



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

# KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

Master of Arts

Studienplan



# INHALTSVERZEICHNIS

Glossar	3
Einführung in das Studium	4
Allgemeine Informationen zum Studium	6
Prüfungsanforderungen	10
Aufbau des Master-Studiengangs Kommunikationsmanagement	12
Semesterübersicht	15
Grundlagenbereich	19
Vertiefungsbereich	20
Projektbereich	21
Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft	22
Ergänzungsbereich Politik-/Wirtschaftswissenschaften	24
Eigene Notizen	26

## ■ GLOSSAR

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

Grundlage des vorliegenden Studienplans ist die Prüfungsordnung vom 28.11.2013 mit der 1. Änderungssatzung vom 22.07.2014, der 2. Änderungssatzung vom 17.02.2016, der 3. Änderungssatzung vom 18.07.2017 und der 4. Änderungssatzung vom 19.02.2018.

Diesen Studienplan finden Sie auch online unter [wiso.uni-hohenheim.de/studienplaene](http://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 studiengangspezifische 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 Master-Studiengangs Kommunikationsmanagement

Ziel des Studiengangs ist es, eine vertiefte wissenschaftliche Ausbildung in Kommunikationsmanagement zu vermitteln. Aufbauend auf einem grundständigen Hochschulstudium bietet der Master-Studiengang die Möglichkeit zur weiteren Spezialisierung. Absolventinnen und Absolventen überblicken die Zusammenhänge der gewählten Fachrichtung. Sie sind in der Lage, tiefere wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden, um als Führungskräfte bzw. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in vielfältigen Berufsfeldern tätig zu sein.

Der Master-Studiengang zielt auf den Erwerb von Kenntnissen über Institutionen, Strukturen, Prozesse und Inhalte öffentlicher und medialer Kommunikation. Der Master-Studiengang vermittelt spezifisches Know-how zum Kommunikationsmanagement in der Organisations- und Unternehmenskommunikation, in der politischen Kommunikation, in der Politikberatung und im Journalismus. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von Schlüssel- und Medienkompetenzen sowie kommunikationspraktischen Fähigkeiten.

## EINFÜHRUNG IN DAS STUDIUM

### **Berufliche Perspektiven**

Das Master-Studium Kommunikationsmanagement vermittelt Kernkompetenzen sowie Schlüsselqualifikationen, die auf Berufe rund um Kommunikation und Medien zugeschnitten sind. Das Studium bereitet Sie damit optimal auf Tätigkeiten in beispielsweise folgenden Berufsfeldern vor:

- Organisations- und Unternehmenskommunikation
- Journalismus sowie weitere redaktionelle und planerische Berufe in den Medien
- Kommunikationsberatung für Wirtschaft und Politik
- Kommunikationswissenschaft
- Kommunikationstraining

Potenzielle Arbeitgeber sind vor allem Unternehmen, private und öffentliche Institutionen, Agenturen, Medienorganisationen sowie Bildungs- und Forschungsinstitutionen.

### **Studienvoraussetzungen**

Zum Studium zugelassen werden Absolventinnen und Absolventen eines mindestens dreijährigen Bachelor-Studiengangs in Kommunikationswissenschaft im In- und Ausland oder einem mindestens dreijährigen Hochschulstudiums im Bereich der Kommunikationswissenschaft, welches in der Bundesrepublik Deutschland oder im Ausland erfolgreich abgeschlossen wurde. Näheres regelt die Zulassungsordnung.

### **Möglichkeiten eines Auslandssemesters**

Im Rahmen des Master-Studiums bieten sich viele 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 Durchführung von Auslandsaufenthalten.

Das Dekanat ist für die Koordination des ERASMUS-Programms der Fakultät W und für die Umsetzung der Doppel-Master-Programme im Rahmen des HERMES-Netzwerks 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.

## ■ ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

### 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.

### Module

Das Master-Studium ist auf eine Regelstudienzeit von vier Fachsemestern ausgelegt und modular aufgebaut. In jedem Semester absolvieren Sie Module im Umfang von 30 ECTS-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.

