

Wirtschaftskommunikation



Master of Arts

- Form: konsekutiver Master
- Typ: Vollzeitstudium
- Art: Präsenzstudium
- Regelstudienzeit: 4 Semester
- [Homepage des Studiengangs](#)



International
Office

1. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	SWS	LP	NSt	NV	EV
M1.1	Perspektiven der Wirtschaftskommunikation	P	SL	4	5	2a	-	-
M1.2	Präsentation und Expression	P	SL/BÜ	2/2	5	2a	-	-
M1.3	Internationales Management und Organisation	P	SL	4	5	2a	-	-
M1.4	Wirtschafts- und Medienrecht	P	SL	4	5	2a	-	-
M1.5	Empirische Markt- und Kommunikationsforschung	P	SL/BÜ	2/3	5	2a	-	-
M1.6	Projektstudium 1	WP	PS	2	5	2a	-	-
Summe Semester				16/7	30			

3. Semester

Nr.	Modulbezeichnung	Art	Form	SWS	LP	NSt	NV	EV
M3.1	Führung und Kommunikation	P	SL	4	5	2b	-	M1.3 M2.3 M2.5
M3.2	Wahlpflichtmodul 1	WP			6			
M3.2.1	Markenstrategien ODER		PÜ	4		2a	-	-
M3.2.2	Designkonzeption		PÜ	4		2a	-	-
M3.3	Beratungskommunikation	P	SL	3	5	2b	-	M2.1 M2.4
M3.4	Wahlpflichtmodul 2	WP			5			
M3.4.1	Rechnungswesen und Controlling ODER		PÜ	4		2a	-	-
M3.4.2	Investition und Finanzierung		PÜ	4		2a	-	-
M3.5	Projektstudium 2	WP	PS		5	2a	-	-
M3.5.1	Im Kampf gegen Fake News: Was wir bei Medienkonzeption und Medienkonsum richtigmachen können ODER		P	2		2a	-	-
M3.5.2	Chatbot? Warum in der Wirtschaftskommunikation?		P	2		2a	-	-

Erläuterungen:

Form der Lehrveranstaltung:

BÜ	Begleitübung
PÜ	Praktische Übung
SL	Seminaristischer Lehrvortrag
PS	(Projekt -)Seminar

Art des Moduls:

P	Pflichtmodul
WP	Wahlpflichtmodul

Allgemein:

EV	Empfohlene Voraussetzung (Module mit empfohlen bestandener Prüfungsleistung)	NV	Notwendige Voraussetzung (Module mit notwendig bestandener Prüfungsleistung)
LP	Leistungspunkte (ECTS)	SWS	Semesterwochenstunden
NSt	Niveaustufe (2a = voraussetzungs-frei/2b = voraussetzungsbehaftet)		

Anmerkungen:

Ein Leistungspunkt steht für eine studentische Lernzeit (Workload) von 30 Stunden à 60 Minuten.

Lernergebnisse und Kompetenzen für jedes Modul:

Modulbezeichnung	M1.1 Perspektiven der Wirtschaftskommunikation
Lernergebnis und Kompetenzen	Das Modul konstruiert Wirtschaftskommunikation als Einheit vielfältiger disziplinärer Traditionen und Sichtweisen. Fächer und Inhalte des Bachelorstudienganges sowie spezifische Fachkenntnisse der Studierenden werden vor diesem Hintergrund reflektiert, erste theoretische Grundlagen und praktische Fertigkeiten für das Masterstudiums der Wirtschaftskommunikation erarbeitet. Die Studierenden bauen die Kompetenz auf, Problemstellungen aus den Arbeitsfeldern der Wirtschaftskommunikation mit Hilfe unterschiedlicher, gegebenenfalls konkurrierender wissenschaftlicher Ansätze zu konzeptualisieren und verschiedene Lösungswege zu skizzieren.

Modulbezeichnung	M1.2 Präsentation und Expression
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Wechselwirkungen zwischen Ziel, Struktur, Inhalt und (visuellen) Hilfsmitteln einer Präsentation und der inneren Haltung, emotionalen Lage und dem Körperausdruck des Präsentierenden sowie ihrem Einfluss auf die Klarheit und Überzeugungskraft in einer Präsentations- oder Vermittlungssituation. Sie erlernen Handlungskompetenzen im Bereich der Entwicklung Gestaltung von fortgeschrittenen Formen der Präsentation und Vermittlung in der Wirtschaftskommunikation unter Auswahl und Einsatz passender Hilfsmittel. Darüber hinaus werden verbale Klarheit und körperliche Präsenz sowie Selbstbewusstsein und Selbstbewusstheit in der Vortragskommunikation verbessert. Soziale Schlüsselkompetenzen wie z.B. Feedback geben und nehmen, Achtsamkeit und emotionale Regulation werden trainiert.

