



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Master of Arts

KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT UND -ANALYSE

Studienplan | Wintersemester 2025/26



Begrüßung

Liebe Studierende,

dieser Studienplan gibt Ihnen einen Überblick über den Master-Studiengang „Kommunikationsmanagement und -analyse.“ Er beinhaltet Informationen rund um das Studium sowie weiterführende Hinweise und Bestimmungen. Der Studienplan wird jedes Semester aktualisiert. Er dient Ihnen als Information über das Lehrangebot, als Entscheidungshilfe für die Gestaltung des Studienablaufs und die Auswahl von Modulen.

Verbindliche Angaben zu Ort und Zeit der Lehrveranstaltungen finden Sie im Vorlesungsverzeichnis. Detaillierte Beschreibungen der Module finden Sie im Modulkatalog.

Wir hoffen, dass Sie Ihre Zeit an der Universität Hohenheim genießen und wünschen Ihnen einen gelungenen Start in Ihr Studium und viel Erfolg!

INHALTSVERZEICHNIS

Glossar	4
Zentrale Kontakte	5
Allgemeine Informationen zum Studium	6
Prüfungsanforderungen	8
Informationen zum Freien Wahlbereich	10
Hier ist Platz für Ihre Notizen	11
Aufbau des Studiums	12
Studienverlauf	13
Semesterübersicht	14
Grundlagenbereich	15
Projekte	16
Seminare	16
Freier Wahlbereich	17

GLOSSAR

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

Grundlage des vorliegenden Studienplans sind die jeweilige Prüfungsordnung und ggf. Änderungssatzungen: <https://www.uni-hohenheim.de/pruefungsordnung-kommunikationsmanagement-und-analyse>

Zentrale Kontakte

Fachstudienberatung und Studiengangkoordination des Instituts für Kommunikationswissenschaft

M.Sc. Agatha Maisch | Fachstudienberaterin und Studiengangkoordinatorin

Telefon: 0711-459-24323

E-Mail: agatha.maisch@uni-hohenheim.de

Dipl.-Agr. Sabine Burkhardt | Studiengangkoordinatorin

Telefon: 0711-459-22802

E-Mail: sabine.burkhardt@uni-hohenheim.de

Zuständigkeit: individuelle Studienplanung, fachliche Fragen zu den kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen

Zentrale Studienberatung (ZSB)

Telefon: 0711-459-22064

E-Mail: zsb@uni-hohenheim.de

Zuständigkeit: Studienorientierung und Entscheidungsfindung, Allgemeine Studiengestaltung und -organisation, Schwierigkeiten im Studienverlauf

Prüfungsamt

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

Zuständigkeit: alle Fragen rund um das Thema Prüfungsangelegenheiten

Studiensekretariat

Telefon: 0711-459-23456

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

Zuständigkeit: Immatrikulation, Exmatrikulation, Rückmeldung, Beurlaubung

■ ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

Informationsmöglichkeiten

Grundlegende Informationen über Studieninhalte, Studienaufbau, Studienablauf, Bewerbung und Prüfungsangelegenheiten erhalten Studieninteressierte und Studierende bei der Studiengangkoordination des Instituts für Kommunikationswissenschaft.

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 erstellt werden kann.

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.

Module

Das Master-Studium ist 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 Website der Universität Hohenheim unter:

www.uni-hohenheim.de/modulkatalog

■ ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM STUDIUM

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 Instituts (01 - 99 möglich)

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

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

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.

Regelstudienzeit und Flexible Studiengestaltung

Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester. Wie lange Sie bis zum Master-Abschluss studieren, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Ob 4, 5 oder 6 Semester – die „Flexible Studiengestaltung“ ermöglicht es Ihnen, Ihr Studium eigenverantwortlich Ihren persönlichen Notwendigkeiten und Bedürfnissen anpassen zu können.

