

UNIVERSITÄT GREIFSWALD  
Wissen lockt. Seit 1456



Institut für Politik- und  
Kommunikationswissenschaft  
✦ Bereich Kommunikationswissenschaft ✦

# Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Master  
Organisationskommunikation

**Wintersemester 2019/20**

Stand: 28.08.2019

## Mitarbeiterverzeichnis

Büro: **Manuela Dittmann**

☎ 420 3402, kowisekr@uni-greifswald.de; Raum 3.04

Sprechzeiten: Mo keine; Mi 8.15-12.00+14.00-17.00 Uhr; Di, Do, Fr 8.15-12.00 Uhr

### **Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft**

Inhaber:

**Prof. Dr. Klaus Beck**

☎ 420 3445, klaus.beck@uni-greifswald.de; Raum 3.05

Sprechzeit: Dienstag 16.00-18.00 Uhr (nur mit Terminvereinbarung über das KoWi-Sekr.)

### **Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Organisationskommunikation**

Inhaberin:

**Prof. Dr. Kerstin Thummes**

☎ 420 3454, kerstin.thummes@uni-greifswald.de; Raum 3.07

Sprechzeit: Dienstag 11.00-12.00 Uhr (nur mit Terminvereinbarung über das KoWi-Sekr.)

### **Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**

**Marie-Luise von Berg, M.A.**, DFG-Projekt: „Wann ist ein Like ein Like?“

☎ 420 3442, marie-luise.vonberg@uni-greifswald.de; Raum 3.16

**Ulrike Gochermann, M.A.**

☎ 420 3415, ulrike.gochermann@uni-greifswald.de; Raum 3.18

Sprechzeit: Donnerstag 10.00-11.00 Uhr

**Klaus-Jürgen Grothe, Diplom-Sprechwissenschaftler**

☎ 420 3408, grothejk@uni-greifswald.de; Raum 3.34

Sprechzeit: Terminvereinbarung per email

**Jörg Holten, M.A.**

☎ 420 3446, joerg.holten@uni-greifswald.de; Raum 3.27

Sprechzeit: Termine und Anmeldung über HIS LSF

**Dr. Jakob Jünger**

☎ 420 3444, jakob.juenger@uni-greifswald.de; Raum 3.16

Sprechzeit: Dienstag 15.00-16.00 Uhr (nur mit Voranmeldung per email)

**Dr. Martha Kuhnhenh**

☎ 420 3411, martha.kuhnhenh@uni-greifswald.de; Raum 3.18

Sprechzeit: Anfragen per email

**Dr. Henriette Mehlan – Fachstudienberatung**

☎ 420 3418, henriette.mehlan@uni-greifswald.de, fsb-orgakomm@...; Raum 3.27

Sprechzeit: Mittwoch 14.30-15.30 Uhr (nur mit Voranmeldung per email)

**Dr. Ingrid Uhlemann**

☎ 420 3430, uhlemann@uni-greifswald.de; Raum 3.38

Sprechzeiten: Montag 10.15-11.15 Uhr; Donnerstag 8.15-9.30 Uhr

(Bitte in aushängende Listen eintragen.)

### **Lehrbeauftragte**

Diplom-Sprechwiss. Anke Portugal; Maik Wittenbecher

### **Alumni**

Alumni-Verein Kommunikationswissenschaft Greifswald e.V.

<http://www.alumni-kowi-greifswald.de/>, [kontakt@alumni-kowi-greifswald.de](mailto:kontakt@alumni-kowi-greifswald.de)