Modulbezeichnung	M1.3 Internationales Management und Organisation
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden entwickeln ein allgemeines Verständnis für grundlegende Fragen des Internationalen Managements. Sie kennen die Besonderheiten der Disziplin und damit zentrale Rahmenbedingungen des Managements internationaler Unternehmen. Unter anderem verstehen sie Herausforderungen internationaler Organisationen. Die Studierenden beherrschen zudem theoretische Grundlagen des Internationalen Managements. Sie besitzen Wissen über ausgewählte Theorien internationaler Unternehmenstätigkeit und des Internationalisierungsprozesses sowie strategische Ansätze des Internationalen Managements.

Modulbezeichnung	M1.4 Wirtschafts- und Medienrecht
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Die Studierenden entwickeln ein Grundverständnis für die für die Wirtschaft wesentlichen Rechtsgebiete. Dazu gehören insbesondere Fragen der zivilrechtlichen Probleme, die bei der Gestaltung von Verträgen auftauchen können. Die Studierenden lernen, sie zu erkennen und dadurch zu vermeiden. Sie erwerben die Fähigkeit, Werbe- und sonstige Kommunikationsmaßnahmen vor dem juristischen Hintergrund des Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrechts zu planen und durchzuführen. Mit dem zivilrechtlichen Instanzenzug sowie wesentlichen Rechtsschutzmöglichkeiten sind sie vertraut.</p> <p>Sie entwickeln ein Grundverständnis für die Gegenstände des Medienrechts in den Bereichen Presse, Rundfunk (Radio und Fernsehen), Film, Multimedia und Internet. Sie haben einen Überblick zu internationalen, insbesondere europäischen und globalen wirtschafts- und medienrechtlichen Regelungen.</p>

Modulbezeichnung	M1.5 Empirische Markt- und Kommunikationsforschung
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Anhand methodologischer Literatur werden die wesentlichen Erhebungsmethoden der empirischen Sozialforschung vorgestellt bzw. wiederholt. Jeder Studierende wirkt an der Durchführung einer Erhebung aus den Themengebieten der Wirtschaftskommunikation mit. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, empirische Forschungen zu organisieren und aus Unternehmenssicht anzuleiten sowie kritisch zu begleiten.</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Verständnisse von Wissenschaft. Sie verstehen die Perspektive, aus der empirische Markt- und Kommunikationsforschung eingesetzt wird, und können selbst Forschungsprojekte für Fragestellungen aus der Wirtschaftskommunikation entwerfen, durchführen und auswerten. Zusätzlich verstehen die Studierenden die Ergebnisse von empirischer Forschung.</p> <p>Die Studierenden trainieren das Schreiben wissenschaftlicher Texte für die Abschlussarbeit.</p> <p>Vermittelt werden Fachwissen und methodische Kompetenzen. In den Übungen trainieren die Studierenden auch Sozialkompetenzen in Arbeitsgruppen.</p>