Nutzen Sie die Zeit: für Auslandsaufenthalte oder wissenschaftliche Projekte; für Praktika und spezielle Soft-Skill-Trainings; für Blicke über den Tellerrand in andere Studienfächer oder Hochschulen; um Wissenslücken zu schließen oder für die akademische Muße, die für Erkenntnisgewinn und Diskurs essentiell sein kann. Die Website der Flexiblen Studiengestaltung gibt Ihnen einen Überblick über vorhandene Flexibilisierungsmöglichkeiten in den Studiengängen der Universität Hohenheim. Sie finden hier Erstinformationen, Ansprechpartner:innen sowie weiterführende Links. Die Website unterstützt Sie dabei, das Studium eigenverantwortlich Ihrer persönlichen Situation anzupassen.

Die Fachstudienberatung hilft Ihnen gerne bei Ihrer flexiblen Studiengestaltung.

■ 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
- und -analyse 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. § 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 oder über [HohCampus](#) verfügbar.

Wiederholung von Modulprüfungen

Prüfungsleistungen können grundsätzlich einmal wiederholt werden. Wer die Prüfungen einschließlich der Wiederholungsprüfungen nicht fristgerecht besteht, verliert den Prüfungsanspruch.

PRÜFUNGSANFORDERUNGEN

Zusatzmodule

Die Studierenden können – soweit Kapazitätsbeschränkungen dies nicht verhindern – Zusatzmodule aus dem Angebot der Master-Studiengänge der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften oder anderer Master-Studiengänge der Universität Hohenheim absolvieren. Diese Zusatzmodule werden auf Antrag im Zeugnis ausgewiesen, gehen aber nicht in die Gesamtbewertung des Profilstudiums und der Master-Prüfung ein.

Master-Arbeit

Zur Master-Arbeit kann nur zugelassen werden, wer 48 Credits erreicht hat. Die Bearbeitungszeit der Master-Arbeit beträgt maximal sechs Monate ab dem Vergabetermin.

Endfrist für die Master-Prüfung

Bis zum Ende der Regelstudienzeit von vier Semestern soll die/der Studierende alle Modulprüfungen des Studiengangs einschließlich der Master-Arbeit erfolgreich erbracht haben. Wer die Master-Prüfung nicht bis zum Ende des letzten Prüfungszeitraums des siebten Fachsemesters bestanden hat, verliert den Prüfungsanspruch, es sei denn, die Fristüberschreitung ist von der zu prüfenden Person nicht zu vertreten. Als nicht zu vertreten gilt insbesondere die Inanspruchnahme der Schutzfristen nach § 24 der Prüfungsordnung. Über eine eventuelle Fristverlängerung entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss auf Antrag des/der Studierenden.

■ INFORMATIONEN ZUM FREIEN WAHLBEREICH

Im freien Wahlbereich belegen Sie drei Module, um Ihre Interessen zu vertiefen.

Im freien Wahlbereich können Sie:

- Module aus allen Master-Studiengängen der Fakultät WiSo belegen
- einen Auslandsaufenthalt integrieren und sich im Ausland erbrachte Leistungen anerkennen lassen
- Sprachkurse, Weiterbildungskurse oder ein Praktikum im (un)benoteten Portfoliomodul anrechnen lassen.

Informationen zum Freien Wahlbereich erhalten Sie auf dieser Informationsseite:

wiso.uni-hohenheim.de/freierwahlbereichimmaster

 **HIER IST PLATZ FÜR IHRE NOTIZEN**

■ AUFBAU DES STUDIUMS

Der Master-Studiengang gliedert sich in vier Bereiche: den grundlegenden Masterbereich, den Schwerpunktbereich, den freien Wahlbereich und die Master-Thesis.

Im Grundlagenbereich **Management & Strategie** vertiefen Sie Ihr Wissen in kommunika-tions- und wirtschaftswissenschaftlichen Bereiche, die für ein erfolgreiches Kommunika-tionsmanagement hilfreich sind.

