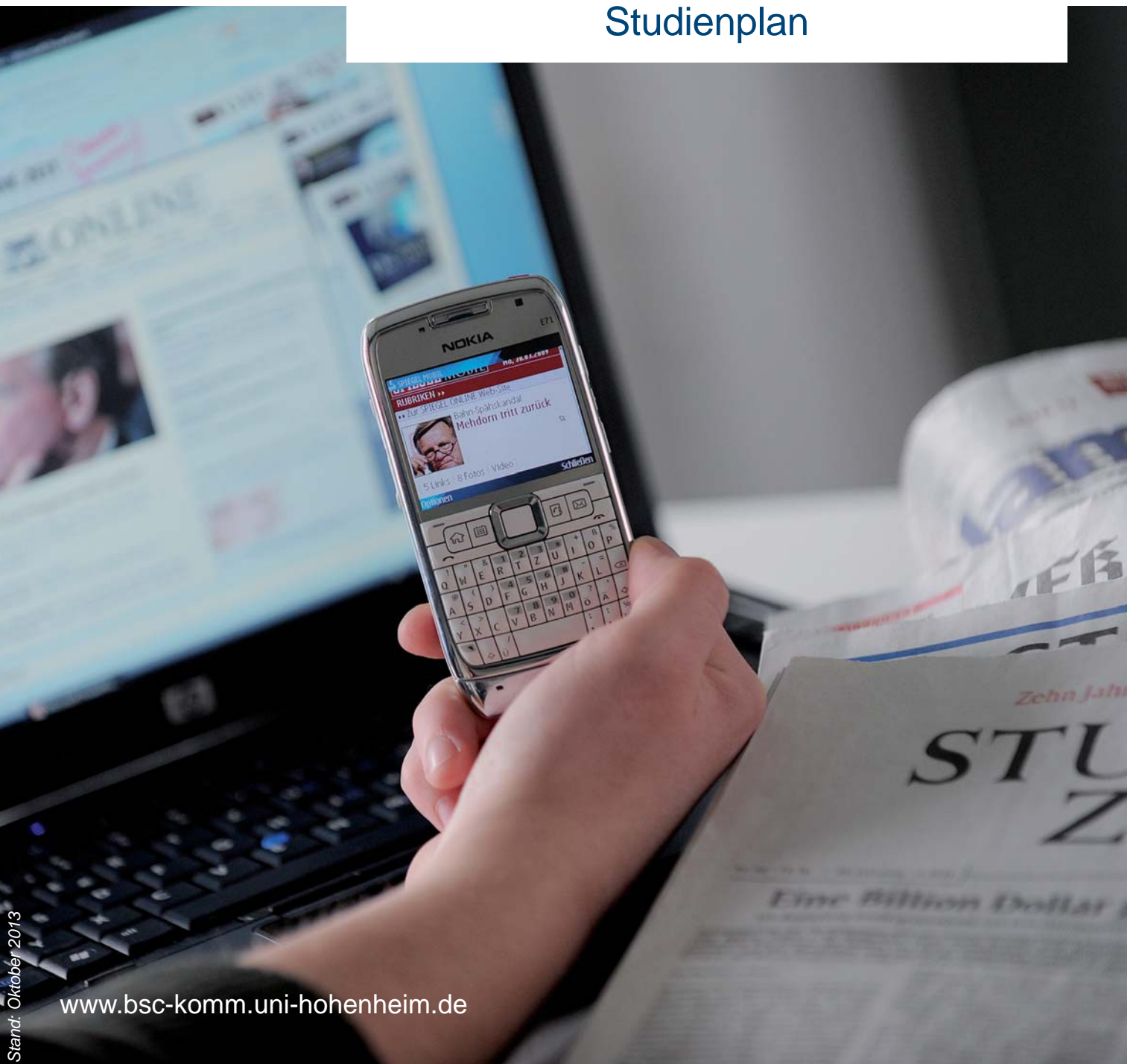


# KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Bachelor of Arts

## Studienplan



***Rechtlich bindend sind die geltende Prüfungsordnung und Studienordnung.***

*Grundlage des vorliegenden Studienplans ist die aktuelle Prüfungsordnung der Universität Hohenheim für den Bachelor-Studiengang Kommunikationswissenschaft vom 21.11.2012 (Amtliche Mitteilung Nr. 788) sowie alle Satzungen zur Änderung der Prüfungsordnung (Nr. 815 vom 30.03.2012, Nr. 855 vom 30.08.2012, Nr. 862 vom 19.11.2012 und Nr. 895 vom 21.05.2013).*

