



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

KOMMUNIKATIONS-MANAGEMENT UND -ANALYSE

Master of Arts

Studienplan



kowi.uni-hohenheim.de

INHALTSVERZEICHNIS

Glossar	3
Einführung in das Studium	4
Allgemeine Informationen zum Studium	6
Prüfungsanforderungen	10
Aufbau des Studiengangs Kommunikationsmanagement und -analyse	10
Semesterübersicht	13
Grundlagenbereich Management & Strategie	16
Grundlagenbereich Analyse & Evaluation	17
Schwerpunkt Unternehmenskommunikation	18
Schwerpunkt Politische Kommunikation	19
Schwerpunkt Wissenskommunikation	20
Freier Wahlbereich	21

GLOSSAR

Kolloquium	KQ
Pflicht	P
Projekt	PROJ
Semesterwochenstunden	SWS
Seminar	S
Seminar mit Übung	SÜ
Übung	Ü
Vorlesung	V
Vorlesung mit Übung	VÜ
Wahlpflicht	W

Grundlage des vorliegenden Studienplans ist die Prüfungsordnung vom 12.02.2019 mit der 1. Änderungssatzung vom 28.08.2019.

Diesen Studienplan finden Sie auch online unter wiso.uni-hohenheim.de/studienplaene. In der dort veröffentlichten PDF-Version können Sie die Hyperlinks aktivieren, welche Sie in der vorliegenden Druckfassung an der Unterstreichung erkennen.

EINFÜHRUNG IN DAS STUDIUM

Informationsmöglichkeiten

Grundlegende Informationen über Studieninhalte, Studienaufbau, -ablauf, Bewerbung und Prüfungsangelegenheiten erhalten Studieninteressierte und Studierende im Studieninformationszentrum (SIZ) oder bei der Zentralen Studienberatung (ZSB).

Über die beruflichen Einsatzmöglichkeiten und alle Fragen rund um den Berufseinstieg informiert und berät das CareerCenter Hohenheim (CCH).

Für die Studienanfängerinnen und -anfänger finden allgemeine und studiengangsspezifische Einführungsveranstaltungen statt. Die Termine werden durch die ZSB bekannt gemacht. Die fachliche Studienberatung, insbesondere was Inhalte des Studiums und Wahlmöglichkeiten im Studium betrifft, wird durch die Fachstudienberaterinnen und -berater der Institute durchgeführt. Informationen zu einzelnen Fächern finden Sie auf der Website des Instituts für Kommunikationswissenschaft und auf den Webseiten der jeweiligen Lehrstühle. Dort sind auch die Termine für die Sprechzeiten der Professorinnen und Professoren sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erfahren.

Ziele des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement und -analyse

Der Studiengang vermittelt Ihnen zahlreiche berufsrelevante Kompetenzen:

- Strategisch-planerische Kompetenzen in der Unternehmenskommunikation, der politischen Kommunikation und im Umgang mit wissenschaftlichem Wissen.
- Analytische Kompetenzen zur systematischen Durchdringung komplexer Problemfelder und Vorbereitung kreativer und nachhaltiger Entscheidungen.
- Methodische Kompetenzen für die Erhebung, Aufbereitung und Präsentation von Daten zur Vorbereitung datenbasierter und fundierter Entscheidungen sowie der Evaluation bestehender Strategien, Prozesse und Strukturen.
- Wirtschaftliche Kompetenzen, um Arbeitsfelder, deren Themen, Prozesse, Strukturen sowie Kulturen zu verstehen.
- Kommunikative Schlüsselkompetenzen zur Vermittlung und Durchsetzung von Zielen und Strategien.

EINFÜHRUNG IN DAS STUDIUM

Berufliche Perspektiven

Absolventinnen und Absolventen eröffnen sich vielfältige Karriereperspektiven in verschiedenen Berufsfeldern.

- *In Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Agenturen:* Strategische Kommunikation und Public Relations, Interne Kommunikation und Change Management, Media Relations, Marketing und Werbung, Social-Media-Management, Community Management und SEO-Management.
- *In Redaktionen und Medienunternehmen:* Journalist/Redakteur (TV, Print, Hörfunk, Online), Verlags- und Medienmanagement, Werbevermarktung und Produktentwicklung, Medien-Marketing, Social-Media-Management und Community Management.
- *In Universitäten, Forschungsinstituten und Beratungsunternehmen:* Angewandte Sozialforschung, Markt- und Mediaforschung, Akademische Kommunikationswissenschaft, Unternehmensberatung und Politikberatung.