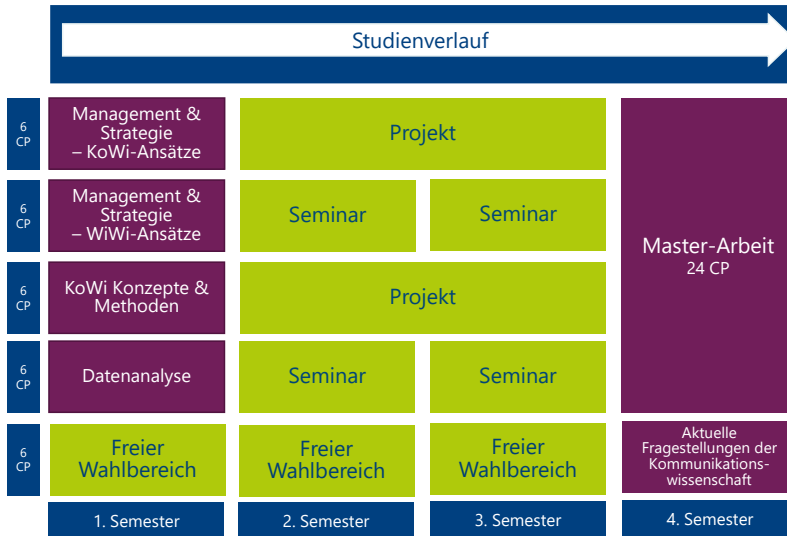
Im Grundlagenbereich **Analyse & Evaluation** werden kommunikationswissenschaftliche und datenanalytische Methoden vermittelt, die Sie auch später im Beruf brauchen, z. B. bei der Strategieplanung oder der Evaluation von Kommunikationsangeboten.

Das Herzstück des Studiums bildet der **Schwerpunktbereich**. Hier wählen Sie zwei Projekte und vier Seminare aus den Bereichen Unternehmenskommunikation, politische Kommunikation und Wissenskommunikation. Die Projekte und Seminare fordern Sie wis-senschaftlich und bereiten Sie auf den späteren Beruf vor.

Schließlich können Sie im **freien Wahlbereich** Ihr Kompetenzprofil individuell schärfen, indem Sie drei Module frei aus dem Angebot der Fakultät wählen. Darüber hinaus kön-nen in diesem Bereich Module aus dem Ausland oder Sprach- und Weiterbildungskurse angerechnet werden.

Den Abschluss des Studiums bildet die 6-monatige Masterarbeit.

Studienverlauf



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	WP	VÜ	3	6
			Kommunikationsmanagement am Beispiel von Bau- und Infrastrukturprojekten	WP	VÜ	3	6
5400-420	Management & Strategie - wirtschaftswissenschaftliche Ansätze	P	Verhandlungsmanagement	WP	VÜ	3	6
			Human Resources Management	WP	VÜ	3	6
			Integratives Wertschöpfungsmanagement	WP	VÜ	3	6
			Business Development	WP	VÜ	3	6
			Entrepreneurship	WP	VÜ	3	6
5400-430	Kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Methoden	P	Gesellschaft und Öffentlichkeit	WP	VÜ	3	6
			Individuum und Gruppe	WP	VÜ	3	6
5406-430	Datenanalyse	P	Advanced Statistics	P	VÜ	3	6
Freier Wahlbereich Modul 1							
SUMME							30

2 + 3. SEMESTER

Modulcode	Modul	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	Art	SWS	Credits
			Projekt 1				
			Projekt 2				
			Seminar 1				
			Seminar 2				
			Seminar 3				
			Seminar 4				
			Freier Wahlbereich Modul 2				
			Freier Wahlbereich Modul 3				
SUMME							60

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

GRUNDLAGENBEREICH

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./2.	VÜ	3	6
			B-to-B Marketing und Business Development	WP	1.	VÜ	3	6
			Leadership und Human Resources Management	WP	1.	VÜ	3	6
			Integratives Wertschöpfungsmanagement	WP	2.	VÜ	3	6
			Entrepreneurship	WP	2.	VÜ	3	6
SUMME								12

