



Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblatt Frühjahrssemester 2025

8,026: Digitale Kommunikation und Content Management

ECTS-Credits: 3

Überblick Prüfung/en

(Verbindliche Vorgaben siehe unten)

dezentral - Schriftliche Arbeit, Digital, Gruppenarbeit Gruppennote (60%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

dezentral - Präsentation, Analog, Gruppenarbeit Gruppennote (40%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Zugeordnete Veranstaltung/en

Stundenplan -- Sprache -- Dozent

[8,026,1.00 Digitale Kommunikation und Content Management](#) -- Deutsch -- [Stanoevska Katarina](#)

Veranstaltungs-Informationen

Veranstaltungs-Vorbedingungen

Die Veranstaltung kann ohne Vorbedingungen besucht werden. Erfahrung in der Nutzung von Sozialen Medien ist von Vorteil.

Dieser Kurs ist dem Profil «Digital Channel & Customer Relationship Management» zugeordnet, kann aber auch ohne Auswahl einer Vertiefung belegt werden.

Lern-Ziele

- Studierende lernen für eine Webseite (Unternehmen, Produkt, ...) eine entsprechende Kommunikationsstrategie für Social Media zu erstellen
- Studierende lernen für eine Webseite eine digitale Kommunikationsstrategie für Social Media umzusetzen
- Studierende lernen über unterschiedliche Social Media Kanäle zu kommunizieren
- Studierende lernen den Erfolg von Social Media Kommunikation zu bewerten

Veranstaltungs-Inhalt

Neue Medien wie z.B. Internet, Social Media, mobile Medien und das Internet der Dinge haben sich zunehmend als wichtigster Kommunikationskanal von Unternehmen zu Kunden und anderen Stakeholdern etabliert. Informationen und Inhalte unterschiedlichster Art werden mit Interaktionsmöglichkeiten angereichert und über online oder mobile Kommunikationsinstrumente und Plattformen zur Verfügung gestellt. Gleichzeitig wird durch Einsatz von innovativen Kommunikationsinstrumenten wie z.B. Social Media, der User aktiv in der Kommunikation eingebunden. In diesem Context ist das Management und die Aufbereitung von Inhalten und Informationen für die digitale Kommunikation zu einer wichtigen Funktion im Rahmen der betrieblichen Informationsverarbeitung geworden.

Ziel der Veranstaltung ist es: - die unterschiedlichen Formen und Instrumente digitaler Kommunikation (online, mobile, Kommunikation der Dinge) sowie - die für digitaler Kommunikation notwendigen Content und Informationsmanagement Funktionen und Prozesse kennenzulernen. Im Rahmen der Veranstaltung werden folgende Themen behandelt:

- Definition und Klassifikation von digitaler Kommunikation
- Überblick und Einsatzpotentiale von unterschiedlichen digitalen Kommunikationsinstrumenten (online, mobilem Kommunikation der Dinge).
- Konzepte zum kombinierten, cross-medialen Einsatz von digitalen Kommunikationsinstrumenten
- Content- und Informationsmanagement Prozesse für die digitale Kommunikation und Einordnung der digitalen Kommunikation in die betriebliche Informationsverarbeitung



Veranstaltungs-Struktur und Lehr-/Lerndesign

Die Veranstaltung ist eine Mischung aus klassischen Vorlesungen, Fallstudien sowie kurze Übungen und Gruppenarbeiten während der Vorlesung. Diese dienen als Grundlage für die Beteiligung der Studenten während des Unterrichts.

Dieser Kurs umfasst insgesamt 3 Credits. Entsprechend liegt das Arbeitspensum für Studierende gesamthaft bei 90 Stunden. Dieses umfasst Selbststudium, Präsenzzeit und alle Prüfungsleistungen.

Die Struktur des Kontaktstudiums ist wie folgt geplant: ein Einführungsblock von 8 + 2 Stunden am Anfang des Semesters. In diesen Einführungsblock werden die Gruppen gebildet, die Grundlagen vermittelt, auf welchen die Studierenden mit den Gruppenarbeiten starten können. Nach dem Break finden dann im Wochenrhythmus weitere 4 Präsenzveranstaltungen mit je 2 Stunden, gruppenspezifische Coachingtermine, sowie 2 Stunden Übungen.

Die Struktur des Selbststudiums ist wie folgt vorgesehen: 68 Stunden Vorbereitungszeit für die Lehrveranstaltung und Gruppenarbeit sowie Vorbereitung und Durchführung der Coaching Termine. 4 Stunden werden benötigt für die Prüfungsleistung.