Studienvoraussetzungen

Zum Studium zugelassen werden Absolventinnen und Absolventen eines mindestens dreijährigen sozialwissenschaftlichen Bachelorstudiums oder eines vergleichbaren mindestens dreijährigen Hochschulstudiums in einer Sozialwissenschaft, das in Deutschland oder im Ausland erfolgreich abgeschlossen wurde.

Studien- und Prüfungsplan

Der Studienplan erläutert die Prüfungsordnung. *Für einen erfolgreichen Studienverlauf ist die Kenntnis und Einhaltung der Regelungen der Prüfungsordnung zwingend erforderlich!* Der vorliegende Studienplan soll Ihnen auf Grundlage der Prüfungsordnung die Planung Ihres individuellen Studienverlaufs erleichtern. Diese Planung dient als Grundlage für den persönlichen Studien- und Prüfungsplan, der unter Berücksichtigung der in der Prüfungsordnung genannten Vorgaben und Fristen von Ihnen selbst erstellt werden kann.

Wichtig: Die in diesem Studienplan gemachten Angaben, insbesondere die über Regelungen zur Zulassung, zur Prüfungsdurchführung und zum Aufbau der einzelnen Fächer, können Änderungen unterliegen. Verbindlich sind jeweils die von den offiziellen Gremien beschlossenen Regelungen.

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

Module

Das Masterstudium ist auf eine Regelstudienzeit von vier Fachsemestern ausgelegt und modular aufgebaut. In jedem Semester absolvieren Sie Module im Umfang von 30 Credits. Dies entspricht in der Regel fünf Modulen. Ein Modul kann aus einer oder mehreren Lehrveranstaltungen bestehen. Lehrformen der Veranstaltungen sind z.B. Vorlesungen, Seminare, Übungen, Projekte. Die Lehrveranstaltungen eines Moduls finden in der Regel innerhalb eines Semesters statt. Ausnahme ist der Projektbereich, in dem sich die Module über zwei aufeinanderfolgende Semester erstrecken.

Modulkatalog

Der Modulkatalog informiert ausführlich über die Inhalte der Module (Modulname, Modulverantwortliche/r, Lehrveranstaltungen, Studieninhalte, Lernziele etc.). Den aktuellen Modulkatalog finden Sie in [HohCampus](#).

Modulkennung

Jedem Modul und jeder Lehrveranstaltung ist ein Modulcode zugeordnet. Die ersten vier Ziffern der Modulkennung bezeichnen das Institut und das Fachgebiet des/der Modulverantwortlichen. Die folgenden drei Ziffern bezeichnen die Art des Moduls und den relevanten Studienabschnitt sowie die dazugehörigen Lehrveranstaltungen:

1100-000 = Institutsnummer

0001-000 = Fachgebiet eines Institutes (01 - 99 möglich)

0000-010 = Modulkennzeichnung (410 - 800 Module der Masterstudiengänge)

0000-011 = Lehrveranstaltung eines Moduls (1 - 9 Lehrveranstaltungen möglich)

Leistungspunkte

Die Bewertung der Prüfungsleistungen ist nach den Vorgaben des European Credit Transfer System (ECTS) europaweit vereinheitlicht. Im Masterstudium erwerben Sie insgesamt 120 ECTS-Credits (kurz: Credits). Das Arbeitspensum (Workload) eines Hohenheimer Moduls ist in der Regel auf sechs Credits ausgerichtet. Jedem Credit liegen 30 Stunden Arbeitsaufwand zugrunde. Der Workload umfasst die Präsenzzeiten (Teilnahme an Lehrveranstaltungen und Ablegen von Prüfungen), die Zeiten der Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie die Prüfungsvorbereitung.

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

Flexible Studiengestaltung

Die Website der [Flexiblen Studiengestaltung](#) gibt Ihnen einen Überblick über vorhandene Flexibilisierungsmöglichkeiten in den Studiengängen der Universität Hohenheim. Sie finden hier Erstinformationen, Ansprechpartner sowie weiterführende Links. Die Website unterstützt Sie dabei, das Studium eigenverantwortlich Ihrer persönlichen Situation anzupassen.

