

# Modulhandbuch

---

## Master

# Medien- und Kommunikationswissenschaft

---

**Studienordnungsversion: 2009**

**gültig für das Wintersemester 2017/18**

Erstellt am: 01. November 2017

aus der POS Datenbank der TU Ilmenau

Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau

URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-8578

# Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.F	Ab- schluss	LP
<b>Module Theories and Methods in empirical Communication Research</b>											FP	5
Trends in Communication and Media Theory	0	2	0								SL	1
Methods in Empirical Communication Research	0	2	1								PL	4
<b>Module Political and International Communication</b>											FP	3
International & Intercultural Communication	0	1	0								PL	1
Media, Communication and Politics		0	2	0							PL	2
<b>Module Organisational Communication and Media Management</b>											FP	4
Media, Communication and Economy	2	0	0								VL	2
Organisational Communication and Public Relations	2	0	0								VL	2
<b>Module Communication and Technology</b>											FP	4
Media, Communication and Technology		2	0	0							VL	2
Psychology of Technology	2	0	0								VL	2
<b>Forschungsmodule</b>											MO	0
Forschungsmodul 1	0	4	0								PL	14
Forschungsmodul 2		0	4	0							PL	14
<b>Vertiefungsmodule</b>											MO	0
Vertiefungsmodul 1	0	2	0								PL	4
Vertiefungsmodul 2	0	2	0								PL	4
Vertiefungsmodul 3		0	2	0							PL	4
Vertiefungsmodul 4		0	2	0							PL	4
<b>Modul Master-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium</b>											FP	30
Abschlusskolloquium			0	1	0						PL 45min	10
Masterarbeit, Kandidatenseminar			900 h								MA 6	20

---

## **Modul: Module Theories and Methods in empirical Communication Research**

Modulnummer: 5673

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Theories and Methods in empirical Communication Research



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Trends in Communication and Media Theory

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5674

Prüfungsnummer: 2400224

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 1	Workload (h): 30	Anteil Selbststudium (h): 8	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	0	2	0																														

### Lernergebnisse / Kompetenzen

By attending this lecture students will enhance and deepen their knowledge on current media and communication theory. Beside general approaches, specific media and communication theories will be presented and discussed.

### Vorkenntnisse

Requirements: Basic knowledge of theories and methods of communication research

### Inhalt

This lecture provides insights into ongoing research in the broader field of communication studies. Therefore, currently discussed theories will be presented by scholars of different sub disciplines. The topics will stem from research fields as e.g. entertainment research, technology communication, political communication, crisis communication, journalism studies, digital games research, media reception studies, public relations research, organizational communication, e-learning, management of media organizations, media psychology, and gender research.

### Medienformen

Powerpoint slides, video, audio

### Literatur

A list of relevant literature will be provided by the beginning of the lecture.

### Detaillangaben zum Abschluss

Term paper and an oral presentation

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Communications and Signal Processing 2008
- Master Medientechnologie 2009
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Theories and Methods in empirical Communication Research



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Methods in Empirical Communication Research

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 5672

Prüfungsnummer: 2400289

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0																			
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien		Fachgebiet: 2551																				
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS												
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	
semester	0	2	1																			

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Students will be - familiar with the implementation of complex research designs, - able to understand and apply different methods of multivariate analysis of quantitative data to answer their research questions, - able to interpret and explain the results of advanced statistical analyses.

### Vorkenntnisse

Basic knowledge in social science research methods and statistics (basic graduate level)

### Inhalt

The first part of the lecture deals with complex research designs, including the implementation of qualitative research methods. The seminar and the second part of the lecture will focus on theory and techniques of multivariate analysis of quantitative data (Regression Analysis, Analysis of Variance, Factor Analysis etc.). While the lecture gives an overview over the principles and statistical basics of the analysis, in the seminar these techniques are applied to specific research problems using real research data.

### Medienformen

PowerPoint presentations; downloadable material from the website

### Literatur

Berger, Arthur A. (2000): Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks, Calif. et.al.: Sage Publ. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2005): Using Multivariate Statistics (4 ed.). Boston, Mass. u.a.: Allyn and Bacon.

