



KOMMUNIKATIONS-MANAGEMENT

Master of Arts

Studienplan



INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|----|
| Glossar | 3 |
| Einführung in das Studium | 4 |
| Allgemeine Informationen zum Master-Studium | 6 |
| Prüfungsanforderungen | 8 |
| Aufbau des Master-Studiengangs Kommunikationsmanagement | 10 |
| Semesterübersicht | 13 |
| Grundlagenbereich | 17 |
| Vertiefungsbereich | 18 |
| Projektbereich | 19 |
| Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft | 20 |
| Ergänzungsbereich Politik-/Wirtschaftswissenschaften | 22 |
| Eigene Notizen | 24 |

■ 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 (AM Nr. 918) sowie die Satzungsänderung am 22.07.2014.

Diesen Studienplan finden Sie auch online unter <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 bei der Zentralen Studienberatung (ZSB) bzw. dem Studieninformationszentrum (SIZ) der Universität.

Über die beruflichen Einsatzmöglichkeiten und alle Fragen rund um den Berufseinstieg informiert und berät das C@reerCenter Hohenheim.

Für die Studienanfänger finden allgemeine und studiengangspezifische Einführungsveranstaltungen statt. Die Termine werden durch die Zentrale Studienberatung bekannt gemacht. Die fachliche Studienberatung, insbesondere was Inhalte des Studiums und Wahlmöglichkeiten im Studium betrifft, wird durch die Fachstudienberater der Institute durchgeführt. Informationen zu einzelnen Fächern finden Sie auf der Homepage des Instituts für Kommunikationswissenschaft oder auf den Webseiten der jeweiligen Lehrstühle. Dort sind auch die Termine für die Sprechzeiten der Professoren 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 Hochschulstudium 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 Büro für Internationalisierung 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 Büro für Internationalisierung 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 MASTER-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 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 Homepage der Universität Hohenheim unter:

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 MASTER-STUDIUM

Leistungspunkte

Die Bewertung der Prüfungsleistungen ist nach den Vorgaben des European Credit Transfer System (ECTS) international vereinheitlicht. Das Arbeitspensum („workload“) eines Hohenheimer Bachelor-Moduls ist in der Regel auf sechs Anrechnungspunkte (Credits) ausgerichtet. Jedem Anrechnungspunkt 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. Das Studium ist so ausgelegt, dass Sie pro Semester 30 Credits (entspricht fünf Modulen) studieren können. Im Master-Studium erwerben Sie insgesamt 120 Credits.

Prüfungen

Die Prüfungen finden im Anschluss an die 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 hängen beim Prüfungsamt aus bzw. sind unter www.uni-hohenheim.de/pruefung verfügbar.

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 dem Lehrstuhl oder der Fachstudienberatung. Für die Anerkennung von Leistungen an der Universität Hohenheim ist das Formular „Antrag auf Anerkennung“ zu benutzen, welches Sie auf den Seiten des Prüfungsamtes herunterladen können. Neben dem Formular sind eine detaillierte Vorlesungsgliederung inkl. Kompetenzbeschreibung und das Transcript of Records beim Prüfungsamt abzugeben. Die Vorlesungsgliederung muss vom Dozenten im Ausland mit Stempel und Unterschrift autorisiert sein. Über die Anträge auf Anerkennung entscheidet der Prüfungsausschuss.

■ 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 Anträge auf Zulassung zu einer Prüfung sind schriftlich beim Prüfungsamt während der Anmeldefrist zu stellen.

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, unter Anleitung 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 60 Leistungspunkten 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 ECTS und sind im ersten Fachsemester angesiedelt. Die Themenfelder sind Öffentliche Kommunikation, Public Relations, Content Management und Kommunikations-Controlling.

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

Im **Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft** spezialisieren Sie Ihre Kenntnisse in zwei von Ihnen gewählten Modulen, die zusammen 12 ECTS umfassen. Dabei stehen Ihnen Themen unter anderem aus der Marktforschung, dem Journalismus, der Persuasionsforschung, der Medienpsychologie, dem Medienmarketing, der Computervermittelten Kommunikation etc. zur Wahl. Der Ergänzungsbereich 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 ECTS umfassen.

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

AUFBAU DES MASTER-STUDIENGANGS KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT

Grundlagenbereich (1. Semester)

4 Pflichtmodule

- Öffentlichkeit im Wandel
- Communication Performance Management und Kommunikations-Controlling
- Management der PR
- Content Management und Medien

Vertiefungsbereich (2. Semester)

3 Wahlpflichtmodule aus den Modulen

- Ausgewählte Aspekte des Managements der PR
- Ausgewählte Aspekte des Content Managements
- Ausgewählte Aspekte des Communication Performance Managements
- Unternehmenssprache
- Ausgewählte Aspekte des Medienmarketing
- Ausgewählte Aspekte zur Öffentlichkeit im Wandel

Projektbereich (3. Semester)

2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen

- Change Communication
- Kommunikation bei Infrastrukturprojekten
- Stimulating Discourse

Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft (2. Semester)

2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen

- Märkte und Zielgruppen
- Innovationen im Journalismus
- Aktuelle Perspektiven der Persuasion
- Medienmanagement und -marketing
- Computervermittelte Kommunikation
- Aktuelle Fragen der Medienpsychologie
- Forschung für die Praxis – kommunikationswissenschaftlicher Wissenstransfer
- Themen und Thematisierung in der öffentlichen Kommunikation

Ergänzungsbereich Politik-/Wirtschaftswissenschaften (1. und 3. Semester)

2 Wahlpflichtmodule aus den Modulen

Bereich Politikwissenschaft

- Theorien und Methoden der politikwissenschaftlichen Einstellungs- und Verhaltensforschung
- Politische Institutionen und institutionelle Leistungsfähigkeit
- Transformation der repräsentativen Demokratie
- Good Governance
- Internetrecht
- Globalisierung und Global Governance

Bereich Wirtschaftswissenschaften

- Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen
- Europäische Identität und Legitimität der Europäischen Union
- Demokratietheorien
- Controlling-Instrumentarium
- Dienstleistungsmarketing
- Human Resources Management
- Verhandlungsmanagement

Master-Arbeit und Kolloquium (4. Semester)

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 | ECTS-Punkte |
|--|---|-------|---|-----|-----|-------------|
| 5407-410 | Grundlagen 1: Öffentlichkeit im Wandel | P | Öffentlichkeit im Wandel | 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 | | | | | | |
| SUMME | | | | | | 30 |

2. SEMESTER

| Modulcode | Modul | Verb. | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|--------------|-------|--------------|------------------------------|-----|-----|-------------|
| | | Vertiefung 1 | | | | 6 |
| | | Vertiefung 2 | | | | 6 |
| | | Vertiefung 3 | | | | 6 |
| | | Ergänzung | Kommunikationswissenschaft 1 | | | 6 |
| | | Ergänzung | Kommunikationswissenschaft 2 | | | 6 |
| SUMME | | | | | | 30 |

SEMESTERÜBERSICHT

3. SEMESTER

| Modulcode | Modul | Verb. | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|--------------|-------|--|-------------------|-----|-----|-------------|
| | | Projekt 1 | | | | 12 |
| | | Projekt 2 | | | | 12 |
| | | Ergänzung Politik-/Wirtschaftswissenschaften 2 | | | | 6 |
| SUMME | | | | | | 30 |

4. Semester

| Modulcode | Modul | Verb. | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|--------------|-------------------|-------|-------------------|-----|----------|-------------|
| 5400-710 | Kolloquium Master | W | Kolloquium Master | KQ | 1 | 6 |
| 5400-720 | Master-Arbeit | P | - | - | - | 24 |
| SUMME | | | | | 1 | 30 |

GRUNDLAGENBEREICH

GRUNDLAGENBEREICH

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

| Modulcode | Modul | Verb. | empfohl. Semester | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|--------------|---|-------|-------------------|---|-----|-----------|-------------|
| 5407-410 | Grundlagen 1: Öffentlichkeit im Wandel | P | 1. | Öffentlichkeit im Wandel | 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 |
| SUMME | | | | | | 12 | 24 |

VERTIEFUNGSBEREICH

(verantwortlich: Prof. Dr. Claudia Mast, Prof. Dr. Frank Bretschneider, Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Wolfgang Schweiger)

| Modulcode | Modul | Verb. | empfohl. Semester | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|--------------|---|-------|-------------------|---|-----|----------|-------------|
| 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 |
| 5405-520 | Vertiefung: Ausgewählte Aspekte des Medienmarketing | W | 2. | Ausgewählte Aspekte des Medienmarketing | S/Ü | 3 | 6 |
| 5407-510 | Vertiefung: Ausgewählte Aspekte zur Öffentlichkeit im Wandel – Beispiele aus dem Online-Marketing | W | 2. | Ausgewählte Aspekte zur Öffentlichkeit im Wandel – Beispiele aus dem Online-Marketing | S/Ü | 3 | 6 |
| SUMME | | | | | | 9 | 18 |

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 | ECTS-Punkte |
|--------------|--|-------|-------------------|---|------|-----------|-------------|
| 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 |
| SUMME | | | | | | 12 | 24 |

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.