Möglichkeiten eines Auslandssemesters

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten für ein Auslandsstudium. Sowohl das Dekanat der Fakultät WISO als auch das Akademische Auslandsamt als zentrale Stelle der Universität sind Anlauf- und Beratungsstelle für Fragen rund um das Auslandsstudium und unterstützen Sie bei der Organisation von Auslandsaufenthalten.

Das Dekanat ist für die Koordination des ERASMUS-Programms der Fakultät zuständig. Ansprechpartner für ein Studium in Übersee - ob im Rahmen eines Austauschprogramms oder als Free Mover -, für ein Auslandspraktikum und für grundsätzliche Fragen rund um den Auslandsaufenthalt ist das Akademische Auslandsamt.

Anerkennung von im Ausland erbrachten Leistungen

Leistungen, die an einer Hochschule im Ausland erbracht wurden, können anerkannt werden, wenn sie in Art, Umfang und Anspruch mit Leistungen der Universität Hohenheim gleichwertig sind. Zu Ihrer eigenen Planungssicherheit empfehlen wir Ihnen, vor der Abreise zu klären, welche Leistungen aus dem Ausland in Hohenheim anerkannt werden können. Hierfür empfehlen wir Ihnen das Gespräch mit der Fachstudienberatung.

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

Im Studium

Erstinformationen rund um das Studium

Studieninformationszentrum - SIZ

Studien- und Prüfungsorganisation

- Informationen rund um die Studienverwaltung: Studiensekretariat
- Informationen rund um die Prüfungsorganisation: Prüfungsamt
- Informationen zu Abschlussarbeiten: Fachstudienberatung

Beratung im Studienverlauf

- Beratung zum Studium: Fachstudienberatung
- Beratung bei Schwierigkeiten im Studienverlauf: Zentrale Studienberatung
- Beratung zur Berufsorientierung und Profilbildung: CareerCenter Hohenheim
- Informationen zu Studienfinanzierung
- Informationen zu Wohnen: Geschäftsstelle für Sport, Musik und Wohnen

Veranstaltungsprogramm zu Schlüssel- und Zusatzkompetenzen: F.I.T.-Programm

Studienabschluss

- Orientierungsberatung und Bewerbungcoaching zum Berufseinstieg: CareerCenter Hohenheim

Internationales

- Informationen zu Aufenthalten im Ausland: Akademisches Auslandsamt
- Gruppenberatungen: Akademisches Auslandsamt
- Informationen zur Anerkennung von Prüfungsleistungen aus dem Ausland: Fachstudienberatung

Sprachen lernen: Sprachenzentrum

Weitere Beratungsangebote finden Sie unter WEGWEISER Beratung.

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

Kontakte

Zentrale Studienberatung (ZSB)

Telefon: 0711-459-23456

E-Mail: zsb@uni-hohenheim.de

Prüfungsamt

Telefon: 0711-459-Durchwahl

Frau Kirschner 24058

Frau Mack 23321

Frau Renner 22472

Frau Schard 23994

Frau von Bassewitz 24441

E-Mail: pa-wiwi@verwaltung.uni-hohenheim.de

Studiensekretariat

Telefon: 0711-459-22015

E-Mail: studsek@verwaltung.uni-hohenheim.de

Fachstudienberatung und Studiengangkoordination

Telefon: 0711-459-24323

E-Mail: kma@uni-hohenheim.de

AUFBAU DES MASTERSTUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT UND -ANALYSE

Das Studium gliedert sich in einen Grundlagen-, einen Schwerpunkt- sowie einen freien Wahlbereich (Ergänzung).

Der **Grundlagenbereich** im ersten Semester beleuchtet zwei Perspektiven:

- Management & Strategie: Sie vertiefen Ihr Wissen in kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen und in ausgewählten wirtschaftswissenschaftlichen Bereichen.
- Analyse & Evaluation: Sie diskutieren kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Methoden und bauen Ihre Kenntnisse in Datenmanagement und -analyse aus.

Die vier Grundlagenmodule umfassen 24 Credits.

Im **Schwerpunktbereich** (zweites und drittes Semester) entscheiden Sie sich für zwei aus drei Schwerpunkten:

- Unternehmenskommunikation
- Politische Kommunikation
- Wissenskommunikation

In Ihren beiden Schwerpunkten besuchen Sie jeweils zwei Seminare sowie ein Projekt. Insgesamt erwerben Sie in jedem Schwerpunkt 24 Credits - 12 Credits im Projekt sowie jeweils sechs Credits in den Seminaren.