Modulbezeichnung	M1.6 Projektstudium 1
	M1.6.1 Projektstudium 1: Wähl mich! Ein Projekt zu politischer Kommunikation.
Lernergebnis und Kompetenzen	<p>Kurz nach der Bundestagswahl beschäftigt sich dieses Projekt mit dem Thema Werbung und Kommunikation von Parteien und staatlichen sowie nichtstaatlichen Organisationen. Wir untersuchen, wie Meinungsbildung funktioniert. Wir analysieren, wie es textlich gelingen kann, komplexe Themen in einfache Botschaften zu wandeln und werden selbst aktiv: Jede und jeder Studierende gründet seine eigene Partei und macht eine Kampagne mit einer eigenen Strategie, eigenen Schwerpunkten, Slogans und Botschaften. Am Ende wird gewählt.</p>
	ODER
	M1.6.2 Projektstudium 1: Digital Entrepreneurship – gemeinsam mit Experten aus der Praxis in 9 Schritten zum digitalen Geschäftsmodell
	<p>Wodurch zeichnen sich die Geschäftsmodelle von Netflix, Spotify & Co. aus? Was gilt es bei der Ideenentwicklung und Unternehmensgründung zu beachten? Inwiefern können Traditionsunternehmen von Start-Ups lernen?</p> <p>Der digitale Wandel und der Einsatz neuer Kommunikationstechnologien führen zu veränderten Kundenanforderungen, wodurch sich branchenübergreifend neue Aufgaben für Unternehmen ergeben – benötigt werden zukunftsfähige Geschäftsmodelle.</p> <p>Wenn sich aus einer Geschäftsidee ein Business Model entwickeln soll, spielt die Gestaltung einer innovativen Unternehmenskultur eine entscheidende Rolle. Dabei geht es auch darum, Innovationsprozesse zu verstehen und bisherige Strukturen zu hinterfragen.</p> <p>Unterstützung hierbei leistet die Business Model Canvas-Technik (nach Osterwalder & Pigneur), mit welcher den Herausforderungen in Zeiten der digitalen Transformation strategisch begegnet werden kann. Die Methode folgt im Sinne des Design Thinking einem nutzerzentrierten Ansatz und ermöglicht eine neue Form der kreativen Zusammenarbeit.</p> <p>Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden die entscheidenden Parameter für eine innovative Unternehmenskultur vermittelt, wobei die Studierenden lernen, wie sie die Canvas-Technik in 9 Schritten selbst anwenden können. Insights und Feedback liefern erfahrene Digital Entrepreneurs, erfolgreiche Start-Up-Gründer und Innovationsmanager, die als externe Gäste den entscheidenden Praxisbezug des Projektstudiums herstellen. Ziel ist es, bestehende Geschäftsmodelle zu analysieren und in Kleingruppen neue Ideen gemeinsam weiterzuentwickeln sowie zu bewerten.</p>

Modulbezeichnung	M3.1 Führung und Kommunikation
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für Kommunikation als Kern der Personalführung sowie den Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Führungstheorien und Führungsverhalten. Sie können die Eignung unterschiedlicher Führungstheorien und Führungsinstrumente in Abhängigkeit situativer Rahmenbedingungen beurteilen und Führungskonzepte kritisch einschätzen. Sie lernen ihre persönlichen Präferenzen und Fähigkeiten im Bereich der Führungskommunikation (Self Awareness) kennen und entwickeln Selbstreflexionsfähigkeit im Bezug auf eigenes Führungsverhalten. Sie sind in der Lage problematische Führungssituationen abzuwägen zu analysieren und geeignete Lösungsstrategien zu entwickeln. Sie können hierbei auf ein breites Repertoire an möglichen Analyse- und Handlungsoptionen zurückgreifen.

Modulbezeichnung	M3.3 Beratungskommunikation
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden kennen das Berufsfeld der Beratung mit seinen Herausforderungen, Akteuren und Problemlösungsstrategien. Sie wissen um die Beziehungen zwischen Beratern und ihren Klienten. Sie können typische Case Studies selbständig lösen sowie präsentieren und kommunizieren. Darüber hinaus trainieren sie im Team die für die Beratung notwendigen Sozialkompetenzen.

Wahlpflichtmodule:

Modulbezeichnung	M3.2.1 Markenstrategien
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden haben Kenntnisse in den wesentlichen aktuellen Ansätze markentheoretischer Forschung sowie die daraus abgeleiteten Instrumente der Markenpolitik. Dieses Wissen wird konzeptionell angewendet. Die Studierenden erlangen so die Fähigkeit, markenrelevante Wettbewerbskontexte zu analysieren und konzeptionelle Markenentscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen.

Modulbezeichnung	M3.2.2 Designkonzeption
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden haben Kenntnisse in unterschiedlichen Methoden und vielfältigen praktischen Anwendungen. Handlungs- und Entscheidungskompetenz im Hinblick auf Designkonzeptionen. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, konzeptionelle Designentscheidungen fundiert zu treffen und zu begründen. In der Übung erhalten die Studierenden soziale und methodische Schlüsselkompetenzen; diese werden vermittelt und trainiert (z.B. Analyse, Präsentation, Gruppenarbeit, Kritikgespräch).