### Modulkatalog

Der Modulkatalog informiert ausführlich über die Inhalte der Module (Modulname, Modulverantwortliche/r, Lehrveranstaltungen, Studieninhalte, Lernziele etc.). Den aktuellen Modulkatalog finden Sie auf der Website der Universität Hohenheim unter:

[www.uni-hohenheim.de/modulkatalog](http://www.uni-hohenheim.de/modulkatalog)

### 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 dazugehörenden Lehrveranstaltungen:

1100-000 = Institutsnummer

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

0000-010 = Modulkennzeichnung:

410 - 800 Module der Master-Studiengänge

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

## ■ ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

### **Leistungspunkte**

Die Bewertung der Prüfungsleistungen ist nach den Vorgaben des European Credit Transfer System (ECTS) europaweit vereinheitlicht. Im Master-Studium erwerben Sie insgesamt 120 ECTS-Credits (nachfolgend zur besseren Lesbarkeit als Credits bezeichnet). Das Studium ist so aufgebaut, dass Sie pro Semester 30 Credits (entspricht fünf Modulen) studieren können. Das Arbeitspensum (Workload) eines Hohenheimer Master-Moduls ist in der Regel auf 6 Credits ausgerichtet. Jedem Credit liegen 30 Stunden an Arbeitsaufwand zugrunde. Der Workload umfasst die Präsenzzeiten (Teilnahme an Lehrveranstaltungen und Ablegen von Prüfungen), die Zeiten für die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie die Prüfungsvorbereitung.

### **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 direkte 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 Bewerbungscoaching 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: 0711-459-22064

Telefonsprechstunde: Mo, Do 10-12 Uhr und Di 14-16 Uhr

E-Mail: [zsb@uni-hohenheim.de](mailto:zsb@uni-hohenheim.de)

#### Prüfungsamt

Telefon: 0711-459-Durchwahl

Frau Bluthardt 24058

Frau Koukal 24441

Frau Mack 24058

Frau Renner 22472

Frau Schard 23994

E-Mail: [pa-wiwi@verwaltung.uni-hohenheim.de](mailto:pa-wiwi@verwaltung.uni-hohenheim.de)

Öffnungszeiten: Mo, Di, Do, Fr 9-10 Uhr und Mi 14-15:30 Uhr

#### Studiensekretariat

Telefon: 0711-459-22015

E-Mail: [studsek@verwaltung.uni-hohenheim.de](mailto:studsek@verwaltung.uni-hohenheim.de)

#### Fachstudienberatung und Studiengangkoordination

Telefon: 0711-459-24474

E-Mail: [komm-management@uni-hohenheim.de](mailto:komm-management@uni-hohenheim.de)

## ■ PRÜFUNGSANFORDERUNGEN

Für einen erfolgreichen Studienverlauf ist die Kenntnis und die Einhaltung der Regelungen der Prüfungsordnung zwingend erforderlich.

### **Zulassung zu Prüfungsleistungen**

Zu Modulprüfungen kann nur zugelassen werden, wer

- an der Universität Hohenheim im Master-Studiengang Kommunikationsmanagement eingeschrieben ist,
- den Prüfungsanspruch in diesem Studiengang oder in einem verwandten Studiengang nicht verloren hat,
- die Master-Prüfung in diesem Studiengang oder in einem verwandten Studiengang nicht endgültig nicht bestanden hat und sich nicht in einem laufenden Prüfungsverfahren befindet,
- sich fristgerecht angemeldet hat und
- etwaige für die Zulassung gemäß Studienplan und Modulkatalog erforderliche Voraussetzungen i.S.v. PO § 14 erfüllt.

