Modulbeschreibung 40-MPH-8l Evidence-based, target group-oriented strategic communication campaigns

Fakultät für Gesundheitswissenschaften

Version vom 03.11.2026

Dieses Modulhandbuch gibt den derzeitigen Stand wieder und kann Änderungen unterliegen. Aktuelle Informationen und den jeweils letzten Stand dieses Dokuments finden Sie im Internet über die Seite

https://ekvv.uni-bielefeld.de/sinfo/publ/modul/413591860

Die jeweils aktuellen und gültigen Regelungen im Modulhandbuch sind verbindlich und konkretisieren die im Verkündungsblatt der Universität Bielefeld veröffentlichten Fächerspezifischen Bestimmungen.

40-MPH-8l Evidence-based, target group-oriented strategic communication campaigns

Fakultät

Fakultät für Gesundheitswissenschaften

Modulverantwortliche*r

Prof. Dr. Doreen Reifegerste

Turnus (Beginn)

Jedes Wintersemester

Leistungspunkte

6 Leistungspunkte

Kompetenzen

Der Schwerpunkt dieses Moduls liegt auf dem Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten über den theoretischen und konzeptionellen Rahmen für evidenzbasierte Kommunikationskampagnen zur Gesundheitsförderung in internationalen und interkulturellen Kontexten. Anhand verschiedener Fallstudien lernen die Studierenden, verschiedene Schritte der Entwicklung von Gesundheitskommunikationskampagnen für öffentliche Gesundheitsthemen in diversen Kontexten zu planen, zu entwickeln und anzuwenden. Das Modul ermöglicht den Studierenden, ihre interkulturellen Kompetenzen zu vertiefen, eine Kampagnenstrategie im Bereich der Gesundheitsförderung und Prävention zu entwerfen und zu entwickeln sowie eigene kulturell geprägte Gesundheits- und Wertvorstellungen zu reflektieren.

Nach Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage:

- eine formative Evaluation durchzuführen (die Determinanten und Ursachen eines Gesundheitsproblems zu identifizieren und Möglichkeiten für Veränderungen anhand von theorie- und evidenzbasiertem Wissen zu erkennen) und deren Relevanz für Kommunikationskampagnen zu benennen;
- die Zielgruppe zu segmentieren (die Zielgruppe anhand relevanter Kriterien zu spezifizieren, z. B. demografische Merkmale, Lebensstil, Medienkonsum)
- Festlegung der Kampagnenziele (Bestimmung der Auswirkungen und messbaren Ziele der Kampagne)
- Auswahl einer Kampagnenstrategie (auf Grundlage der vorangegangenen Schritte geeignete Botschaften und Umsetzungsstrategien festlegen, um die Zielgruppe effektiv zu erreichen)
- Planung der Kampagnenumsetzung (Auswahl geeigneter Kanäle oder Meinungsführer für die Umsetzung der Kampagne)
- die Ergebnisse der Kampagne zu bewerten (Erkenntnisse für zukünftige Kampagnen abzuleiten)
- die Entwicklung ihrer Kampagne in einem Forschungsbericht zu mündlich und schriftlich zu präsentieren

Lehrinhalte

Die Veranstaltung ist in drei thematische Blöcke unterteilt.
1. In Block I erhalten die Studierenden einen Überblick über verschiedene Schritte der Kampagnenentwicklung und

vertiefen ihr Wissen über evidenzbasierte, kontextsensitive/partizipative Gesundheitsinterventionen mit Kommunikationskampagnen für und in internationalen und interkulturellen Kontexten. Außerdem werden die Fallstudien, die im Fokus der Kampagne stehen, vorgestellt und diskutiert.

2. In Block II entwickeln die Studierenden in Gruppen und sukzessive eine evidenzbasierte Kampagne für eine zugewiesene Fallstudie. Für jeden Schritt werden die Gruppen Ansätze und Herausforderungen für ihre jeweiligen Fallstudien vorstellen und diskutieren. Verschiedene Herausforderungen bei der Entwicklung von Kampagnen in einem interkulturellen Kontext werden diskutiert, wie z.B. Sprache, kulturell geprägte Gesundheitsvorstellungen und Kommunikationsverhalten usw.

