

## Literaturempfehlungen:

- Barthes, R. (1964). *Mythen des Alltags*. Frankfurt am Main.  
Baudrillard, J. (2007). *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*. Frankfurt am Main.  
Baumann, Z. (2009). *Leben als Konsum*. Hamburg.  
Beck, K. (2007). *Kommunikationswissenschaft*. Konstanz.  
Bolz, N. (2002). *Das konsumistische Manifest*. München.  
*Digitaler Schein. Ästhetik der neuen Medien*. (1991). Frankfurt am Main: Rötzer, F.  
Eco, U. (1972). *Einführung in die Semiotik*. München.  
Eco, U. (1977). *Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte*. Frankfurt am Main.  
Eco, U. (2002). *Die Geschichte der Schönheit*. München.  
Faßler, M. (2001). *Netzwerke*. München.  
Faulstich, W. (2004). *Medienwissenschaft*. Paderborn.  
Flusser, V. (1997). *Medienkultur*. Frankfurt am Main.  
Gaede, W. (1992). *Vom Wort zum Bild: Kreativ Methoden der Visualisierung*. München.  
Großklaus, G. (2004). *Medien-Bilder*. Frankfurt am Main.  
Hartmann, F. (2008). *Medien und Kommunikation*. Wien.  
Heinevetter, N. (2008). *Was mit Medien.... Theorie in 15 Sachgeschichten*. Paderborn.  
Hemenway, P. (2008). *Der geheime Code*. Köln.  
Hieber, L. M. (2011). *Ästhetisierung des Sozialen*. Bielefeld.  
Jäckel, M. (2010). *Soziologie. Eine Orientierung*. Wiesbaden.  
Kroeber-Riel, W. E. (2000). *Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze*. Stuttgart.  
Loewy, R. (1977). *Häßlichkeit verkauft sich schlecht*. Hamburg.  
Mersch, D. (2006). *Medientheorien*. Hamburg.  
Moser, K. (2007). *Wirtschaftspsychologie*. Heidelberg.  
Papsdorf, C. (2013). *Internet und Gesellschaft*. Frankfurt/New York.  
*Postmediale Wirklichkeiten*. (2010). Hannover: Selke, S., Dittler, U.  
Qualman, E. (2010). *Socialnomics. Wie Social Media Wirtschaft und Gesellschaft verändern*. Heidelberg.  
Rietz, C. (2014). *Im Dschungelshop. Mit der Datenbrille in einem virtuellen Einkaufszentrum unterwegs. Ein realer Erfahrungsbericht*. In: Die Zeit. Nr. 18, 24.4.2014.  
Rusch, G./Schanze, H./Schwering, G. (2007). *Theorien der neuen Medien*. Paderborn.  
*Texte zur Medientheorie*. (2002). Stuttgart: Helmes, G., Köster, W.  
Schmidt, B./Simonson, A. (2005). *Ästhetik: Das neue Marketing-Paradigma*. In: Esch, F.-R. *Moderne Markenführung*. Wiesbaden. S.307-327.  
Schulz von Thun, F. (2010). *Miteinander reden. Störungen und Klärungen*. Reinbek.  
Spies, M. (2012). *Branded Interactions*. Mainz.  
Watzlawick, P./Beavin, J.H./Jackson, J.D. (1974) *Menschliche Kommunikation. Formen Störungen, Paradoxien*. Wien.  
Weinschenk, S. M. (2011). *100 Dinge. Die jeder Designer über Menschen wissen muss*. München.  
Winkler, H. (2008). *Basiswissen Medien*. Frankfurt am Main.  
<http://adsoftheworld.com/>

## Prüfungsform:

Klausur (KD), Hausarbeit (MK)

## Benotung: Ja

## Zu erlangende Kompetenzen:

### Wissen

Wissenschaftliche Grundlagen der Kommunikationstheorie und Medientheorie und ihre Anwendungsgebiete  
Entwicklung eines kritischen Verständnisses zu Modellen und Theorien

### Fertigkeiten

Transferkompetenz von Kommunikations- und Medientheorie zu strategischen und gestalterischen Tätigkeitsbereichen