Modulbezeichnung	M3.4.1 Rechnungswesen und Controlling
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden entwickeln ein allgemeines Grundverständnis für Fragen des externen und internen Rechnungswesens sowie des Controllings. Sie verstehen die Besonderheiten des Rechnungswesens und damit zentrale Rahmenbedingungen des Managements. Insbesondere verstehen sie Bedingungen und Herausforderungen kennzahlenorientierter Führung und Kommunikation. Die Studierenden beherrschen zudem die Grundlagen von Rechnungswesen und Controlling. Sie besitzen Wissen über das Rechnungswesen als monetäre Information über materielle oder immaterielle Güterbewegungen im betrieblichen Leistungsprozess für interne und externe Bedürfnisse sowie über Controlling als Subsystem der Führung für Planung, Kontrolle und Informationsversorgung.

Modulbezeichnung	M3.4.2 Investition und Finanzierung
Lernergebnis und Kompetenzen	Die Studierenden entwickeln ein Grundverständnis für Fragen von Investition und Finanzierung als Mittelverwendung und Mittelherkunft und den engen Zusammenhang mit Rechnungswesen und Controlling. Sie verstehen mit der Denkweise in monetären Größen zentrale Rahmenbedingungen des Managements. Insbesondere kennen sie Grundlagen der Finanzwirtschaft und Formen von Investition und Finanzierung und beherrschen wichtige Methoden der Investitionsrechnung, zentrale Kennzahlen sowie Methoden von Finanzplanung, Budgetierung und Kontrolle.

Modulbezeichnung	M1.6 Projektstudium 1
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.

Modulbezeichnung	M3.5 Projektstudium 2
Lernergebnis und Kompetenzen	Im Projektstudium werden aktuelle Fragestellungen der Wirtschaftskommunikation von den Studierenden in einem vorgegebenen Zeitrahmen auf professionellem Niveau bearbeitet. Theoretisches Wissen wird auf praxisnahe Themen angewendet. Die Studierenden eignen sich selbständig vertiefendes Wissen an und arbeiten dabei team- sowie ergebnisorientiert. Sie dokumentieren, präsentieren und veröffentlichen ihre Erkenntnisse.
	M3.5.1 Projektstudium 2: Im Kampf gegen Fake News: Was wir bei Medienkonzeption und Medienkonsum richtigmachen können
	In einer Zeit, in der manche Mitmenschen denken, dass Geflüchtete Kinder essen ("habe ich bei Facebook gelesen") und Shit Storms schneller entstehen als man gucken kann, hat der Journalismus eine enorm wichtige Korrekturfunktion. Doch Fake News, Leaks und gehackte Daten betreffen alle: Auch die Rezipienten von Informationen sollten sensibilisiert werden, kritisch konsumieren und im Zweifel nachfragen. Oder nicht? Im Rahmen dieses Seminars diskutieren Studierende mit der erfahrenen Fernsehkorrespondentin Vivian Upmann, welche Rolle klassische Medien aktuell wahrnehmen können und wahrnehmen sollten. Am praktischen Beispiel lernen die Studierenden außerdem, wie Nachrichten entstehen, wie man effektiv recherchiert und die richtigen Fragen stellt. Vivian Upmann ist Referentin beim Deutschen Presserat. Zuvor war sie viele Jahre politische Fernsehkorrespondentin im Hauptstadtstudio der Mediengruppe RTL und arbeitete für diverse Nachrichtenformate von n-tv und RTL. Sie verfügt außerdem über Arbeitserfahrung im Print- und Onlinebereich, ist ausgebildete Radioredakteurin und Absolventin der RTL-Journalistenschule.

M3.5.2 Projektstudium 2: Chatbot? Warum in der Wirtschaftskommunikation?

Chatbots erobern das Marketing. Chatbots sind ein neuer Typ von Markenbotschafter. Sie senden Nachrichten, sie liefern auf Anfrage Informationen, sie vereinbaren Termine, sie buchen Flüge etc.. Chatbots interagieren mit Nutzern, sie stellen eigene Services dar oder ergänzen Services. Sie simulieren die menschliche Kommunikation und fungieren als digitale Assistenten des Nutzers. Insofern kann man sie als pseudo-menschliche Schnittstelle und Instrument der Re-Personalisierung von Anbieter-Nachfrager-Beziehungen interpretieren.