Die Prüfungen finden im Anschluss an die Vorlesungsperiode bzw. vor Beginn der nächsten Vorlesungsperiode statt. Die Vorlesungsperiode im Wintersemester beginnt in der Regel Mitte Oktober und endet Ende Januar/Anfang Februar. Die Vorlesungsperiode im Sommersemester beginnt in der Regel Mitte April und endet in der zweiten Juli-Hälfte. Die Anmeldung zu Prüfungsleistungen erfolgt über das Prüfungsamt während des (vom Prüfungsamt festgelegten) Anmeldezeitraums. Die Termine sind unter [www.uni-hohenheim.de/pruefung](http://www.uni-hohenheim.de/pruefung) oder über [Studium online](#) verfügbar.

### **Wiederholung von Modulprüfungen**

Modulprüfungen, die mit „nicht ausreichend“ (5,0) bzw. „nicht bestanden“ bewertet wurden oder als nicht bestanden gelten, können einmal wiederholt werden. Setzt sich die nicht bestandene Modulprüfung aus mehreren Teilleistungen zusammen, so sind alle Teilleistungen zu wiederholen. Die Wiederholung muss zum nächstmöglichen Termin erfolgen. Die Pflichtanmeldung zur Wiederholungsprüfung erfolgt automatisch durch das Prüfungsamt für den nächstmöglichen Termin. Hierbei sind nur die Prüfungszeiträume möglich, die zu den Semestern gehören, in denen das Modul angeboten wird; für die seitens der Universität Stuttgart angebotenen Prüfungen gelten die dortigen Regularien für Prüfungszeiträume. Bestandene Modulprüfungen können nicht wiederholt werden.

## PRÜFUNGSANFORDERUNGEN

### **Master-Arbeit**

Die Master-Arbeit 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 Master-Arbeit werden 24 ECTS-Credits vergeben.

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

Die Master-Arbeit ist fristgerecht beim Prüfungsamt fest gebunden (keine Ringbindung) und in einfacher Ausfertigung abzugeben. Zusätzlich ist dem Prüfungsamt eine identische Fassung der Master-Arbeit auf einem elektronischen Datenträger (CD/DVD) für Prüfungszwecke zu übermitteln. Bei der Abgabe der Master-Arbeit 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.

## **AUFBAU DES MASTER-STUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT**

Der Master-Studiengang Kommunikationsmanagement gliedert sich in einen Grundlagen-, einen Vertiefungs- und einen Projektbereich. Darüber hinaus vertiefen Sie Ihre Kenntnisse in den Wahlbereichen der Kommunikationswissenschaft und der Politik- und Wirtschaftswissenschaften.

Die vier Module des **Grundlagenbereichs** umfassen 24 Credits und sind im ersten Fachsemester angesiedelt. Die Themenfelder sind Online-Marketing, Public Relations, Content Management und Kommunikations-Controlling.

Der **Vertiefungsbereich** im zweiten Fachsemester besteht aus drei von Ihnen gewählten Modulen, die zusammen 18 Credits umfassen. Hierbei setzen Sie Ihre individuellen Schwerpunkte in Themenbereichen wie Management der PR, Content Management, Communication Performance Management, Unternehmenssprache und Politische Öffentlichkeit im Wandel.

Im **Projektbereich** des dritten Fachsemesters wenden Sie erlernte Kommunikationsstrategien in den Feldern Change Communication, Öffentliche Diskurse und Kommunikation bei Infrastrukturprojekten an. Sie wählen hierbei zwei Module, die insgesamt 24 Credits umfassen.

Im Bereich **Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft** spezialisieren Sie Ihre Kenntnisse in zwei von Ihnen gewählten Modulen, die zusammen 12 Credits umfassen. Dabei stehen Ihnen Themen unter anderem aus der Marktforschung, dem Journalismus, der Persuasionsforschung, der Medienpsychologie, der Computervermittelten Kommunikation etc. zur Wahl. Der Bereich Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft ist im zweiten Semester angesiedelt.

Zur weiteren Profilschärfung wählen Sie im ersten und im dritten Fachsemester zwei Module aus dem **Ergänzungsbereich Politik- und Wirtschaftswissenschaften**, die zusammen 12 Credits umfassen.