Im freien Wahlbereich als **Ergänzung** wählen Sie drei Angebote aus dem Angebot der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, um Ihr Profil zu schärfen. Hier können Sie sich im Rahmen des benoteten oder unbenoteten Portfoliomoduls zudem Module aus dem Ausland sowie universitätseigene Angebote (Sprach- oder F.I.T.-Kurse) anerkennen lassen. Die drei Module im freien Wahlbereich ergeben zusammen 18 Credits.

Mit der **Masterarbeit** (24 Credits) im vierten Semester sowie dem begleitendem Kolloquium (6 Credits) schließen Sie Ihr Studium ab.

AUFBAU DES MASTERSTUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT UND -ANALYSE

FS	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie	Analyse & Evaluation	Analyse & Evaluation	Ergänzung	
1	VÜ Management & Strategie – KoWi-Ansätze	VÜ Management & Strategie – WiWi-Ansätze	VÜ KoWi Konzepte & Methoden	VÜ Datenanalyse	Freies Wahl-/Portfoliomodul
	Schwerpunkt 1 (U, P oder W)	Schwerpunkt 2 (U, P oder W)			
2	Seminar 1	Projekt	Seminar 1	Projekt	Freies Wahl-/Portfoliomodul
3	Seminar 2		Seminar 2		Freies Wahl-/Portfoliomodul
4	Kolloquium	Masterarbeit			

AUFBAU DES MASTERSTUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT UND -ANALYSE

Masterarbeit

Die Masterarbeit soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, innerhalb einer gegebenen Frist ein eng umgrenztes Problem aus dem Fachgebiet, in dem die Arbeit angefertigt werden soll, selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und die Ergebnisse zu präsentieren. Für die Masterarbeit werden 24 ECTS-Credits vergeben.

Zur Masterarbeit kann nur zugelassen werden, wer den erforderlichen Erwerb von 48 ECTS-Credits nachweist. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt maximal sechs Monate ab dem Vergabetermin.

Die Masterarbeit ist fristgerecht beim Prüfungsamt fest gebunden (keine Ringbindung) und in einfacher Ausfertigung abzugeben. Zusätzlich ist dem Prüfungsamt eine identische Fassung der Masterarbeit auf einem elektronischen Datenträger (CD/DVD/USB-Stick) für Prüfungszwecke zu übermitteln. Bei der Abgabe der Masterarbeit hat der Studierende schriftlich zu versichern, dass er die Arbeit selbstständig verfasst hat, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt hat und die wörtlich oder inhaltlich übernommenen Stellen als solche kenntlich gemacht hat. Der Abgabetermin ist aktenkundig zu machen.

Fristen

Die „Master of Arts“-Prüfung soll bis zum Ende des vierten Fachsemesters abgelegt sein. Wer diese Frist überschreitet, erhält einen schriftlichen Hinweis auf den am Ende des siebten Semesters drohenden Verlust des Prüfungsanspruchs.

SEMESTERÜBERSICHT

1. SEMESTER

Je Modul belegen Sie eine Lehrveranstaltung

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	Art	SWS	Credits
5400-410	Management & Strategie - kommunikationswissenschaftliche Ansätze	P	Journalismus und PR im Medienwandel Kommunikationsmanagement am Beispiel von Bau- und Infrastrukturprojekten	WP	VÜ	3	6
5400-420	Management & Strategie - wirtschaftswissenschaftliche Ansätze	P	Verhandlungsmanagement Human Resources Management Integratives Wertschöpfungsmanagement Business Development Entrepreneurship	WP	VÜ	3	6
5400-430	Kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Methoden	P	Gesellschaft und Öffentlichkeit Individuum und Gruppe	WP	VÜ	3	6
5406-430	Datenanalyse	P	Advanced Statistics	P	VÜ	3	6
-	Freies Wahlmodul 1 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
5000-610	Benotetes Master-Portfolio-Modul ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
5000-620	Unbenotetes Master-Portfolio-Modul ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
SUMME							30

¹⁾ Sie belegen entweder ein freies Wahlmodul oder lassen sich ein benotetes oder unbenotetes Portfolio-Modul anerkennen.

