



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

# KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT UND MEDIENFORSCHUNG

Master of Arts

Studienplan



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

# INHALTSVERZEICHNIS

Glossar	3
Einführung in das Studium	4
Allgemeine Informationen zum Studium	6
Prüfungsanforderungen	10
Aufbau des Master-Studiengangs Kommunikationswissenschaft und Medienforschung	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 und 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) und 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 Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Ziel des Studiengangs ist es, eine vertiefte wissenschaftliche Ausbildung in Kommunikationswissenschaft und Medienforschung 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, tiefergehende wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden, um als Führungskräfte bzw. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in vielfältigen Berufsfeldern tätig zu sein.

Neben der Vermittlung theoretischen und methodischen Wissens liegt der Schwerpunkt auf empirischen und praxisnahen Projekten. Indem Sie sich mit aktuellen, praxisrelevanten Fragen der Kommunikations- und Medienforschung auseinander setzen, erlangen Sie vertieftes kommunikationswissenschaftliches Wissen und exzellente methodische Kompetenzen. Sie lernen, eigene Projekte selbstständig zu planen und durchzuführen, Daten auszuwerten sowie Ergebnisse angemessen zu präsentieren. Sie entwickeln so die für Führungsaufgaben in mediennahen Berufsfeldern sowie in der angewandten und wissenschaftlichen Forschung erforderlichen Schlüsselkompetenzen.

## EINFÜHRUNG IN DAS STUDIUM

### **Berufliche Perspektiven**

Das Master-Studium Kommunikationswissenschaft und Medienforschung 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:

- Markt- und Meinungsforschung
- Strategisches Medienmanagement
- Medien- und Politikberatung
- Online-Marketing
- Führungsaufgaben in verschiedensten Medienberufen

### **Studienvoraussetzungen**

Zum Studium zugelassen werden Absolventinnen und Absolventen eines mindestens dreijährigen Bachelor-Studiengangs in Kommunikationswissenschaft oder in einer Sozialwissenschaft im In- und Ausland oder einem mindestens dreijährigen Hochschulstudium im Bereich der Kommunikationswissenschaft oder der Sozialwissenschaft, 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. Ausnahme ist der Projektbereich, in welchem 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 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 ums 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 Kommunikationswissenschaft und Medienforschung 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-Punkten 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 an gegebenen 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 KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT UND MEDIENFORSCHUNG**

Der Master-Studiengang Kommunikationswissenschaft und Medienforschung 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 Medienpsychologie, Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation, Medienwirkungsforschung und fortgeschrittene Statistik.

Der **Vertiefungsbereich** im zweiten bzw. dritten Fachsemester besteht aus drei von Ihnen gewählten Modulen, die zusammen 18 Credits umfassen. Hierbei setzen Sie Ihre individuellen Schwerpunkte in Themenbereichen wie Media Enjoyment, Marktforschung, Communication in Social Media, Nachrichten online oder der Aufarbeitung kommunikationswissenschaftlicher Forschungsergebnisse.

Im **Projektbereich**, welcher sich über das zweite und dritte Fachsemester erstreckt, wenden Sie das erworbene Wissen in empirischen Studien in den Feldern Öffentliche Kommunikation, Medienpsychologie sowie Marktkommunikation- und Kommunikationsforschung 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 Fachsemester 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 (Credits) abgeschlossen.

# AUFBAU DES MASTER-STUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT UND MEDIENFORSCHUNG

<b>Grundlagenbereich (1. Semester)</b>	
4 Pflichtmodule	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienpsychologie</li> <li>• Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation</li> <li>• Advances of Audience- and Media-Effects Research</li> <li>• Advanced Statistics</li> </ul>	
<b>Vertiefungsbereich (2. bzw. 3. Semester)</b>	
3 Wahlpflichtmodule aus den Modulen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschungsstand aufarbeiten und Ergebnisse präsentieren</li> <li>• Media Enjoyment</li> <li>• Communication in Social Media</li> <li>• Marktforschung</li> <li>• Nachrichten online</li> </ul>	
<b>Projektbereich (2. und 3. Semester)</b>	
2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktkommunikation und Kommunikationsforschung</li> <li>• Transformation der öffentlichen Kommunikation</li> <li>• Ausgewählte Themen der Medienpsychologie</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	
<i>Bereich Politikwissenschaft</i>	<i>Bereich Wirtschaftswissenschaften</i>
<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>	<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 KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT UND MEDIENFORSCHUNG