Der Kurs wird in Präsenz in St. Gallen durchgeführt.

Veranstaltungs-Literatur

Wird im Rahmen der Veranstaltung mitgeteilt

Veranstaltungs-Zusatzinformationen

--

Prüfungs-Informationen

Prüfungs-Teilleistung/en

1. Prüfungs-Teilleistung (1/2)

Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Schriftliche Arbeit
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Schriftliche Arbeit
Prüfungsart	Digital
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Asynchron
Prüfungsort	Off Campus
Benotungsform	Gruppenarbeit Gruppennote
Gewichtung	60%
Dauer	--

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch

Antwortsprache: Deutsch

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Freie Hilfsmittelregelung

Die Hilfsmittel sind durch die Studierenden grundsätzlich frei wählbar. Allfällige Einschränkungen werden im Hilfsmittelzusatz durch die zuständigen Dozierenden definiert.



Hilfsmittel-Zusatz

--

2. Prüfungs-Teilleistung (2/2)

Prüfungsmodalitäten

Prüfungstyp	Präsentation
Verantwortung für Organisation	dezentral
Prüfungsform	Mündliche Prüfung
Prüfungsart	Analog
Prüfungszeitpunkt	Vorlesungszeit
Prüfungsdurchführung	Asynchron
Prüfungsort	On Campus
Benotungsform	Gruppenarbeit Gruppennote
Gewichtung	40%
Dauer	--

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch
Antwortsprache: Deutsch

Bemerkungen

--

Hilfsmittel-Regelung

Freie Hilfsmittelregelung

Die Hilfsmittel sind durch die Studierenden grundsätzlich frei wählbar. Allfällige Einschränkungen werden im Hilfsmittelzusatz durch die zuständigen Dozierenden definiert.

Hilfsmittel-Zusatz

--

Prüfungs-Inhalt

Die Studenten sollen in Gruppen eine Strategie für digitale Kommunikation einer Webseite (Unternehmen, Produkt, ...) sowie den online und Social Media Auftritt (z.B. Facebook, Instagram, TikTok, Twitter und andere) für diese Webseite aufbauen und versuchen der Webseite durch Kommunikation Visibilität zu verschaffen. Die Entwicklung der Zugriffe auf der Seite sollte durch Analytics Tool der Social Media Kanäle analysiert werden. Die Gruppen halten ihre Kommunikationsstrategie schriftlich fest und erklären in der Präsentation warum sie welche Kommunikationsmassnahmen eingeführt haben und reflektieren was sie dabei erreicht und gelernt haben.

Als Grundlage für die Entwicklung der Strategie dienen folgende Unterlagen:

- Vorlesungsfolien
- In der Vorlesung angegebene Literatur
- Im Canvas zur Verfügung gestellte Literatur

Prüfungs-Literatur



Die prüfungsrelevante Literatur wird bis spätestens zwei Wochen vor dem letzten Termin im Canvas klar gekennzeichnet und verfügbar sein.

Wichtige Hinweise

Bitte beachten Sie, dass nur dieses Merkblatt, sowie der bei Biddingstart veröffentlichte Prüfungsplan verbindlich sind und anderen Informationen, wie Angaben auf StudyNet (Canvas), auf Internetseiten der Dozierenden und Angaben in den Vorlesungen etc. vorgehen.

Allfällige Verweise und Verlinkungen zu Inhalten von Dritten innerhalb des Merkblatts haben lediglich ergänzenden, informativen Charakter und liegen ausserhalb des Verantwortungsbereichs der Universität St.Gallen.

Unterlagen und Materialien sind für zentrale Prüfungen nur dann prüfungsrelevant, wenn sie bis spätestens Ende der Vorlesungszeit (KW 21) vorliegen. Bei zentral organisierten Mid-Term Prüfungen sind die Unterlagen und Materialien bis zur KW 13 (Montag, 24. März 2025) prüfungsrelevant.

Verbindlichkeit der Merkblätter:

- Veranstaltungsinformationen sowie Prüfungszeitpunkt (zentral/dezentral organisiert) und Prüfungsform: ab Biddingstart in der KW 04 (Donnerstag, 23. Januar 2025);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für dezentral organisierte Prüfungen: in der KW 12 (Montag, 17. März 2025);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Mid-Term Prüfungen: in der KW 14 (Montag, 31. März 2025);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelzusätze, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Prüfungen: zwei Wochen vor Ende der Prüfungsabmeldephase in der KW 15 (Montag, 07. April 2025).