

Ausschreibung: Gastbeitrag „Marken und Markenmanagement aus Genderperspektive“

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Kontext: Die TH Köln hat es sich im Rahmen des Modellprojekts „Genderkompetenz auf Bachelor- und Master-Level“ zum Ziel gesetzt, Studierenden aller elf Fakultäten den Erwerb einer Zusatzqualifikation Genderkompetenz zu ermöglichen. Absolvent*innen sollen so befähigt werden, in Gesellschaft, Wirtschaft und Technik Innovations- und Veränderungsprozesse zu gestalten, die Stereotypisierungen und Diskriminierungen entgegen wirken und geschlechtlicher und sexueller Vielfalt gerecht werden. Über die Auseinandersetzung mit Theorien und Befunden der interdisziplinären Geschlechterforschung in ihrer Relevanz für das jeweilige Berufsfeld entwickeln die Studierenden zugleich Kompetenzen eines reflexiven Umgangs mit Heterogenität und Diversität im breiteren Sinne.

Um die Integration von Geschlechteraspekten in die fachliche und überfachliche Lehre zu unterstützen, besteht für Lehrende der TH Köln im Wintersemester 2018/19 die Möglichkeit, eine*n Kolleg*in mit Gender-Expertise für einen 90minütigen Gastbeitrag („Gender-Impuls“) in ihre reguläre Lehrveranstaltung einzubinden.

Ihre Aufgabe und Ihr Profil: Sie sind mit Theorien und Erkenntnissen der Geschlechterforschung vertraut und verfügen über erste Erfahrungen in der (Hochschul-)Lehre bzw. der Gestaltung von Workshops. **Vor dem Hintergrund von Konzepten, Erkenntnissen und empirischen Befunden der (z.B. soziologischen, kommunikationswissenschaftlichen, psychologischen) Geschlechterforschung gestalten Sie eine 90minütige Lehrereinheit im Seminar „Marken und Markenmanagement“ im Master-Studiengang „Markt- und Medienforschung“ der TH Köln.** Mit Ihrem Gastbeitrag geben Sie Impulse, die im Seminar behandelten Themen noch einmal aus einer anderen Perspektive zu betrachten. Denkbare Fragen sind: Gibt es „typisch weibliche“ und „typisch männliche“ Marken bzw. wie wird Geschlechtstypisierung im Markenmanagement eingesetzt? Welche (unterschiedlichen) Vorstellungen von Zielgruppen kommen dabei zum Tragen? Wie könnten queertheoretisch und/oder intersektional informierte Markenstrategien aussehen? Durch Ihren Beitrag werden die Studierenden zum Austausch und Nachdenken über Fragen von Geschlechtlichkeit in ihrer Relevanz für das eigene Studium und das spätere berufliche Handeln angeregt und entwickeln idealerweise ein Interesse an weitergehenden Auseinandersetzungen. Da die TH Köln Wert auf eine kompetenzorientierte Lehre legt, sollte Ihr Gastbeitrag neben Input- auch Arbeits- und/oder Diskussionsphasen umfassen.

Projektleitung:

Prof. Dr. Sigrid Leitner
Prodekanin & Fakultätsgleichstellungsbeauftragte
T: +49 221-8275-3332
E: sigrid.leitner@th-koeln.de

Prof. Dr. Renate Kosuch
Institut für Geschlechterstudien
T: +49 221-8275-3354
E: renae.kosuch@th-koeln.de

Wissenschaftliche Mitarbeiterin:

Barbara Umrath
Institut für Geschlechterstudien
T: +49 221-8275-3662
E: barbara.umrath@th-koeln.de

www.th-koeln.de/angewandte-sozialwissenschaften

Im Vorfeld zu Ihrem Gastbeitrag sprechen Sie sich mit der das Seminar leitenden Professorin ab. Sie verständigen sich grob über die thematische und methodische Ausgestaltung Ihres Gastbeitrags und legen gemeinsam das genaue Zeitfenster für Ihren Beitrag fest. **Im Nachgang werten Sie den Gastbeitrag gemeinsam mit der das Seminar leitenden Professorin aus und erstellen eine Handreichung**, auf welche Lehrende der TH Köln bei der künftigen Konzeption und Durchführung thematisch ähnlicher Seminareinheiten zurückgreifen können (z.B. im Seminar verwendete Powerpoint mit Ablaufplan der Einheit plus vertiefende Literaturhinweise).

Zum Kontext des Seminars „Marken und Markenmanagement“: Es handelt sich um ein Wahlpflichtseminar im **3. Semester** des Master-Studiengangs „Markt- und Medienforschung“ mit ca. **15-20 Teilnehmer*innen**. Das Seminar findet **Mittwoch von 15.15-16.45** Uhr statt. Ihren **Gastbeitrag** führen Sie **idealerweise im Dezember/Januar** durch, da die Marken zunächst unter rechtlichen Aspekten (gewerbliches Schutzrecht) betrachtet werden.

Die **Lernziele der Veranstaltung** werden im Modulhandbuch wie folgt umschrieben: „Die Veranstaltung ermöglicht Studierenden, in das Thema Marken und Markenführung vertieft einzusteigen und bisher erworbenes Methodenwissen anzuwenden. Hauptziel der Markenführung ist es, die eigenen Produkte und Dienstleistungen von denen der Konkurrenz abzuheben bzw. das eigene Unternehmen von den Wettbewerber*innen zu differenzieren. Marken, sofern sie richtig geführt werden, verbinden Zielgruppen mit charakteristischen Eigenschaften, Attributen und Leistungen. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Grundlagen der Markenführung, die unterschiedlichen Markenstrategien sowie theoretische Erklärungsansätze. Sie können die zentrale Bedeutung der Marke als immaterieller Wertschöpfer in Unternehmen und Non-Profit-Einrichtungen aufzeigen und begründen. Sie lernen den Einsatz des Marketinginstrumentariums auf die Markenführung anzuwenden.“

Vergütung: Der Gastbeitrag kann mit 500,- Euro vergütet werden. Darin inbegriffen sind die Absprachen im Vorfeld, evtl. Fahrtkosten, die gemeinsame Auswertung sowie die Erstellung der Handreichung. Mittelfristig ist im Rahmen des Projekts der Aufbau eines Gastreferent*innen-Pools geplant, um die Auseinandersetzung mit der Kategorie Geschlecht an allen elf Fakultäten der TH Köln weitergehend zu verankern. Wir nehmen Sie gerne in den Pool auf und würden uns freuen, wenn sich auch in Zukunft Möglichkeiten der Zusammenarbeit ergeben.

Bei Interesse schicken Sie bitte bis 08.10.2018 in einer Datei einen kurzen Lebenslauf und erste Ideen für die Gestaltung einer Lehreinheit an Barbara Umrath, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt „Genderkompetenz auf Bachelor- und Master-Level“: barbara.umrath@th-koeln.de.