



DIGITAL COMMUNICATION

Lernziele

Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, digitale Kommunikationskonzepte in digitale Strategien, Geschäfts- und Betriebsmodelle zu integrieren. Sie lernen den Einfluss von digitaler Kommunikation auf Interaktionsprozesse, User Generated Content und typische Rollenmodelle in der Wertschöpfung kennen. Dabei werden aktuelle Fallbeispiele bearbeitet. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage, auf Basis konkreter digitaler Kommunikationsstrategien in der Unternehmenspraxis diese zu reflektieren und die digitale Kommunikation in die Gesamtstrategie einzubetten.

Lehrinhalte

1. Kommunikationswissenschaftliche Modelle
2. Change-Prozesse in der Kommunikation
3. User Interaction und User Generated Content
4. Prozessinnovationen durch die Nutzung von digitaler Kommunikation
5. Einbettung von digitaler Kommunikation bei der Entwicklung der Unternehmensstrategie
6. Externe Social Media Plattformen, Corporate Social Media
7. Prinzipien der Co-Creation, Förderung von User Engagement
8. IT- und Softwarekonzepte für die Nutzung von digitaler Kommunikation
9. Erfolgsfaktoren für die Nutzung von digitaler Kommunikation

| | |
|--------------------------|--|
| Dauer | 4 Vorlesungstermine + 1 Prüfungstermin |
| Ort | Hochschule Aalen |
| Niveau/Level | Master |
| Sprache | DE, EN |
| Workload | 30 UE Präsenz 120 UE Selbststudium/Prüfungsvorbereitung |
| Prüfungsform | Projekt |
| Kursgebühr | 1.600 EUR |
| Fördermöglichkeit | ESF |