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

# SEMESTERÜBERSICHT

## 1. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5406-410	Grundlagen 1: Medienpsychologie	P	Medienpsychologie	VÜ	3	6
5405-410	Grundlagen 2: Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation	P	Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation	VÜ	3	6
5401-410	Grundlagen 3: Advances of Audience- and Media-Effects Research	P	Advances of Audience- and Media-Effects Research	VÜ	3	6
5406-420	Grundlagen 4: Advanced Statistics	P	Advanced Statistics	VÜ	3	6
Ergänzung Politik-/Wirtschaftswissenschaften 1						6
<b>SUMME</b>						<b>30</b>

## 2. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
			Projekt 1 – Teil 1			6
			Projekt 2 – Teil 1			6
			Vertiefung 1			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 – Teil 2			6
			Projekt 2 – Teil 2			6
			Vertiefung 2			6
			Vertiefung 3			6
			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. Sabine Trepte, Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Jens Vogelgesang)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5406-410	Grundlagen 1: Medienpsychologie	P	1.	Medienpsychologie	VÜ	3	6
5405-410	Grundlagen 2: Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation	P	1.	Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation	VÜ	3	6
5401-410	Grundlagen 3: Advances of Audience- and Media-Effects Research	P	1.	Advances of Audience- and Media-Effects Research	VÜ	3	6
5406-420	Grundlagen 4: Advanced Statistics	P	1.	Advanced Statistics	VÜ	3	6
<b>SUMME</b>						<b>12</b>	<b>24</b>

## VERTIEFUNGSBEREICH

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

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5401-510	Vertiefung: Marktforschung	W	2.	Marktforschung	S	2	6
5405-510	Vertiefung: Forschungsstand aufarbeiten und Ergebnisse präsentieren	W	2./3.	Forschungsstand aufarbeiten und Ergebnisse präsentieren	Ü	2	6
5406-520	Vertiefung: Media Enjoyment	W	2.	Media Enjoyment	S	2	6
5406-620	Vertiefung: Communication in Social Media	W	3.	Communication in Social Media	S	2	6
5407-620	Vertiefung: Nachrichten online	W	3.	Nachrichten online	Ü	2	6
<b>SUMME</b>						<b>6</b>	<b>18</b>

Drei der angebotenen Wahlpflichtmodule sind zu wählen. Pro Semester werden mindestens drei 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. Jens Vogelgesang, Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Sabine Trepte)

Modulcode	Modul	Verb.	empfohl. Semester	Lehrveranstaltung	Art	SWS	Credits
5401-580	Projekt: Marktkommunikation und Kommunikationsforschung	W	2.	Marktkommunikation und Kommunikationsforschung Teil 1	PROJ	3	12
			3.	Marktkommunikation und Kommunikationsforschung Teil 2	PROJ	3	
5405-580	Projekt: Transformation der öffentlichen Kommunikation	W	2.	Transformation der öffentlichen Kommunikation Teil 1	PROJ	3	12
			3.	Transformation der öffentlichen Kommunikation Teil 2	PROJ	3	
5406-580	Projekt: Ausgewählte Themen der Medienpsychologie	W	2.	Ausgewählte Themen der Medienpsychologie Teil 1	PROJ	3	12
			3.	Ausgewählte Themen der Medienpsychologie Teil 2	PROJ	3	
<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>

Zwei 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.

## 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  
70599 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	kowi-master@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)