*Diese Version des Studienplans finden Sie auch online unter [www.wiso.uni-hohenheim.de/studienplaene](http://www.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 DEN STUDIENGANG

## Informationsmöglichkeiten

Grundlegende Informationen über Studieninhalte, Studienaufbau, Studienablauf, Bewerbung und Prüfungsangelegenheiten erhalten Studieninteressierte und Studierende im **Studieninformationszentrum (SIZ)** oder bei der **Zentralen Studienberatung (ZSB)**. Über die beruflichen Einsatzmöglichkeiten und alle Fragen rund um den Berufseinstieg informiert und berät außerdem das **C@reerCenter Hohenheim** oder das Team akademische Berufe (Arbeitsagentur).

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 Vertiefungsstudium betrifft, wird durch die **Fachstudienberater** der Institute durchgeführt.

## Ziele des Bachelor-Studiums Kommunikationswissenschaft

Die Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich mit allen Formen der Massenkommunikation und der öffentlichen Individualkommunikation (zum Beispiel in Online-Foren). Das Ziel des Bachelor-Studiengangs besteht darin, die Grundlagen und Probleme von Medien und Kommunikation zu erkennen, sie darzustellen und mit wissenschaftlichen Arbeitsmethoden zu analysieren und zu lösen.

Die Ziele des Studiums bestehen,

- in dem Erwerb von Kenntnissen über Institutionen, Strukturen und Prozesse der öffentlichen Kommunikation sowie der Einsicht in die komplexen kommunikativen, ökonomischen und gesellschaftlichen Vorgänge,
- in dem Erwerb von Kenntnissen über Strategien und Techniken sowie Formen und Inhalte menschlicher und massenmedialer Kommunikation,
- in dem Erwerb von speziellen Kenntnissen über die Medien in der Gesellschaft, ihre wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen und politischen Funktionen.

## **Grundzüge des Bachelor-Studiums Kommunikationswissenschaft**

Das Lehrangebot des Bachelor-Studiengangs Kommunikationswissenschaft umfasst die Vermittlung von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen, empirisch-analytischen Arbeitsmethoden und sozial- und geisteswissenschaftlichen Zusammenhängen der Medien-, Kommunikations-, Informations- und Wissensgesellschaft. Das Lehrangebot ist interdisziplinär, theorie- und anwendungsorientiert angelegt.

Im Kern wird das Lehrangebot von den sechs kommunikationswissenschaftlichen Fachgebieten der Universität Hohenheim getragen. In deren Mittelpunkt steht die sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit Medien und Kommunikation. Dabei wird zum einen untersucht, wie die Massenmedien arbeiten und ihre Inhalte gestalten. Zum anderen wird untersucht, wie die Medien genutzt werden und welche Wirkungen sie hervorrufen.

Der Studiengang Kommunikationswissenschaft integriert Angebote der allgemeinen Kommunikationswissenschaft und sozialwissenschaftlichen Methodenlehre mit ergänzenden Lehrveranstaltungen aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Politikwissenschaft. Die Lehrangebote werden von den Universitäten Hohenheim und Stuttgart erbracht.

# BERUFSVORBEREITENDER UND BERUFS- QUALIFIZIERENDER ABSCHLUSS

Der Bachelor-Studiengang Kommunikationswissenschaft bereitet auf alle beruflichen Tätigkeiten in den Medien vor, ebenso auf alle Tätigkeiten, die eine Zusammenarbeit mit den Medien erfordern.

Mögliche Berufsfelder sind:

- Kommunikationsmanagement und Öffentlichkeitsarbeit
- Werbung
- Politikberatung
- Verlags- und Medienmanagement
- Journalismus
- Markt-, Medien- und Meinungsforschung
- Online-Branche

Das Studium vermittelt Grundlagenwissen und Schlüsselqualifikationen, die auf berufliche Tätigkeiten rund um Kommunikation und Medien zugeschnitten sind. Hierzu zählt Wissen um die Funktionsweise von Medien sowie über zwischenmenschliche und öffentliche Kommunikation. Dieses Wissen ist in der Mediengesellschaft unabdingbar für erfolgreiches Handeln von Unternehmen und Organisationen. Darüber hinaus vermittelt das Studium strategische und operative Kommunikationskompetenzen, die im Vertiefungsstudium berufsfeldspezifisch in den Feldern Markt- und Mediaforschung, Public Relations, Politische Kommunikation, Management der Öffentlichkeit und Medienpsychologie vertieft werden. Flankiert werden diese Qualifikationen durch die Vermittlung von Schlüssel- sowie grundlegenden Methoden- und Problemlösungskompetenzen.