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Communications and Signal Processing 2008

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

## Modul: Module Political and International Communication

Modulnummer: 5671

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

X

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Political and International Communication



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## International & Intercultural Communication

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:Englisch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:ganzjährig

Fachnummer: 8330 Prüfungsnummer:2400290

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Leistungspunkte: 1	Workload (h):30	Anteil Selbststudium (h):19	SWS:1.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2552

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	0	1	0																														

### Lernergebnisse / Kompetenzen

By attending this seminar students will obtain basic knowledge of intercultural phenomena related to interpersonal and mass communication. Furthermore, students will be able to understand consequences of an increasingly global media culture as well as political aspects of intercultural and international communication (e. g. global news flow, world information order, digital divide). By getting insights into theories and methodology of related research fields students will gain the ability to approach questions of intercultural communication from an academic perspective.

### Vorkenntnisse

Interest in political and international communication

### Inhalt

The seminar International and Intercultural Communication provides an overview of basic concepts, theories and findings of communication research which focuses cross-cultural, cross-national or international subjects of scientific inquiry. Therefore, this seminar takes into account all three levels of intercultural communication: personal perceptions as well as interpersonal and mediated communication.

### Medienformen

Powerpoint slides, videos, audio

### Literatur

Requirements: List of references will be given by the beginning of the semester

### Detaillangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Political and International Communication



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Media, Communication and Politics

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Englisch

Pflichtkenn.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5670

Prüfungsnummer: 2400220

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				0	2	0																											

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Students will - have an advanced understanding of the functions of media in politics and society, - be able to reflect interdependencies of media and society by use of relevant and up-to-date theories, - be able to apply empirical methods to specific problems of public and political communication, - be aware of actual trends and developments in the media, - be able to evaluate the relevance of their knowledge for political and media practice.

### Vorkenntnisse

Basic knowledge of the media's role in democratic societies

### Inhalt

The lecture will examine the relations between media, politics and civil society. Thus it focuses on the intersections of this specific parts of society: media and communication during election periods; public deliberation of political, social, environmental problems; political participation and communication of citizens; free access to information; the role of media for social integration; media regulation; trends in media content like "politainment".

### Medienformen

PowerPoint presentations; downloadable material from the website

### Literatur

Comstock, G., & Scharrer, E. (Hrsg.) (2005): The Psychology of Media and Politics. Amsterdam, Boston, Heidelberg u.a.: Elsevier Academic Press. McNair, B. (1999): An Introduction to Political Communication (2 ed.). London, New York: Routledge. Perse, E. M. (2001): Media Effects and Society. Mahwah, NJ: Erlbaum.

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Communications and Signal Processing 2008
- Master Medientechnologie 2009
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010



## **Modul: Module Organisational Communication and Media Management**

Modulnummer: 5667

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

### Lernergebnisse

Dieses Modul wird nicht mehr angeboten. Bei Fragen wenden sie sich bitte an den Modulverantwortlichen oder das Prüfungsamt.

### Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

### Detailangaben zum Abschluss

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Organisational Communication and Media Management



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Media, Communication and Economy

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5666

Prüfungsnummer: 90302

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0																								
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556																								
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS																	
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	0	0																								

### Lernergebnisse / Kompetenzen

The aim of the course is to provide the students with a profound understanding of the interface of media, communication and economy. Students are supposed to learn about the economic aspects of the media (industry) as well as about the functions media fulfil in economy beyond the media branch. Besides applying this in-depth knowledge the participants of the course are to improve their analytical and problem solving skills on the fields of media management and management by media in order to understand and evaluate existing studies as well as to be able to design research agendas.

### Vorkenntnisse

Basic knowledge of media economics, media management, communication management

### Inhalt

The lecture analyses the interface of media, communication and economy and is divided into two main parts: The first part covers important aspects of media management and media economics and explores the interdependence of communicative and economic aspects of media. The second part of the lecture goes beyond the media industry and analyses the function media fulfil in the organizational communication management of enterprises (e.g. marketing, PR, innovation communication). The current state of research is discussed with respect to current trends in media and communication management.

### Medienformen

Presentation (powerpoint, pdf), other media

### Literatur

Albarran, A. & Chan-Olmstedt, S. (2006): Handbook of Media Management and Economics Doyle, G. (2002): Understanding Media Economics Greco, A. N. (2000): The Media and Entertainment Industries. Readings in Mass Communication Alexander, A. / Owers, J. & Carveth, R. (1993): Media Economics. Theory and Practice Journal of Media Economics The International Journal of Media Management New Media and Society

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Communications and Signal Processing 2008
- Master Medientechnologie 2009
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Organisational Communication and Media Management



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Organisational Communication and Public Relations

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5668

Prüfungsnummer: 90303

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551																					
SWS nach	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.FS														
Fach-	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
semester	2	0	0																					

### Lernergebnisse / Kompetenzen

This course provides the necessary background and basis to pursue further research in organisational communication and public relations. By the end of this course, students will be able to: - Compare and contrast major theories of organisational communication and public relations. - Define organisational/corporate culture, leadership, teamwork, and diversity, and discuss how they impact organisational/corporate communication. - Identify effective means of communicating in/of global organisations/corporations. - Critique an organisation's and/or corporate's communication system/structure, applying appropriate theories.