3. In Block III stellen die Studierenden ihre Kampagne vor und begründen ihre Entscheidungen im Plenum und in einem schriftlichen Bericht.
Der thematische Schwerpunkt der Fallstudien wird sein:

- Internationale oder kulturübergreifende Kontexte (z. B. während einer internationalen Gesundheitskrise, in einem multiethnischen Umfeld)
- Asymmetrische Machtverhältnisse (z. B. postkoloniales Land, patriarchalische Gesellschaft)
- Randgruppen und Minderheiten (z. B. Migrant*innen oder indigene Bevölkerungsgruppen, Menschen mit Sprach- oder Leseschwierigkeiten)

Die Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen der Interventionen hängen von den Fallstudien ab, umfassen jedoch ein breites Spektrum zielgruppenorientierter Kommunikationsdesignmaßnahmen:

- innovative Technologien, z. B. eHealth, mHealth
- partizipative Ansätze, z. B. performative Methoden
- multiplikatorische Ansätze, z. B. religiöse Führer als Change Agents

Empfohlene Vorkenntnisse

Empfohlen wird der Abschluss der Module 40-MPH 1 bis 40-MPH7x, besonders jedoch der Abschluss der Module 40-MPH-4 (MPH15 - Theorien und Konzepte des Gesundheitsverhaltens und der Gesundheitsbildung) und 40-MPH-7-Int.

Notwendige Voraussetzungen

–

Erläuterung zu den Modulelementen

Die Studien- und Prüfungsleistungen sind in englischer Sprache zu erbringen.

Über diese Modulbeschreibung hinaus ergeben sich verpflichtend zu studierende Inhalte, z.B. bezüglich der Leistungen und Wahlmöglichkeiten der Module aus den jeweiligen Fächerspezifischen Bestimmungen (FsB) des Masterstudiengangs Public Health.

Modulstruktur: 1 SL, 0-1 bPr [1]

Veranstaltungen

Titel	Art	Turnus	Workload [5]	LP[2]

MPH-8l strategic communication campaigns	Seminar	WiSe	180 h (60 + 120)	6 [SL] [Pr]

Studienleistungen

Zuordnung Prüfende	Workload	LP[2]
Lehrende der Veranstaltung **MPH-8l strategic communication campaigns (Seminar)** *Die Studienleistungen dienen im Rahmen der kompetenzorientierten Lehre dazu, den Lehr- und Lernprozess zu begleiten und bereiten die Studierenden sowohl auf die Erstellung der Modulprüfung als auch der Masterarbeit vor.* *Es werden Studienleistungen in Form von bis zu 3 schriftlichen Beiträgen im Umfang von insgesamt ca. 4 Seiten und mündlichen Beiträgen im Umfang von insgesamt 20 Minuten erbracht.* *Mögliche Formen sind insbesondere:* ○ *Vorbereitung und Durchführung einer mündlichen Präsentation (auch in studentischen Kleingruppen),* ○ *studentische Gruppenarbeiten mit regelmäßiger schriftlicher Protokollierung und mündlicher Präsentation von Arbeitsergebnissen,* ○ *Erstellung eines Gutachtens,* ○ *Bearbeitung wissenschaftlicher Texte,* ○ *Literaturrecherchen,* ○ *eine Argumentationsrekonstruktion,* ○ *Zusammenfassung eines Textes,* ○ *Bearbeitung von statistischen Beispielaufgaben,* ○ *schriftliche Bearbeitung eines Fallbeispiels,* ○ *intensive Mitarbeit bei allen Schritten der empirischen Projektarbeit (Projektvorbereitung, Planung, Umsetzung, Auswertung, Ergebnisaufbereitung, Ergebnispräsentation),* ○ *One-Minute-Paper, Mikro-Themen, Exzerpte, Essays, Exposés etc.*	siehe oben	siehe oben

Prüfungen

Zuordnung Prüfende	Art	Gewichtung	Workload	LP[2]
Lehrende der Veranstaltung **MPH-8l strategic communication campaigns (Seminar)** *Bericht engl., (Forschungsbericht ca. 10 Seiten pro Person) oder* *Hausarbeit engl., Einzel- oder Gruppenarbeit ca. 8 - 10 Seiten pro Person*	Bericht o. Hausarbeit	1	-	-

Legende

1	Die Modulstruktur beschreibt die zur Erbringung des Moduls notwendigen Prüfungen und Studienleistungen.
2	LP ist die Abkürzung für Leistungspunkte.
3	Die Zahlen in dieser Spalte sind die Fachsemester, in denen der Beginn des Moduls empfohlen wird. Je nach individueller Studienplanung sind gänzlich andere Studienverläufe möglich und sinnvoll.
4	Erläuterungen zur Bindung: "Pflicht" bedeutet: Dieses Modul muss im Laufe des Studiums verpflichtend absolviert werden; "Wahlpflicht" bedeutet: Dieses Modul gehört einer Anzahl von Modulen an, aus denen unter bestimmten Bedingungen ausgewählt werden kann. Genaueres regeln die "Fächerspezifischen Bestimmungen" (siehe Navigation).
5	Workload (Kontaktzeit + Selbststudium)
SoSe	Sommersemester
WiSe	Wintersemester
SL	Studienleistung
Pr	Prüfung
bPr	Anzahl benotete Modul(teil)prüfungen
uPr	Anzahl unbenotete Modul(teil)prüfungen