Das Master-Studium wird mit der Master-Arbeit (24 Credits) und einem begleitenden Kolloquium (6 Credits) abgeschlossen.

# AUFBAU DES MASTER-STUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

<b>Grundlagenbereich (1. Semester)</b>	
4 Pflichtmodule	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online-Marketing</li> <li>• Communication Performance Management und Kommunikations-Controlling</li> <li>• Management der PR</li> <li>• Content Management und Medien</li> </ul>	
<b>Vertiefungsbereich (2. Semester)</b>	
3 Wahlpflichtmodule aus den Modulen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Aspekte des Managements der PR</li> <li>• Ausgewählte Aspekte des Content Managements</li> <li>• Ausgewählte Aspekte des Communication Performance Managements</li> <li>• Unternehmenssprache</li> <li>• Politische Öffentlichkeit im Wandel</li> </ul>	
<b>Projektbereich (3. Semester)</b>	
2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Change Communication</li> <li>• Kommunikation bei Infrastrukturprojekten</li> <li>• Stimulating Discourse</li> </ul>	
<b>Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft (2. Semester)</b>	
2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Märkte und Zielgruppen</li> <li>• Innovationen im Journalismus</li> <li>• Aktuelle Perspektiven der Persuasion</li> <li>• Computervermittelte Kommunikation</li> <li>• Aktuelle Fragen der Medienpsychologie</li> <li>• Forschung für die Praxis – kommunikationswissenschaftlicher Wissenstransfer</li> <li>• Themen und Thematisierung in der öffentlichen Kommunikation</li> </ul>	
<b>Ergänzungsbereich Politik-/Wirtschaftswissenschaften (1. und 3. Semester)</b>	
2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen	
<b>Bereich Politikwissenschaft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessen und Repräsentation in modernen Demokratien</li> <li>• Grundlagen der Demokratieforschung</li> <li>• Transnationale Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung</li> <li>• Demokratie und Governance</li> <li>• Democratization</li> <li>• Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen</li> <li>• Internetrecht</li> </ul>	<b>Bereich Wirtschaftswissenschaften</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling-Instrumentarium</li> <li>• Dienstleistungsmarketing</li> <li>• Human Resources Management</li> <li>• Verhandlungsmanagement</li> </ul>
<b>Master-Arbeit und Kolloquium (4. Semester)</b>	

# AUFBAU DES MASTER-STUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS
1. Semester	Grundlagen 1	Grundlagen 2	Grundlagen 3	Grundlagen 4	Politik-/ Wirtschafts- wissenschaften 1
2. Semester	Vertiefung 1	Vertiefung 2	Vertiefung 3	Kommunikations- wissenschaft 1	Kommunikations- wissenschaft 2
3. Semester	Projekt 1		Projekt 2		Politik-/ Wirtschafts- wissenschaften 1
4. Semester	Kolloquium	Master-Arbeit			

# SEMESTERÜBERSICHT

## 1. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5407-420	Grundlagen 1: Online-Marketing	P	Online-Marketing	VÜ	3	6
5403-410	Grundlagen 2: Communication Performance Management und Kommunikations-Controlling	P	Communication Performance Management und Kommunikations-Controlling	VÜ	3	6
5402-410	Grundlagen 3: Management der PR	P	Management der PR	VÜ	3	6
5402-420	Grundlagen 4: Content Management und Medien	P	Content Management und Medien	VÜ	3	6
Ergänzung Politik-/Wirtschaftswissenschaften 1						6
<b>SUMME</b>						<b>30</b>

## 2. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
			Vertiefung 1			6
			Vertiefung 2			6
			Vertiefung 3			6
			Ergänzung Kommunikationswissenschaft 1			6
			Ergänzung Kommunikationswissenschaft 2			6
<b>SUMME</b>						<b>30</b>