## Musterstudienplan

### „Organisationskommunikation“ (StO 2011) (Studienbeginn: Wintersemester)

	<b>Pflichtbereich</b>	<b>Wahlpflichtbereich I</b>	<b>Wahlpflichtbereich II</b>
<b>1. FS (WS)</b>	<b>Modul 1:</b> Theorien im Forschungsfeld Organisationskommunikation	<i>Je nach Angebot*</i> <b>Modul 3, 4</b> oder 5 (Typen von Organisationen und ihre Kommunikation)	<i>Ein Modul aus den Bereichen:</i> <b>Modul 9:</b> Kompetenzprofile im Kommunikationstraining <b>oder</b> <i>Je nach Angebot*</i> <b>Modul 6, 7</b> oder <b>8</b> (Projektmodul) <b>oder</b> <b>Modul 10:</b> Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft
<b>30 LP/ 900 Std</b>	10 LP / 300 Std. PL: Mündliche Prüfung (20 Min.)	10 LP / 300 Std. PL: Hausarbeit (20-25 S.)	10 LP / 300 Std. PL: Je nach Modulwahl
<b>2. FS (SS)</b>	Modul 2: Methoden im Forschungsfeld Organisationskommunikation	<i>Je nach Angebot*</i> Modul 3, 4 oder 5 (Typen von Organisationen und ihre Kommunikation)	<i>Ein Modul aus den Bereichen:</i> <i>Je nach Angebot*</i> Modul 6, 7 oder 8 (Projektmodul) <b>oder</b> Modul 11: Medienorganisationen, Mediennutzung, Medienwirkung
<b>30 LP/ 900 Std</b>	10 LP / 300 Std. PL: Klausur (120 Min.)	10 LP / 300 Std. PL: Hausarbeit (20-25 S.)	10 LP / 300 Std. PL: Je nach Modulwahl
<b>3. FS (WS)</b>		<i>Je nach Angebot*</i> <b>Modul 6, 7</b> oder <b>8</b> (Projektmodul)	<i>Zwei noch nicht belegte Module aus den Bereichen:</i> <b>Modul 9:</b> Kompetenzprofile im Kommunikationstraining <b>oder</b> <i>Je nach Angebot*</i> <b>Modul 3, 4</b> oder 5 (Typen von Organisationen und ihre Kommunikation) <b>oder</b> <b>Modul 10:</b> Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft <b>oder</b> Modul aus Ergänzungsbereich
<b>30 LP/ 900 Std</b>		10 LP / 300 Std. PL: Vortrag (10 Min. Präsentation, 5 Min. Diskussion) und schriftliche Ausarbeitung (max. 15 S.)	20 LP / 600 Std. PL: je nach Modulwahl
<b>4. FS (SS)</b> <b>30 LP/ 900 Std</b>	Masterarbeit (einschließlich Disputation)		

\* Die Module 3-5 (Typen von Organisationen und ihre Kommunikation: M3: Soziale Organisationen; M4: Unternehmen; M5: Politische und staatliche Organisationen) sowie die Projektmodule 6-8 (M6: Kommunikationsforschung; M7: Problembearbeitung und Konfliktbewältigung in Organisationen; M8: Kommunikationsmanagement) werden in einem dreisehnen Rhythmus angeboten.

**Begrüßung, Einführungs- und Informationsveranstaltung  
für Erstsemester-Studierende**

**Montag, 14. Oktober 2019, 16.15 Uhr – Wollweberstr. 1, SR 143**

***Pflichtbereich***

**MODUL 1: Theorien im Forschungsfeld Organisationskommunikation (10 Lp)**

→ PL: mündlich (20 min)

Di 14-18 Einführung in die Organisationskommunikationsforschung (Vorlesung + Seminar)  
**40110117 Kerstin Thummes**, Wollweberstr. 1, SR 142; max. 35 TN, Anmeldung über HIS LSF

***Wahlpflichtbereich I***

**MODUL 4: Typen von Organisationen und ihre Kommunikation:  
Unternehmen (10 Lp)** → PL: Hausarbeit (20-25 S.)

Di 10-14 Unternehmen – Daten – Kommunikation (Seminar + Seminar)  
**40110119 Jakob Jünger**, Wollweberstr. 1, SR 142; max. 25 TN, Anmeldung über HIS LSF

***Wahlpflichtbereich II***

**MODUL 8: Projektmodul Kommunikationsmanagement (10 Lp)**

→ PL: Vortrag (Präsentation/Diskussion) und schriftliche Ausarbeitung

Mi 14-16 Organisationsidentität und Impression Management (Seminar)  
**40110121 Kerstin Thummes**, E.-Lohmeyer-Platz 3, SR 2.05;  
max. 25 TN, Anmeldung über HIS LSF

Mo 14-18 Kommunikations- und Markenmanagement für kulturelle Organisationen (Seminar)  
**40110123 Maik Wittenbecher** (LB), Wollweberstr. 1, SR 142; max. 25 TN, Anm. über HIS LSF;  
Start: 14.10.2019; das Seminar findet nicht wöchentlich statt, die Planung der weiteren Termine erfolgt in der ersten Sitzung.