### Vorkenntnisse

General enrolment guidelines § 4 STO

### Inhalt

This course is an introduction to the field of organisational communication and public relations on an advanced level. It focuses on current trends and issues, major theories, and what types of research are done to study it.

### Medienformen

Presentations, slides, script

### Literatur

Will be provided in class.

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Communications and Signal Processing 2008
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010

## Modul: Module Communication and Technology

Modulnummer: 5664

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

### Lernergebnisse

Students...

- know the central research issues of communicating technology
- can understand and critically evaluate theories and studies of the field
- are able to conceptualize and conduct issue-specific studies
- can advice research & development organizations in communicating their issues more efficient and effective

### Vorraussetzungen für die Teilnahme

### Detailangaben zum Abschluss

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Communication and Technology



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Media, Communication and Technology

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5663

Prüfungsnummer: 90402

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2555

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	0	0																											

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Students... - know the central research issues of communicating technology - can understand and critically evaluate theories and studies of the field - are able to conceptualize and conduct issue-specific studies can advice research & development organizations in communicating their issues more efficient and effective

### Vorkenntnisse

none

### Inhalt

The course will presumably cover and discuss the following issues. Section 1: Foundations and issues - "It's all technology!" - fields of technology and specific communication issues - "Producers, users, and intermediaries" - basic actors in technology communication Section 2: Personal and public perception of technology - "Smoking doesn't affect my life expectancy" - personal risk perception - "Technology and German Angst" - public opinion and technology Section 3: Diffusion and communication of innovations - "From mobile to iPhone" - media as innovations - "I saw it on TV" - media as diffusion channels - "Where's the VCR manual?" - technical communication Section 4: Journalism and communication of technology - "We need another story on dinosaurs" - public communication of science and technology: science journalism - "Emancipating and empowering patients" - health communication and public campaigns Section 5: Technology in organizational communication - "Frankly speaking" - risk and crisis in organizational communication - "Siemens will save the world" - communicating ecological and social issues: corporate social responsibility (CSR)

### Medienformen

Presentation, downloadable documents, discussion, role-playing, study groups

### Literatur

Will be provided in class

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Communications and Signal Processing 2008
- Master Medientechnologie 2009
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Module Communication and Technology



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Psychology of Technology

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5665	Prüfungsnummer: 90403
------------------	-----------------------

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2554

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
2	0	0																												

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die grundlegenden physikalischen Prinzipien insbesondere der statistischen Physik, Elektrodynamik und Quantenphysik, die in den vielfältigen Lebensprozessen auf molekularer, zellulärer und histologischer Ebene zum Tragen kommen. Sie können ausgewählte Beispiele von Biosystemen theoretisch modellieren und am Computer simulieren.

### Vorkenntnisse

Statistische Physik, Elektrodynamik, Quantenmechanik (BSc)

### Inhalt

Photosynthese: Anregungstransfer, Elektronentransfer, Protonentransport  
Molekulare Motoren: Feynman-Smoluchowski Ratsche, Schaltbare Moleküle, ATP-synthase, Muskelaufbau und -funktionsweise  
Bioelektrizität: Membranen und Ionenkanäle, Hodgkins-Huxley Model, FitzHugh-Nagumo Modell, Herzrhythmusstörungen  
Ökologie: Räuber-Beute Modelle

### Medienformen

Tafel, Beamer, wissenschaftliche Artikel

### Literatur

E. Sackmann, R. Merkel: Lehrbuch der Biophysik, Wiley VCH 2010

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Communications and Signal Processing 2008
- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Forschungsmodule

## Forschungsmodul 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:unbekannt

Fachnummer: 5657

Prüfungsnummer:91000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 14	Workload (h):420	Anteil Selbststudium (h):375	SWS:4.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2555

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	0	4	0																														

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Students learn to identify relevant research questions, develop appropriate theoretical foundations, and overview current research literature. They learn to conceptualize and conduct applied or academic research projects applying empirical methods or other epistemic approaches. Finally students learn how to analyze, present, and critically discuss study results.

### Vorkenntnisse

Basic knowledge of communication studies, the specific research topic and the methods applied.