Chatbots agieren als Schnittstelle zwischen Anbieter und Nachfrager, zwischen Marke und Mensch, zwischen Verkäufer und Kunde. In dieser Eigenschaft müssen Sie eine möglichst überzeugende Interaktion beider Parteien ermöglichen. Sie müssen vermitteln. Egal ob Chatbots nützliche Dienste erbringen oder werblich kommunizieren, sobald ein Nutzer mit ihnen interagiert prägt dies seine Wahrnehmung der Marke bzw. des Unternehmens hinter dem Chatbot. Die eigenen (Marken-)Werte, die eigene (Marken-)Persönlichkeit sollten sich im Verhalten des Chatbot widerspiegeln.

Was werde ich im Projektstudium machen?

Sie werden mit dem Phänomen Chatbots aus verschiedenen Perspektiven vertraut werden: Sie werden Gründe für die Popularität von Chatbots untersuchen und diskutieren. Sie werden verschiedene Typen und Einsatzzwecke von Chatbots identifizieren. Sie werden uns besondere und besonders gelungene Chatbots anschauen. Sie werden technische Grundlagen verstehen, jedoch nicht „richtig“ programmieren, also keinen Code schreiben.

Was nehmen Sie mit?

Sie verstehen das Zusammenspiel zwischen technologischen Entwicklungen, einem veränderten Konsumentenverhalten, den Herausforderungen des Marketing. Sie verstehen die Potenziale von Chatbots für das Marketing und können bewerten, ob und wann Chatbots Erfolg versprechen.

Sie werden als Gruppe den ersten WiKo-Chatbot entwickeln: Sie werden die Bedürfnisse der potenziellen Chatbot-Nutzer identifizieren. Sie werden die „Marke“ hinter dem Chatbot verstehen. Sie werden ein Konzept für einen WiKo-Chatbot entwickeln. Sie werden entscheiden, welche Persönlichkeit unser Chatbot haben soll, wie er sprechen und agieren soll, welche Aufgabe er übernehmen soll. Technisch umsetzen werden Sie unseren Chatbot mit einem Chatbot-Baukastensystem, das keine Programmierkenntnisse verlangt.

Was nehmen Sie mit?

Sie können behaupten, Pionier zu sein, den ersten Chatbot des Studiengangs (vielleicht sogar der ganzen HTW?) konzipiert und entwickelt zu haben. Sie haben ein digitales Produkt geschaffen, das dem Studiengang und anderen Studierenden einen nützlichen Dienst leistet – und sich vielleicht auch hervorragend im Lebenslauf macht. Sie werden Prinzipien und Techniken des Lean Thinking (& Project Management) kennenlernen: Sie werden möglichst „schlank“ zu agieren, sich auf die jeweils wesentlichsten Aspekte der Aufgabe zu fokussieren. Sie werden möglichst konkret zu arbeiten und immer etwas „vorzeigen“ können. Sie recherchieren und analysieren nicht ewig, sondern arbeiten mit Annahmen, die Sie mit Hilfe von Prototypen testen. Sie suchen den Dialog mit potenziellen Nutzern, lassen sie Ihre Prototypen testen.

Was nehmen Sie mit?

Sie haben gelernt zu strukturieren, zu fokussieren und Projekte effektiv und effizient zu managen. Sie haben gelernt sich als Team verteilt über eins der meist genutzten Kommunikations- und Kollaborationstools zu verständigen und organisieren.

Was ist die Aufgabenstellung des Projektstudiums:

Arbeiten Sie sich individuell und in der Gruppe in den Themenkomplex Chatbots ein. Entwickeln Sie als Gruppe ein Konzept für den ersten WiKo-Chatbot. Setzen Sie Ihr Konzept als Gruppe um: Entwickeln Sie den ersten funktionsfähigen WiKo-Chatbot (Plattform: 'FB Messenger'), inkl. aller Chat-Inhalte und -Logik. Wenden Sie Prinzipien und Techniken des Lean Thinking (& Project Management) bei der Umsetzung Ihres Konzeptes an. Organisieren Sie sich individuell und als Gruppe selbst. Nutzen Sie dazu das Kollaborations-Tool ‚Slack‘ (slack.com). Präsentieren Sie Ihren WiKo-Chatbot live gegenüber einem kleinen Gremium von WiKo-Professoren.

Was wird von mir als Teilnehmer erwartet?

