



Hochschule für Medien
Kommunikation und Wirtschaft
University of Applied Sciences

H M K W



Christoph Tapper

E-Mail: christoph.tapper@fu-berlin.de

Studiengänge: Medien- und Wirtschaftspsychologie

Standort: Berlin

Arbeits- und Forschungsschwerpunkte:

Kommunikationsmanagement, Politische Kommunikation, Medienlandschaft und Mediennutzung, Medienwirkungen

Lehrveranstaltungen:

Grundlagen der Medienpsychologie; Games und Entertainment; Praxis der Medienpsychologie; Praxis der Wirtschaftspsychologie

Curriculum Vitae

Akademische Ausbildung

Bis 1996 Ruhr-Universität Bochum, Studiengänge Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Rechtswissenschaft, Politikwissenschaft, Abschluss: Magister Artium

Berufliche Stationen

1998 DIPR; PR Ausbildung

1998-2004 FU Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft am Arbeitsbereich PR/Kommunikationsmanagement; Wissenschaftlicher Mitarbeiter

2004 FU Berlin; Vertretung der Geschäftsführung im Studiengang Journalisten-Weiterbildung



Hochschule für Medien
Kommunikation und Wirtschaft
University of Applied Sciences

H M K W

seit 2005 selbstständiger Kommunikationsberater

FU Berlin; Lehrbeauftragter am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Beuth Hochschule Berlin; Lehrbeauftragter am Fachbereich Wirtschafts- und Gesellschaftswissenschaften

UdK Berlin in Zusammenarbeit mit der Universität St. Gallen; Dozent im Masterstudiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“

Publikationen

Tapper, Christoph (1998): „Herr Bundeskanzler, wir bedanken uns sehr herzlich...“. Zum journalistischen Umgang mit Helmut Kohl und Rudolf Scharping im Bundestagswahlkampf 1994. In: Publizistik 43(1), S. 22-39

Moke, Markus, Quandt, Thorsten & Tapper, Christoph (1999): "Herr Bundeskanzler, was machen Sie, wenn Sie nicht mehr Kanzler sind?" Eine Inhaltsanalyse journalistischer Fernsehinterviews mit Helmut Kohl und Gerhard Schröder im Vorfeld der Bundestagswahl 1998. In: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Wahlkampf in den Medien - Wahlkampf mit den Medien (S. 159-187). Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Tapper, Christoph (2000): PR im Top-Management akzeptiert - Systematische Strategie aber immer noch die Ausnahme. In: Issues - Magazin für Kommunikation & Management, Heft 1/2000, S. 13-14

Tapper, Christoph (2001): PR Executives' Views on Their Work and Their Influence in the Decision Making Process. Paper presented at the International Public Relations Association (IPRA) Conference 2001 (15.10.-17.10.2001) in Berlin

Quandt, Thorsten & Tapper, Christoph (2002): Kommunikation ist keine Einbahnstraße - Bausteine einer dialogorientierten Analyse medialer Kommunikation. In: Matthias Karmasin & Marco Höhn (Hrsg.): Die Zukunft der empirischen Sozialforschung (S. 127-160). Graz: Nausner & Nausner

Tapper, Christoph & Quandt, Thorsten (2003): "Herr Bundeskanzler, es geht von Ihrem Zeitkonto ab, wenn Sie ungefragt antworten" - Eine dialoganalytische Untersuchung der Fernsehduelle im Wahlkampf 2002. In Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf (S. 243-263). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag



Hochschule für Medien
Kommunikation und Wirtschaft
University of Applied Sciences

H M K W

Tapper, Christoph & Quandt, Thorsten (2006): "Trotzdem noch mal nachgefragt, Frau Kirchhof...". Eine dialoganalytische Untersuchung des Fernsehduells im Wahlkampf 2005. In Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005 (S. 246-276). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Tapper, Christoph & Quandt, Thorsten (2010): „Ich beantworte die Fragen so, wie ich mir das vorgenommen habe...“. Eine dialoganalytische Untersuchung der Fernseh-Duelle im Wahlkampf 2009. In Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009 (S.283-312). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Mitgliedschaften

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationsforschung (DGPuK)