2 + 3. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	Art	SWS	Credits
		Schwerpunkt 1					24
		Schwerpunkt 2					24
-	Freies Wahlmodul 2 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
5000-630	Benotetes Master-Portfoliomodul 2 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
5000-640	Unbenotetes Master-Portfoliomodul 2 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
-	Freies Wahlmodul 3 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
5000-650	Benotetes Master-Portfoliomodul 3 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
5000-660	Unbenotetes Master-Portfoliomodul 3 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	-	-	6
SUMME							60

¹⁾ Sie belegen entweder ein freies Wahlmodul oder lassen sich ein benotetes oder unbenotetes Portfoliomodul anerkennen.

SEMESTERÜBERSICHT

4. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	Art	SWS	Credits
5400-730	Aktuelle Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft	P	Aktuelle Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft	WP	KQ	1	6
5400-720	Masterarbeit	P	-	-	-	-	24
SUMME						1	30

MANAGEMENT & STRATEGIE

Je Modul belegen Sie eine Lehrveranstaltung

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits				
5400-410	Management & Strategie - kommunikationswissenschaftliche Ansätze	P	Journalismus und PR im Medienwandel	WP	1.	VÜ	3	6				
			Kommunikationsmanagement am Beispiel von Bau- und Infrastrukturprojekten	WP	1.	VÜ	3	6				
5400-420	Management & Strategie - wirtschaftswissenschaftliche Ansätze	P	Verhandlungsmanagement	WP	1.	VÜ	3	6				
			Human Resources Management	WP	1.	VÜ	3	6				
			Integratives Wertschöpfungsmanagement	WP	2.	VÜ	3	6				
			Business Development	WP	2.	VÜ	3	6				
Entrepreneurship								WP	2.	VÜ	3	6
SUMME								12				

GRUNDLAGENBEREICH ANALYSE & EVALUATION

ANALYSE & EVALUATION

Je Modul belegen Sie eine Lehrveranstaltung

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits	
5400-430	Kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Methoden	P	Gesellschaft und Öffentlichkeit Individuum und Gruppe	WP	1.	VÜ	3	6	
5406-430	Datenanalyse	P	Advanced Statistics	P	1.	VÜ	3	6	
SUMME								12	

SCHWERPUNKT UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

SCHWERPUNKT UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Sie belegen drei Module, davon muss ein Modul ein Projekt sein.

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits
5407-600	Projekt im Schwerpunkt Unternehmenskommunikation	P	Interne Unternehmenskommunikation: Forschungs- und Strategiewerkstatt	WP	2.+3.	Proj	6	12
5407-550	Ausgewählte Schnittstellen zwischen Journalismus und PR	WP	Ausgewählte Schnittstellen zwischen Journalismus und PR	P	2.	S	2	6
5403-550	Anwendungsfelder der Unternehmenskommunikation	WP	Anwendungsfelder der Unternehmenskommunikation	P	3.	S	2	6
5403-540	Unternehmenskommunikation in der Praxis	WP	Unternehmenskommunikation in der Praxis	P	2.	S	2	6
5407-540	Strategische Online-Kommunikation	WP	Strategische Online-Kommunikation	P	2.	S	2	6
5400-620	Reputationsmanagement	WP	Reputationsmanagement	P	3.	S	2	6
5704-410	Dienstleistungsmarketing	WP	Dienstleistungsmarketing	P	3.	VÜ	3	6
5704-450	Strukturgleichungsmodellierung im Marketing	WP	Strukturgleichungsmodellierung im Marketing	P	3.	VÜ	3	6
5701-540	Branding	WP	Branding	P	2.	VÜ	3	6
5705-420	Marketing Controlling	WP	Marketing Controlling	P	3.	VÜ	3	6
5705-510	Consumer Behavior	WP	Consumer Behavior	P	2.	VÜ	3	6
5703-430	Entrepreneurial Marketing	WP	Entrepreneurial Marketing	P	3.	VÜ	3	6
5604-410	Behavioral Business Ethics	WP	Behavioral Business Ethics	P	2.	VÜ	3	6
5701-610	Industriegütermarketing	WP	Industriegütermarketing	P	3.	VÜ	3	6
5701-710	Hot Topics des Marketing	WP	Hot Topics des Marketing	P	2.	VÜ	3	6
6618-410	Internetrecht	WP	Internetrecht	P	2.	VÜ	3	6
SUMME								24

SCHWERPUNKT POLITISCHE KOMMUNIKATION

SCHWERPUNKT POLITISCHE KOMMUNIKATION

Sie belegen drei Module, davon muss ein Modul ein Projekt sein.