## **MODUL 9: Kompetenzprofile im Kommunikationstraining (10 Lp)**

→ PL: Vortrag (Präsentation/Diskussion) und schriftliche Ausarbeitung

Im Modul 9 sind das Seminar und wahlweise zwei Übungen zu belegen!  
Anmeldung über HIS LSF: 19.07.-30.09.2019 jeweils extra für das Seminar  
(max. 12 TN) sowie die beiden ausgewählten Übungen!

- Fr 12-16  
**40110125** Methodisch-didaktische Entwicklung von Lehr- und Trainingseinheiten (Seminar)  
**Klaus-Jürgen Grothe/Anke Portugal** (LB),  
Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 18.10.2019; max. 12 TN  
*Bei Zulassung für das Modul 9 wird die Bereitschaft vorausgesetzt, in diesem Seminar ein Referat zu halten.*
- Do 10-14  
**40110127** Strukturen rhetorischer Äußerungen (Übung)  
**Klaus-Jürgen Grothe**, Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 24.10.2019.  
*Der Besuch dieser Übung wird empfohlen für Master-Studierende, die ihren Bachelor-Abschluss nicht in Greifswald erworben haben, mit parallelem Besuch der Übung „Entwicklung rhetorisch-kommunikativer Eigenkompetenzen“ (40110129).*
- Do 10-14  
**40110129** Entwicklung rhetorisch-kommunikativer Eigenkompetenzen (Übung)  
**Anke Portugal** (LB), Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 17.10.2019
- Fr 12-16  
**40110131** Grundlagen und Spezifika mündlicher Kommunikation (Übung)  
**Klaus-Jürgen Grothe**, Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 25.10.2019  
*Der Besuch dieser Übung wird empfohlen für Master-Studierende, die ihren Bachelorabschluss in Greifswald erworben haben.*

## **MODUL 10: Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft (10 Lp)**

→ PL: Klausur (120 min)

- Mi 8-12  
**40110133** *Die ethnografische Erforschung digitalisierter Welten*  
Digitalisierte Welten (Seminar)  
Die Methode der Ethnografie zur Erforschung digitalisierter Welten (Seminar)  
**Henriette Mehlan**, R.-Petershagen-Allee 1, SR 1.05;  
max. 20 TN, Anmeldung über HIS LSF

*zusätzlich:*

- Di 18-20  
**40110135** Kolloquium für Master-ExamenskandidatInnen A  
**Klaus Beck**, E.-Lohmeyer-Platz 3, SR 1.03; max. 15 TN, Anmeldung über HIS LSF
- Mi 16-18  
**40110137** Kolloquium für Master-ExamenskandidatInnen B  
**Kerstin Thummes**, E.-Lohmeyer-Platz 3, SR 1.03;  
max. 15 TN, Anmeldung über HIS LSF

## Kommentare

Di 14-18 [Einführung in die Organisationskommunikationsforschung](#) (Vorlesung + Seminar)