# SEMESTERÜBERSICHT

## 3. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
			Projekt 1			12
			Projekt 2			12
			Ergänzung Politik-/Wirtschaftswissenschaften 2			6
<b>SUMME</b>						<b>30</b>

## 4. Semester

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5400-730	Aktuelle Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft	P	Aktuelle Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft	KQ	1	6
5400-720	Master-Arbeit	P	–	–	–	24
<b>SUMME</b>					<b>1</b>	<b>30</b>

# ■ GRUNDLAGENBEREICH

## GRUNDLAGENBEREICH

(verantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger, Prof. Dr. Frank Brettschneider, Prof. Dr. Claudia Mast)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5407-420	Grundlagen 1: Online-Marketing	P	1.	Online-Marketing	VÜ	3	6
5403-410	Grundlagen 2: Communication Performance Management und Kommunikations-Controlling	P	1.	Communication Performance Management und Kommunikations-Controlling	VÜ	3	6
5402-410	Grundlagen 3: Management der PR	P	1.	Management der PR	VÜ	3	6
5402-420	Grundlagen 4: Content Management und Medien	P	1.	Content Management und Medien	VÜ	3	6
<b>SUMME</b>						<b>12</b>	<b>24</b>

## VERTIEFUNGSBEREICH

(verantwortlich: Prof. Dr. Claudia Mast, Prof. Dr. Frank Brettschneider, Prof. Dr. Wolfgang Schweiger)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5402-510	Vertiefung: Ausgewählte Aspekte des Managements der PR	W	2.	Ausgewählte Aspekte des Managements der PR	S/Ü	3	6
5402-520	Vertiefung: Ausgewählte Aspekte des Content Managements	W	2.	Ausgewählte Aspekte des Content Managements	S/Ü	3	6
5403-510	Vertiefung: Ausgewählte Aspekte des Communication Performance Managements	W	2.	Ausgewählte Aspekte des Communication Performance Managements	S/Ü	3	6
5403-520	Vertiefung: Unternehmenssprache	W	2.	Unternehmenssprache	S/Ü	3	6
5407-520	Vertiefung: Politische Öffentlichkeit im Wandel	W	2.	Politische Öffentlichkeit im Wandel	S/Ü	3	6
<b>SUMME</b>						<b>9</b>	<b>18</b>

Drei der angebotenen Wahlpflichtmodule sind zu wählen. Pro Sommersemester werden mindestens vier Wahlpflichtmodule angeboten. Bei der Zuteilung auf die Angebote werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch die am Master beteiligten Fachgebiete.

# PROJEKTBEREICH

## PROJEKTBEREICH

(verantwortlich: Prof. Dr. Claudia Mast, Prof. Dr. Frank Brettschneider, Prof. Dr. Wolfgang Schweiger)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5402-610	Projekt: Change Communication – Strategie und Konzept	W	3.	Change Communication – Strategie und Konzept	PROJ	6	12
5403-610	Projekt: Kommunikation bei Infrastrukturprojekten	W	3.	Kommunikation bei Infrastrukturprojekten	PROJ	6	12
5407-610	Projekt: Stimulating Discourse – wie stimuliert man öffentliche Online-Diskurse?	W	3.	Stimulating Discourse – wie stimuliert man öffentliche Online-Diskurse?	PROJ	6	12
<b>SUMME</b>						<b>12</b>	<b>24</b>

Zwei der angebotenen Wahlpflichtmodule sind zu wählen. Bei der Zuteilung auf die Angebote werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch die am Master beteiligten Fachgebiete.