Sie sind neugierig auf das Thema Chatbots.
Sie sind neugierig auf eine Form des Marketing, die ohne große „Show“ auskommt.
Sie sind bereit, sich neue Kontexte selbst erschließen (nach Impulsen und Hilfestellungen).
Sie sind bereit, sich in eine Sache „hineinzuknien“ und wollen etwas möglichst Gutes erstellen.
Sie sind in der Lage, sich individuell und in Gruppen selbst zu organisieren (Hilfe kann gegeben werden).
Sie sind bereit den 'Facebook Messenger' sowie ‚Slack‘ (slack.com) zu nutzen.
Sie präsentieren Ihren WiKo-Chatbot als Gruppe dem WiKo-Prof-Gemium – sind also zu dem Termin anwesend.

Ahh, ja... Sie verstehen einigermaßen Englisch, denn die Software, Tutorials und Infos sind selten in Deutsch.

Was wird als Ergebnis erwartet bzw. gefordert?

Das Thema Chatbot ist noch wenig etabliert, getestet und erprobt - vor allem nicht in der Lehre. Das ist dem Dozenten sehr bewusst. Trotzdem sollten wir uns an das Thema wagen und es einfach mal machen! Das letztendlich zu erzielende Ergebnis soll irgendwo zwischen einem Minimal- und einem Idealergebnis (siehe unten) liegen. Der grundsätzlichen Unsicherheit (Teilnehmerzahl, Gruppenstärke, Einfachheit Chatbot-Baukasten etc.) werden wir dadurch begegnen, dass wir das letztendliche Zielergebnis innerhalb der ersten vier Veranstaltungswochen definieren, uns also ganz bewusst ein wenig Zeit können erste Erfahrungen zu sammeln - um so besser urteilen zu können was machbar sein wird.

Minimalergebnis: Konzept, Inhalte, Scripte und Prototyp des WiKo-Chatbots

Idealergebnis: funktionsfähiger, inhaltlich überzeugender WiKo-Chatbot im FB-Messenger, von allen WiKo-Studierenden zu nutzen

Wie wird meine Leistung bewertet?

Grundsätzlich wird Ihre Leistung differenziert, also mit den üblichen Noten des HTW-Notensystems bewertet. Sie werden individuell bewertet, können jedoch die gleiche Note wie andere Gruppenmitglieder bekommen. Sie werden gemäß Modulbeschreibung studienbegleitend geprüft. Ihre Note ergibt sich also nicht nur aus einer finalen Abgabe, sondern aus Ihrer Arbeit im Projektstudium insgesamt. Welche Faktoren haben Einfluss auf Ihre Note?

Qualität Ergebnis: Prototyp/Chatbot von einem kleinen Gremium von WiKo-Professoren bewertet.

individuelle Einsatz und Beitrag zu Gruppenergebnis
Vorgehensweise, Organisation & Kommunikation

Wie kann ich schon mal ins Thema einsteigen?

Zeit - Hey, du Mensch!: <http://www.zeit.de/digital/internet/2016-04/facebook-messenger-chatbots-zukunft>

Spiegel Online - Warum Facebook will, dass Sie mit Robotern reden:

<http://www.spiegel.de/netzwelt/apps/facebook-f8-chatbots-als-interface-der-zukunft-a-1086765.html>

Chatbots Magazine: <https://chatbotsmagazine.com>

Facebook Messenger Bots Einführung: <https://allfacebook.de/mobile-2/facebook-messenger-bots-einfuehrung>

Intro von Dennis Tröger: <http://dennistroeger.com/chatbot-programmieren/>

Mit welchem Chatbot-Baukasten-Tool werden wir arbeiten?

Das Ziel ist, ein möglichst einfach zu bedienendes, jedoch ausreichend mächtiges Chatbot-Baukasten-Tool auszuwählen. Verschiedene Tools werden aktuell noch getestet. Zum Start des Projektstudiums wird eine Entscheidung getroffen. Oder sie als Teilnehmer wählen Ihr präferiertes Tools auf Basis einer Vorstellung/Demonstration ausgewählter Alternativen und einem kurzen Ausprobieren Ihrerseits. Aktuell hinsichtlich Eignung geprüft werden bspw. folgende Tools:

Chatfuel (<https://chatfuel.com>) // aktueller Favorit

ManyChat (<https://manychat.com>)