**40110117 Kerstin Thummes**, Wollweberstr. 1, SR 142; max. 35 TN

In unserem Alltag sind wir von Organisationen umgeben. Unseren täglichen Bedarf decken wir im Supermarkt. Der Zustand der Straßen auf dem Weg dorthin, die Verkehrsmittel, die wir wählen, und die Öffnungszeiten werden von Stadtverwaltungen, Parteien, Verbänden und Regierungen bestimmt. Unsere Ausbildungs-, Arbeits- und Freizeit verbringen wir in Schulen, Unternehmen, Universitäten, Sport- und Kulturvereinen. Dort treffen wir Gleichgesinnte, Freunde und Kolleg\*innen, lernen die Welt zu verstehen, fühlen uns zugehörig und grenzen uns ab. Organisationen bilden ein Scharnier zwischen Individuum und Gesellschaft. Ein zentrales Mittel, mit dem sie Integration ermöglichen, Interessen bündeln und Entscheidungen treffen, ist Kommunikation. Über interne Kommunikation integrieren sie ihre Mitglieder. Über externe Kommunikation positionieren sie sich in der Öffentlichkeit, wo sie zugleich mit der Kommunikation anderer über Organisationen konfrontiert werden. In der Vorlesung wird die Kommunikation in, von und über Organisationen aus der Perspektive soziologischer, kommunikationswissenschaftlicher und psychologischer Ansätze beleuchtet. Im Mittelpunkt stehen die Fragen, wie Organisationen funktionieren, wie sie sich zu ihrer Umwelt verhalten und welche Rolle Kommunikation dabei spielt.

Die Vorlesung umfasst drei Themenblöcke. Im ersten Teil werden die Grundbegriffe Organisation, Kommunikation und Öffentlichkeit eingeführt. Der zweite Teil widmet sich grundlegenden Denkschulen der Organisationskommunikationsforschung und ihrem empirischen Ertrag. Im dritten Teil werden aktuelle Debatten der Organisationskommunikationsforschung aufgegriffen. Zur Vertiefung des Textverständnisses und zum Texttransfer wird ein begleitendes Seminar angeboten.

Lernziele: Die Veranstaltung dient dazu, Studierende mit dem Forschungsfeld Organisationskommunikation und seinen Grundbegriffen vertraut zu machen und ihnen eine Übersicht sowie ein fundiertes Grundverständnis zentraler theoretischer Ansätze zu vermitteln. Darüber hinaus soll die Fähigkeit geschult werden, wissenschaftliche Ansätze kritisch zu reflektieren und eigene Argumentationslinien zu entwickeln. In Vorbereitung auf schriftliche Prüfungsleistungen sollen Studierende zudem lernen, eine konkrete Problemstellung theoretisch fundiert zu analysieren.

Di 10-14 [Unternehmen – Daten – Kommunikation](#) (Seminar + Seminar)

**40110119 Jakob Jünger**, Wollweberstr. 1, SR 142; max. 25 TN

Daten sind das neue Öl? Unternehmen im Kommunikationsbereich haben Geschäftsmodelle ausgebildet, bei denen Daten nicht lediglich Nebenprodukt, sondern zentrale Grundlage der Geschäftstätigkeit darstellen. Beim Umgang mit diesen Daten stehen Unternehmen vor besonderen kommunikativen Herausforderungen. Vor allem in Bezug auf den Datenschutz und die Privatsphäre von Individuen werden das Vertrauen bzw. die Reputation auf die Probe gestellt. Im Schadensfall werden Krisen dann kommunikativ bewältigt. Daneben spielen Daten beim internen und externen Monitoring eine Rolle, zum Beispiel beim Issue Management. Auch das Targeting von Werbung und die Personalisierung von Angeboten basieren auf der Analyse von Nutzerdaten.

Im Seminar wird der Zusammenhang zwischen Daten, Unternehmen und Kommunikation aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Nach einer Einführung in entsprechende Theorien der Unternehmenskommunikation werden Fallbeispiele bearbeitet, um den Umgang von Unternehmen mit den kommunikativen Herausforderungen herauszuarbeiten.

Mi 14-16 [Organisationsidentität und Impression Management](#) (Seminar)

**40110121 Kerstin Thummes**, E.-Lohmeyer-Platz 3, SR 2.05; max. 25 TN

Das Konzept der persönlichen Selbstdarstellung in sozialen Interaktionen, das sogenannte Impression Management, ist ursprünglich auf Personen bezogen. Bei der heute üblichen Übertragung auf Organisationen ist daher zunächst zu klären, inwiefern im organisationalen Kontext die gleichen Rahmenbedingungen zur Selbstdarstellung vorliegen. Daran schließen sich zahlreiche Fragen an: Ist es möglich, dass Organisationen eine Identität ausbilden? Wie können sie charakteristische