ANALYSE & EVALUATION

Je Modul belegen Sie eine Lehrveranstaltung

[illegible]

SEMINARE

[illegible]

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits
5407-530	Ausgewählte Schnittstellen zwischen Journalismus und PR	WP	Ausgewählte Schnittstellen zwischen Journalismus und PR	P	2.	S	2	6
5403-530	Anwendungsfelder der Unternehmenskommunikation	WP	Anwendungsfelder der Unternehmenskommunikation	P	2.	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
5400-630	Data Driven Corporate Communications	WP	Data Driven Corporate Communications	P	3.	S	2	6
5403-550	Anwendungsfelder der Politischen Kommunikation	WP	Anwendungsfelder der Politischen Kommunikation	P	2.	S	2	6
5403-560	Issues Management und Social Listening	WP	Issues Management und Social Listening	P	2.	S	2	6
5407-630	Analysieren, Argumentieren, Diskutieren - Schlüsselkompetenzen in der politischen Kommunikation	WP	Analysieren, Argumentieren, Diskutieren - Schlüsselkompetenzen in der politischen Kommunikation	P	2.	S	2	6
5405-530	Aktuelle Perspektiven der Persuasion	WP	Aktuelle Perspektiven der Persuasion	P	2.	S	2	6
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
5401-620	Social Network Analysis	WP	Introduction to Social Network Analysis	P	3.	S	2	6
SUMME								24

FREIER WAHLBEREICH

Modulliste Freier Wahlbereich

Sie belegen drei Module.

Modulcode	Modultitel	Verb.	Lehrveranstaltung	Verb.	empfohl. Semester	Art	SWS	Credits
	Module/Leistungen in Summe von 18 ECTS	WP	-	-	1.-3	-	-	
5000-610	Benotetes Master-Portfoliomodul	W	-	-	1.-3	-	-	6
5000-620	Unbenotetes Master-Portfoliomodul	W	-	-	1.-3	-	-	6
Empfohlene wirtschaftswissenschaftliche Module								
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
5705-510	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
5701-710	Hot Topics des Marketing	WP	Hot Topics des Marketing	P	2.	VÜ	3	6
Empfohlene politikwissenschaftliche Module								
6618-410	Internetrecht	WP	Internetrecht	P	2.	V	2	6
6675-430	Grundlagen der Demokratieforschung	WP	-	-	2./3.	-	-	6
6676-410	Transnationale Vergesellschaftung und Vergemeinschaftung	WP	-	-	2./3.	-	-	6
6674-510	Demokratie und Governance	WP	-	-	2./3.	-	-	6
6675-540	Democratization	WP	-	-	2./3.	-	-	6
6676-520	Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen	WP	-	-	2./3.	-	-	6
6674-440	Interessen und Repräsentation in modernen Demokratien	WP	-	-	2./3.	-	-	6
SUMME								18

¹⁾ Im Wahlbereich kann einmalig ein benotetes oder ein unbenotetes Portfoliomodul gewählt werden.

Diese Liste ist nicht abschließend, sondern enthält die Module, die nur im freien Wahlbereich verankert sind. Es sind auch Module aus den anderen Master-Studiengängen, die an der Universität Hohenheim angeboten werden, wählbar.

STUDIENBERATUNG

Universität Hohenheim
Institut für Kommunikationswissenschaft
Fachstudienberatung | M.Sc. Agatha Maisch
70599 Stuttgart | Deutschland
Fon +49 (0)711 459 24323
E-Mail kma@uni-hohenheim.de

IMPRESSUM

Universität Hohenheim
Institut für Kommunikationswissenschaft
Fon +49 (0)711 459 24323
E-Mail institut-kowi@uni-hohenheim.de
Web kowi.uni-hohenheim.de