsblatt</li> </ul>
---	--

## 6. Spezifische erworbene Kompetenzen

<b>Berufliche Kompetenzen</b>	<p><i>1. Wissen und Verstehen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertrautheit mit den Grundelementen der Werbekommunikation; Allgemeinwissen im Bereich; Vertrautheit mit den Definitionen, Elementen, Regeln und Strategien der Werbekommunikation;</li> </ul> <p><i>2. Erkennen und Verwerten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erkennen der unterschiedlichen Anwendungsbereichen der Werbekommunikation</li> </ul> <p><i>3. Anwendung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkrete Anwendungsmethoden; Beispiele von Werbekampagnen; Durchführung von Studien im Bereich der Werbekommunikation</li> </ul> <p><i>4. Einstellung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interesse gegenüber der Werbekommunikation</li> </ul>
<b>Transversale Kompetenzen</b>	<p>CT1 - Das realistische Lösen - mit sowohl theoretischer als auch praktischer Argumentation- einiger herkömmlicher professionellen Situationen im Sinne ihrer effizienten und deontologischen Verwaltung</p> <p>CT2 – Anwendung von effektiven Arbeitstechniken und Erfüllung bestimmter Arbeitsaufgaben</p>

## 7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertrautheit mit den Theorien der Werbekommunikation</li> </ul>
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erwerben einer Fachsprache</li> <li>Entwicklung einer kritischen und analytischen Denkweise</li> <li>Verwendung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien</li> <li>Beschreiben der unterschiedlichen Zielgruppen</li> </ul>

## 8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung in die Werbekommunikation – 2St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
2. Der Marketing-Mix – 4St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
3. Das Image – 4 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	

4. Die Positionierung – 4 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
5. Die Werbestrategie – 4 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
6. Die Werbeplanung – 4 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	
7. Die Elemente der Werbekampagne – 6 St.	Mündliche und Multimediapräsentation	

Literatur

Balaban, Delia Cristina, *Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media*, Polirom, Iași, 2009.

Frey, Siegfried, *Die Macht des Bildes*, Verlag Hans Huber, Bern, 1999.

Kroeber-Riel, Werner, *Bildkommunikation*, Verlag Vahlen, München, 1996.

Petre, Dan și Dragoș Iliescu, *Psihologia reclamei*, comunicare.ro, 2006

Petrescu, Dacia Crina, *Creativitate si investigare in Publicitate*, Carpatica, Cluj-Napoca, 2002.

Russel, Thomas, Lane, Ronald, *Manual de publicitate*, Editura Teora, 2002

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1.Administrative Aspekte	Vortrag und Debatte	
2.Einführung in die Werbekommunikation	Vortrag und Debatte	
3.Der Marketing-Mix	Vortrag und Debatte	
4. Der Werbe-Submix	Vortrag und Debatte	
5.Praktische Aufgaben	Vortrag und Debatte	
6. Das Image	Vortrag und Debatte	
7.Die Positionierung	Vortrag und Debatte	
8. Musik und Text in der Werbung	Vortrag und Debatte	
9. Die Werbekampagne	Vortrag und Debatte	
10. Film anschauen. Diskussionen.	Vortrag und Debatte	
11. Vorstellung Projekte.	Vortrag und Debatte	
12. Vorstellung Projekte.	Vortrag und Debatte	
13. Vorstellung Projekte.	Vortrag und Debatte	
14.Wiederholung. Diskussionen. Seminarnoten besprechen.	Vortrag und Debatte	

Literatur

Adamson, Allen P., *Brand Simple. How the Best Brands Keep it Simple and Succeed*, Palgrave Macmillan, 2006, Capitolul 2: A Short History of the World of Brands – Really Short, p.29.

Aitken, Robert, Brendan Gray and Robert Lawson, 'Advertising effectiveness from a consumer perspective', *International Journal of Advertising*, 27(2), 2008, pp.279-297.

Balaban, Delia Cristina, *Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media*, Polirom, Iași, 2009.

Caldwell, Niall and Joao R. Freire, 'The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model', *Journal of Brand Management*, 12, 1, 2004.

9. Verbindung der Inhalte mit den Erwartungen der Wissensgemeinschaft, der Berufsverbände und der für den Fachbereich repräsentativen Arbeitgeber

--

### 10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung		Schriftliche Prüfung	50%
10.5 Seminar / Übung		Projekte und Vorträge der Studenten	50%
10.6 Minimale Leistungsstandards			
<ul style="list-style-type: none"><li>Umgang mit den gelernten Begriffen, theoretisch als auch beim Lösen der Übungen</li></ul>			

Ausgefüllt am:

26.09.2013

Vorlesungsverantwortlicher

Prof. Dr. Delia Cristina Bălaș



Seminarverantwortlicher

Asist. Dr. Meda Mucundorfeanu



Genehmigt im Department am:

26.09.2013

Departmentdirektor

Prof. Dr. Elena Abrudan