Werte, Lebensgeschichten und Selbstbilder vermitteln? Und wie weit können Public Relations bei der Gestaltung solcher Selbstbeschreibungen gehen, ohne fiktive Informationen und Erzählungen zu konstruieren? Um den Phänomenen des Impression Managements auf den Grund zu gehen, wird zu Beginn des Seminars der Themenkomplex ‚Identität und Werte von Organisationen‘ behandelt. Dabei stehen die Konzepte der Corporate Identity und Organisationidentität im Vordergrund. Daran anschließend werden theoretische Hintergründe und Instrumente zur Konstruktion von Selbstbildern diskutiert, z.B.: Image und Mythen (Neo-Institutionalismus), Markenidentität (Marketing) und interne Führung/Leadership (Ökonomie/Psychologie).

Vor diesem Hintergrund können im zweiten Teil des Seminars die Chancen und Risiken des Impression Managements aus organisationaler, aber auch aus gesellschaftlicher Perspektive abgewogen und in Hinblick auf das im parallellaufenden Praxisseminar durchgeführte Projekt diskutiert werden. Ziel des Seminars ist es, Voraussetzungen und Grundlagen zur Entwicklung angemessener ‚Identitäten‘ für Organisationen zu erarbeiten.

Mo 14-18 **Kommunikations- und Markenmanagement für kulturelle Organisationen** (Seminar)

**40110123 Maik Wittenbecher (LB)**, Wollweberstr. 1, SR 142; max. 25 TN;

Start: 14.10.2019; das Seminar findet nicht wöchentlich statt, die Planung der weiteren Termine erfolgt in der ersten Sitzung.

Am Beispiel einer konkreten Organisation werden die praktischen und theoretischen Schrittfolgen zum Erstellen eines Kommunikationskonzepts mit aktiver Beteiligung der Studierenden definiert, in Kleingruppen ausgearbeitet und präsentiert. Konzeptionstheorie wird dabei auf ihre Anwendungs- und Praxistauglichkeit geprüft. Warum ist eine SWOT-Analyse eine entscheidende Voraussetzung für den Konzepterfolg und eine tolle Kreatividee nicht immer ein Garant für Erfolg? Auf dem Weg von der Analyse bis zur Erfolgskontrolle lernen die Studierenden die Kommunikationskonzeption als analytischen, strategischen und kreativen Entscheidungsprozess kennen – immer lebendig, emotional, authentisch und orientiert am konkreten Praxisfall. Ziel ist die Anwendung von Konzeptionstheorien am praktischen Beispiel aus der Region.

Fr 12-16 **Methodisch-didaktische Entwicklung von Lehr- und Trainingseinheiten** (Seminar)

**40110125 Klaus-Jürgen Grothe/Anke Portugal (LB)**,

Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 18.10.2019; max. 12 TN

Innerhalb des Tätigkeitsfeldes Aus- und Fortbildung/ Schulung/ Training/ Beratung für Mitarbeiter in Institutionen/ Organisationen, öffentlichen Einrichtungen und Unternehmen der Wirtschaft und Medien hat sich das Marktsegment „Kommunikations- und Rhetoriktraining“ in den letzten Jahren strukturell und hinsichtlich der Kompetenzanforderungen an Trainer, Berater und Referenten vielschichtig und zum Teil widersprüchlich bis schwer durchschaubar entwickelt. Praxis und Realität zeigen, dass sich vor allem fachkompetente, qualifizierte und kommunikativ selbst hochwirksame TrainerInnen und ReferentInnen in dem Marktsegment erfolgreich (wirtschaftlich) durchsetzen und behaupten können. Nach Recherchen zu Anbietern und Strukturen von Aus- und Fortbildungsangeboten werden in diesem Seminar einerseits die sinnvolle, am Markt orientierte Gestaltung von Trainer- und Angebotsprofilen sowie Möglichkeiten Erfolg versprechender (Ausbildungs- und Trainings-)Bedarfs-ermittlung diskutiert und beispielhaft formuliert bis hin zur Erarbeitung möglicher adressatenorientierter Seminar- und Trainingskonzeptionen nach inhaltlichen wie auch methodisch-didaktischen Prinzipien. Neben der Sensibilisierung für die Komplexität des Zusammenwirkens äußerer und innerer Einflussfaktoren in mündlichen Kommunikationssituationen bilden dabei vor allem methodisch-didaktische Probleme der Vermittlung von Theorien und Anwendungen rhetorischer Kommunikation in Lehr- und Trainingseinheiten, Seminaren und Workshops für unterschiedliche Zielgruppen in den Berufsfeldern Aus-, Fort- und Weiterbildung Schwerpunkte der Diskussionen und Betrachtungen. Im Rahmen dieser Veranstaltung bestehen Hospitationsmöglichkeiten in Lehrveranstaltungen zu rhetorischer Kommunikation in unterschiedlichen Studiengängen.