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits
5400-610	Projekt im Schwerpunkt Politische Kommunikation	P	Kommunikation bei Bau- und Infrastrukturprojekten	WP	3.	Proj	6	12
5403-550	Anwendungsfelder der Politischen Kommunikation	WP	Transformation der öffentlichen Kommunikation	WP	2.+3.	Proj	6	12
5403-560	Issues Management und Social Listening	WP	Anwendungsfelder der Politischen Kommunikation	P	2.	S	2	6
5407-570	Politische Kommunikation – Forschung und Debatten	WP	Issues Management und Social Listening	P	2.	S	2	6
5405-530	Aktuelle Perspektiven der Persuasion	WP	Politische Kommunikation – Forschung und Debatten	P	2.	S	2	6
6674-440	Interessen und Repräsentation in modernen Demokratien	WP	Aktuelle Perspektiven der Persuasion	P	2.	S	2	6
6675-430	Grundlagen der Demokratieforschung	WP	Interessen und Repräsentation in modernen Demokratien	P	3.	V	2	6
6676-410	Transnationale Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung	WP	Grundlagen der Demokratieforschung	P	3.	V	2	6
6674-510	Demokratie und Governance	WP	Transnationale Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung	P	2.	V	2	6
6675-540	Democratization	WP	Demokratie und Governance	P	2.	V	2	6
6676-520	Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen	WP	Democratization	P	2.	V	2	6
SUMME								24

SCHWERPUNKT WISSENSKOMMUNIKATION

Sie belegen drei Module, davon muss ein Modul ein Projekt sein.

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits
5400-600	Projekt im Schwerpunkt Wissenskommunikation	P	Umwelt- und Gesundheitskommunikation Wissenskommunikation	WP	2.+3. 2.+3.	Proj Proj	6 6	12 12
5407-580	Aktuelle Perspektiven der Journalistik *	WP	Aktuelle Perspektiven der Journalistik	P	2.	S	2	6
5401-520	Target Audience Research	WP	Target Audience Research	P	2.	S	2	6
5407-590	Forschung für die Praxis – PRtransfer.de	WP	Forschung für die Praxis – PRtransfer.de	P	2.	S	2	6
5406-630	Social Media Communication	WP	Social Media Communication	P	3.	S	2	6
5406-530	Behavior Change	WP	Behavior Change	P	2.	S	2	6
4301-410	Knowledge and Innovation Management	WP	Knowledge and Innovation Management	P	3.	VÜ	4	6
4301-470	Agricultural Knowledge Systems and Advisory Services	WP	Agricultural Knowledge Systems and Advisory Services	P	3.	VÜ	4	6
SUMME								24

* Das Modul "Aktuelle Perspektiven der Journalistik" wird nur jedes zweite Sommersemester angeboten.

FREIER WAHLBEREICH

FREIER WAHLBEREICH

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits
-	Freies Wahlmodul 1	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
-	Freies Wahlmodul 2	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
-	Freies Wahlmodul 3	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
5000-610	Benotetes Master-Portfoliomodul ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
5000-620	Unbenotetes Master-Portfoliomodul ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
5000-630	Benotetes Master-Portfoliomodul 2 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
5000-640	Unbenotetes Master-Portfoliomodul 2 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
5000-650	Benotetes Master-Portfoliomodul 3 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
5000-660	Unbenotetes Master-Portfoliomodul 3 ¹⁾	W	siehe Modulkatalog	WP	1.-3.	-	-	6
SUMME								18

¹⁾ Sie belegen entweder ein freies Wahlmodul oder lassen sich ein benotetes oder unbenotetes Portfoliomodul anerkennen.

STUDIENBERATUNG

Universität Hohenheim

Zentrale Studienberatung (ZSB)

Schloss-Kolleggangflügel – 04.21/021

70593 Stuttgart | Deutschland

Fon	+49 (0)711 459 22064		Fon	+49 (0)711 459 24474
Fax	+49 (0)711 459 23723		Fax	+49 (0)711 459 23739
E-mail	zsb@uni-hohenheim.de		E-mail	kma@uni-hohenheim.de
>	für allgemeine Fragen		>	für fachspezifische Themen

IMPRESSUM

Universität Hohenheim

Dekanat der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Speisemeistereiflügel – 120

70593 Stuttgart | Deutschland

Fon +49 (0)711 459 22488

Fax +49 (0)711 459 22785

E-mail wiso@uni-hohenheim.de

Web wiso.uni-hohenheim.de