ERGÄNZUNGSBEREICH 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 | ECTS-Punkte |
|-----------|---|-------|-------------------|--------------------------------------|-----|-----|-------------|
| 5401-550 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Märkte und Zielgruppen | W | 2. | Märkte und Zielgruppen | S | 3 | 6 |
| 5402-550 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Innovationen im Journalismus | W | 2. | Innovationen im Journalismus | S | 3 | 6 |
| 5405-550 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Aktuelle Perspektiven der Persuasion | W | 2. | Aktuelle Perspektiven der Persuasion | Ü | 3 | 6 |
| 5405-560 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Medienmanagement und -marketing | W | 2. | Medienmanagement und -marketing | S/Ü | 3 | 6 |
| 5406-550 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Computervermittelte Kommunikation | W | 2. | Computervermittelte Kommunikation | S/Ü | 3 | 6 |

ERGÄNZUNGSBEREICH 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 | ECTS-Punkte |
|--------------|--|-------|-------------------|---|-----|----------|-------------|
| 5406-560 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Aktuelle Fragen der Medienpsychologie | W | 2. | Aktuelle Fragen der Medienpsychologie | S | 3 | 6 |
| 5407-550 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Forschung für die Praxis – kommunikationswissenschaftlicher Wissenstransfer | W | 2. | Forschung für die Praxis – kommunikationswissenschaftlicher Wissenstransfer | S/Ü | 3 | 6 |
| 5407-560 | Ergänzung Kommunikationswissenschaft: Themen und Thematisierung in der öffentlichen Kommunikation | W | 2. | Themen und Thematisierung in der öffentlichen Kommunikation | S/Ü | 3 | 6 |
| SUMME | | | | | | 6 | 12 |

Zwei der angebotenen Wahlpflichtmodule sind zu wählen. Pro Sommersemester werden mindestens fünf 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
(verantwortlich: Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Karsten Hadwich)

| Modulcode | Modultitel | Verb. | empfohl. Semester | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|------------------------------------|---|-------|-------------------|---|-----|-----|-------------|
| <i>Bereich Politikwissenschaft</i> | | | | | | | |
| 6674-410 | Theorien und Methoden der politikwissenschaftlichen Einstellungs- und Verhaltensforschung | W | 1./3. | Theorien und Methoden der politikwissenschaftlichen Einstellungs- und Verhaltensforschung | V/S | 2 | 6 |
| 6675-410 | Politische Institutionen und institutionelle Leistungsfähigkeit | W | 1./3. | Politische Institutionen und institutionelle Leistungsfähigkeit | V/S | 2 | 6 |
| 6675-420 | Transformation der repräsentativen Demokratie | W | 1./3. | Transformation der repräsentativen Demokratie | V/S | 2 | 6 |
| 6674-420 | Good Governance | W | 1./3. | Good Governance | V/S | 2 | 6 |
| 6618-410 | Internetrecht | W | 2./4. | Internetrecht | VÜ | 3 | 6 |
| 6676-510 | Globalisierung und Global Governance | W | 2./4. | Globalisierung und Global Governance | V | 2 | 6 |
| 6676-520 | Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen | W | 2./4. | Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen | S | 2 | 6 |
| 6675-510 | Europäische Identität und Legitimität der Europäischen Union | W | 2./4. | Europäische Identität und Legitimität der Europäischen Union | S | 2 | 6 |
| 6675-520 | Demokratietheorien | W | 2./4. | Demokratietheorien | S | 2 | 6 |

ERGÄNZUNGSBEREICH POLITIK-/WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN
 (verantwortlich: Prof. Dr. Bertram Scheufele, Prof. Dr. Karsten Hadwich)

| Modulcode | Modultitel | Verb. | empfohl. Semester | Lehrveranstaltung | Art | SWS | ECTS-Punkte |
|--|------------------------------|-------|-------------------|-----------------------------|-----|-----|-------------|
| <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 |
| SUMME | | | | | | | 12 |

Zwei der angebotenen Wahlpflichtmodule sind zu wählen.

■ EIGENE NOTIZEN

■ EIGENE NOTIZEN

■ EIGENE NOTIZEN

■ TERMINE

Vorlesungszeitraum Wintersemester: 12.10.2015-06.02.2015

Vorlesungszeitraum Sommersemester: 04.04.2016-16.07.2016

vorlesungsfreie Tage:

- Allerheiligen, 01.11.2015
- Weihnachtsferien, 23.12.2015-06.01.2016
- Ostern, 25.03.2016-28.03.2016
- Tag der Arbeit, 01.05.2016
- Christi Himmelfahrt, 05.05.2016
- Pfingstferien, 16.05.2015-21.05.2016
- Fronleichnam, 26.05.2016
- „Dies Academicus“, 01.07.2016

Prüfungen der Fakultät WiSo: Anmeldeverfahren (Online/Formular)

Anmeldefrist für Prüfungen

Prüfungszeitraum

Folgeprüfungszeitraum

(sämtliche Termine werden durch das Prüfungsamt bekannt gegeben)

STUDIENBERATUNG

Universität Hohenheim
Zentrale Studienberatung (ZSB)
Schloss-Kollegangflügel – 04.21/021
70593 Stuttgart | Deutschland

| | | | | |
|--------|-----------------------|--|--------|----------------------------------|
| Fon | +49 (0)711 459 22064 | | Fon | +49 (0)711 459 24323 |
| Fax | +49 (0)711 459 23723 | | Fax | +49 (0)711 459 23739 |
| E-mail | zsb@uni-hohenheim.de | | E-mail | 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
web www.wiso.uni-hohenheim.de