*Bei Zulassung für das Modul 9 wird die Bereitschaft vorausgesetzt, in diesem Seminar ein Referat zu halten.*

📖 Eine ausführliche Literaturliste wird zum Semesterbeginn auf MOODLE bereitgestellt.

Do 10-14 **Strukturen rhetorischer Äußerungen** (Übung)

**40110127 Klaus-Jürgen Grothe**, Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 24.10.2019.

Ausgehend von grundlegenden Kommunikationsmodellen und Aspekten rhetorischer Wirkungsfaktoren werden kommunikative Situationen und deren Rahmenbedingungen analysiert und kategorisiert. In praktischen Anwendungen von Kriterien der Textverständlichkeit sollen in Elementarübungen situationsangemessene und adressatengerechte Texte produziert werden unter Beachtung von Ziel-Mittel-Relationen. Zum Teil videogestützte Übungen sind fokussiert auf die Reflexion mündliche Äußerungen. Die Arbeitsergebnisse werden nach formalen, inhaltlich-strukturellen und sprachlich-sprecherischen Kriterien analysiert und diskutiert im Hinblick auf authentisches, selbstsicheres Auftreten und einer situationsadäquat strukturierten Ausformulierung von Äußerungen auch aus der Perspektive des Realisierens von Training und Beratung zu rhetorisch-kommunikativen Themen. *Der Besuch dieser Übung wird empfohlen für Master-Studierende, die ihren Bachelor-Abschluss nicht in Greifswald erworben haben, mit parallelem Besuch der Übung „Entwicklung rhetorisch-kommunikativer Eigenkompetenzen“ (40110129).*

Do 10-14 **Entwicklung rhetorisch-kommunikativer Eigenkompetenzen** (Übung)

**40110129 Anke Portugal**, Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 17.10.2019

*Wer Kommunikation trainiert, muss selbst wahrhaft anregend und kommunikativ sein.*

Studierende mit der Absicht, künftig als TrainerInnen und ReferentInnen im „Kommunikations- und Rhetoriktraining“ tätig zu sein, entwickeln in dieser Veranstaltung ihre rhetorisch-kommunikativen Eigenkompetenzen. In einer Mischung aus Hospitation und eigenen Trainingsversuchen werden sich die Studierenden der Grundkompetenzen in der Anleitung von Trainings bewusst, probieren sich methodisch aus und legen ein erstes Übungsrepertoire an.

Dieses Seminar bildet eine bewusst-sensible Wahrnehmung für körpersprachliche Signale und situative Einflüsse in kommunikativen Zusammenhängen heraus. Unter dem Gesichtspunkt, interaktive Lehr- und Trainingsprozesse leiten, sowie gruppendynamische Einflüsse bewältigen zu lernen, wird auf praktische und methodisch-theoretische Aspekte Aufmerksamkeit gelegt.