### Inhalt

The course comprises two semesters in which a complete and realistic research project is planned, conceptualized, conducted, analysed, and presented in a professional fashion. Students actively collaborate in all project phases.

### Medienformen

All media and collaborative platforms can be used.

### Literatur

Literature depends on the issue under analysis and is announced in the course and/or researched by students.

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2011
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Forschungsmodule



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Forschungsmodul 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 5657	Prüfungsnummer: 92000
------------------	-----------------------

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 14	Workload (h): 420	Anteil Selbststudium (h): 375	SWS: 4.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2555

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				0	4	0																											

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Students learn to identify relevant research questions, develop appropriate theoretical foundations, and overview current research literature. They learn to conceptualize and conduct applied or academic research projects applying empirical methods or other epistemic approaches. Finally students learn how to analyze, present, and critically discuss study results.

### Vorkenntnisse

Basic knowledge of communication studies, the specific research topic and the methods applied.

### Inhalt

The course comprises two semesters in which a complete and realistic research project is planned, conceptualized, conducted, analysed, and presented in a professional fashion. Students actively collaborate in all project phases.

### Medienformen

All media and collaborative platforms can be used.

### Literatur

Literature depends on the issue under analysis and is announced in the course and/or researched by students.

### Detailangaben zum Abschluss

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2011
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015



**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Vertiefungsmodul 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 93000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 98	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
	0	2	0																														

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissen in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

### Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

### Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

### Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

### Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

### Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010
- Master Medienwirtschaft 2011
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Vertiefungsmodul 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganztätig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 94000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 98	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	0	2	0																														

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissen in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

### Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

### Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

### Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

### Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

### Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010
- Master Medienwirtschaft 2011
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Vertiefungsmodul 3

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganztätig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 95000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 98	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				0	2	0																											

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissen in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

### Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

### Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

### Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

### Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

### Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010
- Master Medienwirtschaft 2011
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015

**ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!**

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009

Modul: Vertiefungsmodule



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
ILMENAU

## Vertiefungsmodul 4

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5675

Prüfungsnummer: 96000

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 98	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2557

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				0	2	0																											

### Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr allgemeines Theorie- und Methodenwissen in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie

- zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie
- zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

### Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse

### Inhalt

Die Studierenden vertiefen und erweitern ihr Grundlagenwissen zu spezifischen Themenbereichen.

### Medienformen

Folien, Tafelbilder, Beamer, IT-Anwendungen

### Literatur

Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

### Detailangaben zum Abschluss

alternative/sonstige Prüfungsleistung

### verwendet in folgenden Studiengängen:

- Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2009
- Master Medienwirtschaft 2010
- Master Medienwirtschaft 2011
- Master Medienwirtschaft 2014
- Master Medienwirtschaft 2015

## **Modul: Modul Master-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium**

Modulnummer: 5661

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

### Lernergebnisse

Students prove that they are able to solve a problem on their own within a specific time frame by applying scientific (mostly quantitative or qualitative empirical) methods.

### Voraussetzungen für die Teilnahme

The master thesis concludes the program. Therefore, all other lectures and exams should be finished successfully.

### Detailangaben zum Abschluss

## Abschlusskolloquium

Fachabschluss: Prüfungsleistung mündlich 45 min Art der Notengebung: Gestufte Noten  
 Sprache: Deutsch auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 7531 Prüfungsnummer: 99002

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 10	Workload (h): 300	Anteil Selbststudium (h): 289	SWS: 1.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	1	0																					

### Lernergebnisse / Kompetenzen

The students have successfully presented and discussed the results of their thesis.

### Vorkenntnisse

written thesis

### Inhalt

### Medienformen

### Literatur

### Detailangaben zum Abschluss

The final presentation of the thesis lasts 45 minutes and starts with a max. 20 minutes presentation followed by an up to 25 minutes discussion. The presentation should give an overview of the thesis and should refer especially to the critique given by your mentors before in their evaluation of your written thesis.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009  
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2011  
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

## Masterarbeit, Kandidatenseminar

Fachabschluss: Masterarbeit schriftlich 6 Monate Art der Notengebung: Generierte Note mit  
 Sprache: Deutsch und Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5662 Prüfungsnummer: 99001

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 20 Workload (h): 600 Anteil Selbststudium (h): 600 SWS: 0.0  
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2556

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							900 h																										

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

The master thesis concludes the whole study. Therefore, all other lectures should be finished successfully.

Inhalt

Medienformen

-

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2009  
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2011  
 Master Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013





## **Glossar und Abkürzungsverzeichnis:**

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objektypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung, Lehrveranstaltung, Unit)