## AKTUELLE THEMEN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

(verantwortlich: Prof. Dr. Jens Vogelgesang, Prof. Dr. Claudia Mast, Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Sabine Trepte, Prof. Dr. Wolfgang Schweiger)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5401-550	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Märkte und Zielgruppen	W	2.	Märkte und Zielgruppen	S	3	6
5402-550	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Innovationen im Journalismus	W	2.	Innovationen im Journalismus	S	3	6
5405-550	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Aktuelle Perspektiven der Persuasion	W	2.	Aktuelle Perspektiven der Persuasion	Ü	3	6
5406-550	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Computervermittelte Kommunikation	W	2.	Computervermittelte Kommunikation	S/Ü	3	6

# ■ AKTUELLE THEMEN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

## AKTUELLE THEMEN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

(verantwortlich: Prof. Dr. Jens Vogelgesang, Prof. Dr. Claudia Mast, Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Sabine Trepte, Prof. Dr. Wolfgang Schweiger)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5406-560	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Aktuelle Fragen der Medienpsychologie	W	2.	Aktuelle Fragen der Medienpsychologie	S	3	6
5407-550	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Forschung für die Praxis – kommunikationswissenschaftlicher Wissenstransfer	W	2.	Forschung für die Praxis – kommunikationswissenschaftlicher Wissenstransfer	S/Ü	3	6
5407-560	Aktuelle Themen der Kommunikationswissenschaft: Themen und Thematisierung in der öffentlichen Kommunikation	W	2.	Themen und Thematisierung in der öffentlichen Kommunikation	S/Ü	3	6
<b>SUMME</b>						<b>6</b>	<b>12</b>

## ERGÄNZUNGSBEREICH POLITIK-/WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

Modulcode	Modultitel	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
<i>Bereich Politikwissenschaft</i>							
6674-440	Interessen und Repräsentation in modernen Demokratien	W	1./3.	-	-	2	6
6675-430	Grundlagen der Demokratieforschung	W	1./3.	-	-	2	6
6676-410	Transnationale Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung	W	1./3.	-	-	2	6
6674-510	Demokratie und Governance	W	2./4.	-	-	2	6
6675-540	Democratization	W	2./4.	-	-	3	6
6676-520	Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen	W	2./4.	-	-	2	6
6618-410	Internetrecht	W	2./4.	Internetrecht	VÜ	3	6

Die Lehrveranstaltungen im Bereich Politikwissenschaft finden an der Universität Stuttgart statt. Die angebotenen Lehrveranstaltungen in den politikwissenschaftlichen Modulen sind dem Vorlesungsverzeichnis der Universität Stuttgart zu entnehmen: <http://www.uni-stuttgart.de/soz/institut/studierende/kvv>



## ERGÄNZUNGSBEREICH POLITIK-/WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

Modulcode	Modultitel	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
<i>Bereich Wirtschaftswissenschaften</i>							
5103-420	Controlling-Instrumentarium	W	1./3.	Controlling-Instrumentarium	V	2	6
5704-410	Dienstleistungsmarketing	W	1./3.	Dienstleistungsmarketing	VÜ	3	6
5702-420	Human Resources Management	W	1./3.	Human Resources Management	VÜ	3	6
5701-450	Verhandlungsmanagement	W	1./3.	Verhandlungsmanagement	VÜ	3	6
<b>SUMME</b>							<b>12</b>

Zwei der angebotenen Wahlpflichtmodule sind zu wählen.

■ **EIGENE NOTIZEN**

## ■ EIGENE NOTIZEN

■ EIGENE NOTIZEN

# ■ TERMINE

**Vorlesungszeitraum Wintersemester:** 15.10.2018 - 02.02.2019

**Vorlesungszeitraum Sommersemester:** 01.04.2019 - 13.07.2019

**vorlesungsfreie Tage:**

Allerheiligen, 01.11.2018

Weihnachtsferien, 22.12.2018 - 06.01.2019

Ostern, 19.04.2019 - 22.04.2019

Tag der Arbeit, 01.05.2019

Christi Himmelfahrt, 30.05.2019

Pfingstferien, 10.06.2019 - 15.06.2019

Fronleichnam, 20.06.2019

## 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](mailto:zsb@uni-hohenheim.de)

E-mail [komm-management@uni-hohenheim.de](mailto:komm-management@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](mailto:wiso@uni-hohenheim.de)

Web [wiso.uni-hohenheim.de](http://wiso.uni-hohenheim.de)