Fr 12-16 **Grundlagen und Spezifika mündlicher Kommunikation** (Übung)

**40110131 Klaus-Jürgen Grothe**, Rubenowstr. 3, R 1.21; 14täglich, Beginn: 25.10.2019

Schwerpunkte dieser LV sind die Abgrenzung mündlicher Texte von schriftlichen unter situativer Betrachtung, Möglichkeiten ganzheitlicher Darstellung von Sachinhalten und logischer Argumentationen sowie dialektische Prozesse in Rede-, Gesprächs- und Präsentationsbeiträgen. Mündliche Äußerungen erfordern andere Kriterien im Anspruch an die Verständlichkeit dargestellter Inhalte und überzeugend wirkender Argumentationen aufgrund anderer Rezeptionsbedingungen als schriftliche Texte. Die Gleichzeitigkeit von Textproduktion und -rezeption wie auch Aspekte der Ziel-Mittel-Relationen sind bei der Planung und Realisierung von Äußerungen in mündlichen Kommunikationssituationen zu beachten. In Elementarübungen sollen vorhandene Kenntnisse argumentativer Rede-, Gesprächs- und Präsentationsstrukturen vertieft und nachfolgend in komplexen Simulationen kommunikativer Situationen angewendet werden. Erarbeitete Feedbackkriterien bilden die Grundlage für Analysen kommunikativer Situationen wie auch von Äußerungsbeiträgen mit Selbstreflexionen und den Transfer für Anwendungen in vorstellbaren Trainings- und Beratungssituationen.

*Der Besuch dieser Übung wird empfohlen für Master-Studierende, die ihren Bachelorabschluss in Greifswald erworben haben.*

Mi 8-12 [Die ethnografische Erforschung digitalisierter Welten](#)

**40110133 Henriette Mehlan**, R.-Petershagen-Allee 1, SR 1.05; max. 20 TN

*Beide Seminare sind inhaltlich auf einander bezogen und organisatorisch verknüpft. Vorausgesetzt wird daher eine Teilnahme an beiden Veranstaltungen, ein Interesse an empirischer Feldforschung und die Bereitschaft selbst kleinere Forschungsprozesse durchzuführen.*

Digitalisierte Welten (Seminar)

Die Idee der digitalen Gesellschaft prägt den öffentlichen wie auch wissenschaftlichen Diskurs. Dabei fungiert der Begriff im öffentlichen Diskurs als ein recht vages politisches Schlagwort, mit dem Gestaltideen in Bezug auf gegenwärtige gesellschaftliche Veränderungsprozesse verbunden sind (Digitalisierung von Schulen, Wirtschaft, Politik und Verwaltung, etc.). Was jedoch bedeutet Digitalisierung aus Perspektive der Handelnden? Der kommunikationswissenschaftliche Mediatisierungsansatz beschreibt Digitalisierung als eine zunehmende Prägung gesellschaftlicher Praktiken und Sinngabungsprozesse durch digitale Medien. Die Autoren sprechen von tiefgreifend mediatisierten Welten um zu markieren, dass mit der Digitalisierung ein neues Ausmaß von Mediatisierung erreicht sei. Im Seminar wollen wir uns mit dem Konzept der Digitalisierung auseinandersetzen und verschiedene Aspekte digitalisierter Welten, vor allem des medialen Alltags, betrachten. Wir wollen den Prozess der Digitalisierung dabei aus Individualperspektive untersuchen, und uns mit verschiedenen Fragen medialer oder mediatisierter Praktiken (Medienaneignung) in unterschiedlichen sozialen Kontexten beschäftigen. Das Theorieseminar liefert dazu die theoretischen Grundlagen, die im Methodenseminar zugleich empirisch aufgegriffen werden sollen.

Die Methode der Ethnografie zur Erforschung digitalisierter Welten (Seminar)

Die empirische Analyse mediatisierter sozialer Praktiken und Lebenswelten lässt sich im Rahmen ethnografischer Feldforschung betreiben. Bei dieser besonderen Form der qualitativen Sozialforschung hat der Forscher einen andauernden Kontakt mit den Teilnehmern seines Forschungsfeldes und kombiniert unterschiedliche Methoden. Der Kontakt kann direkt (z. B. in Klassenzimmern) oder virtuell erfolgen. Wir werden uns im Seminar mit der Methode der Ethnografie vertraut machen und Aspekte digitalisierter Welten selbst ethnografisch erforschen.

Di 18-20 [Kolloquium für Master-ExamenskandidatInnen A](#)

**40110135 Klaus Beck**, E.-Lohmeyer-Platz 3, SR 1.03; max. 15 TN

Mi 16-18 [Kolloquium für Master-ExamenskandidatInnen B](#)

**40110137 Kerstin Thummes**, E.-Lohmeyer-Platz 3, SR 1.03; max. 15 TN

Das Colloquium richtet sich an alle Examens-KandidatInnen der Masterstudiengänge Organisationskommunikation sowie Sprache und Kommunikation, die gemeinsam mit ihren KommilitonInnen Themenstellungen für die MA-Arbeit entwickeln und Fragestellungen präzisieren sowie methodische und arbeitstechnische Probleme diskutieren. Hierfür verfassen alle TeilnehmerInnen ein bis zwei Mal im Semester Arbeitspapiere oder Exposés, die vorab per E-Mail an das Colloquium verteilt werden und als gemeinsame Arbeitsgrundlage dienen.

🌐 The colloquium addresses all candidates of both MA programs and offers a platform for the intensive and goal oriented discussing of research questions, working techniques, and methodological questions in the context of the thesis.

## Lehrveranstaltungen Master Organisationskommunikation

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
8-10			S <b>M10:</b> Digitalisierte Welten, Dr. Mehlan; RPA1 SR 1.05	<b>8.15-9.30 Sprechzeit</b> <b>Dr. Uhlemann</b>	
10-12	<b>10.15-11.15 Sprechzeit</b> <b>Dr. Uhlemann</b>	S <b>M4:</b> Unternehmen – Daten – Kommunikation, Dr. Jünger; Ww1 SR 142  <b>11-12 Sprechzeit</b> <b>Prof. Thummes</b>	S <b>M10:</b> Die Methode der Ethnografie zur Erforschung digitalisierter Welten, Dr. Mehlan; RPA1 SR 1.05	Ü <b>M9:</b> Strukturen rhetorischer Äußerungen, K.-J. Grothe; Rub3 R 1.21 // Ü <b>M9:</b> Entwicklung rhetorisch-kommunikativer Eigenkompetenzen, A. Portugal (LB); Rub3 R 1.21	
12-14		S <b>M4:</b> Unternehmen – Daten – Kommunikation, Dr. Jünger; Ww1 SR 142		Ü <b>M9:</b> Strukturen rhetorischer Äußerungen, K.-J. Grothe; Rub3 R 1.21 // Ü <b>M9:</b> Entwicklung rhetorisch-kommunikativer Eigenkompetenzen, A. Portugal (LB); Rub3 R 1.21	S <b>M9:</b> Methodisch-didaktische Entwicklung von Lehr- und Trainingseinheiten, K.-J. Grothe/A. Portugal (LB); Rub3 R 1.21 // Ü <b>M9:</b> Grundlagen und Spezifika mündlicher Kommunikation, K.-J. Grothe; Rub3 R 1.21
14-16	S <i>Mo-Blöcke:</i> <b>M8:</b> Kommunikations- und Markenmanagement für kulturelle Organisationen, M. Wittenbecher (LB); Ww1 SR 142	V <b>M1:</b> Einführung in die Organisationskomm., Prof. Thummes; Ww1 SR 142  <b>15-16 Sprechzeit</b> <b>Dr. Jünger</b>	S <b>M8:</b> Organisationsidentität und Impression Management, Prof. Thummes; ELP3 SR 2.05  <b>14.30-15.30 Sprechzeit</b> <b>Dr. Mehlan</b>		S <b>M9:</b> Methodisch-didaktische Entwicklung ..., K.-J. Grothe/A. Portugal (LB); Rub3 R 1.21 // Ü <b>M9:</b> Grundlagen und Spezifika mündlicher Kommunikation, K.-J. Grothe; Rub3 R 1.21
16-18	S <i>Mo-Blöcke:</i> <b>M8:</b> Kommunikations- und Markenmanagement ..., M. Wittenbecher (LB); Ww1 SR 142	S <b>M1:</b> Einführung in die Organisationskomm., Prof. Thummes; Ww1 SR 142  <b>16-18 Sprechzeit</b> <b>Prof. Beck</b>	C MA-Kolloquium B, Prof. Thummes; ELP3 SR 1.03		
18-20		C MA-Kolloquium A, Prof. Beck; ELP3 SR 1.03			