Es ist von Vorteil, bereits früh praktische Erfahrungen in den angestrebten Berufsbereichen zu sammeln. Deswegen ist ein achtwöchiges, dem Studienziel dienendes Praktikum Teil der Studienanforderungen. Dieses kann vor oder begleitend zum Studium erbracht werden.

## **Master-Studiengänge in der Kommunikationswissenschaft**

An der Universität Hohenheim werden zwei viersemestrige Master-Studiengänge angeboten, die vertiefende kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, Methoden und Anwendungsbereiche vermitteln. Die Masterprogramme haben folgende fachliche Schwerpunkte:

- der Schwerpunkt „Empirische Kommunikationswissenschaft“ behandelt Prozesse öffentlicher Kommunikation in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft vor dem Hintergrund der Dynamiken von Mediengesellschaft und Globalisierung;
- der Schwerpunkt „Kommunikationsmanagement“ behandelt Rahmenbedingungen, Grundlagen, Konzepte und Techniken strategischer und taktischer Kommunikation in verschiedenen organisatorischen und individuellen Anwendungskontexten.

## **ALLGEMEINE STUDIENVORAUSSETZUNGEN DES BACHELOR-STUDIENGANGS**

Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums sind neben den formalen Erfordernissen (Hochschulreife usw.) das Interesse an Medien und Journalismus, Medienpolitik, Kommunikationsforschung und -theorie sowie die Fähigkeit zum analytischen Denken und dem damit verbundenen Einsatz quantitativer Methoden.

Wünschenswert sind gute Kenntnisse der englischen Sprache. Es liegen zwar in ausreichender Zahl deutschsprachige Lehrbücher vor; die Durchdringung von Spezialproblemen wird jedoch ohne ausreichende Kenntnis der englischen Sprache sehr erschwert.

# STRUKTUR DES BACHELOR-STUDIENGANGS

## **Leistungspunktesystem**

Das Studium ist nach einem Leistungspunktesystem aufgebaut, das dem European Credit Transfer System (ECTS) entspricht. Bewertungsrelevante Leistungen werden studienbegleitend erbracht, was bedeutet, dass die Note der Bachelor-Prüfung durch die Leistungen in verschiedenen Semestern aufgebaut wird. Anhand eines Studienkontoauszugs (erhältlich im SIZ), der alle erworbenen Leistungspunkte mit den zugehörigen Noten aufführt, kann der individuelle Leistungsstand sowie die Notenentwicklung laufend kontrolliert werden.

Die spezielle Konstruktion des Leistungspunktesystems stellt sicher, dass insbesondere auch das universitätstypische Denken in fachübergreifenden Zusammenhängen gefördert und honoriert wird.

Für Studierende, die von und zu anderen Universitäten wechseln oder ein (Auslands-) Gastsemester absolvieren, werden anererkennungsfähige Leistungen nach einem Anrechnungssystem anerkannt. Auswärtige Studierende können die in Hohenheim erworbenen Leistungspunkte nach dem ECTS-Verfahren in das Anrechnungssystem ihrer Heimatuniversität einbringen.

## **Bachelor-Studiengang**

Der Bachelor-Studiengang umfasst ein Grund- und Vertiefungsstudium von jeweils drei Semestern. Ziel des Grundstudiums ist der Erwerb von Grundlagenkenntnissen in den Fächern Kommunikationswissenschaft, Medienwirkungsforschung, Kommunikationspolitik, Onlinekommunikation, Journalistik sowie Werbung. Zudem werden relevante Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft und Statistik in Methodenprojekten angewendet. Hinzu kommen Lehrangebote aus den Wirtschaftswissenschaften und aus der Politikwissenschaft.

Das Vertiefungsstudium besteht aus drei Wahlpflichtmodulen, die aus den fünf angebotenen Profildbereichen Markt- und Mediaforschung, Public Relations, Politische Kommunikation, Management der Öffentlichkeit und Medienpsychologie gewählt werden, und aus zwei Vertiefungsmodulen in den Bereichen Wirtschafts- und Politikwissenschaften. Darüber hinaus trainieren die Studierenden im Rahmen des Vertiefungsstudiums allgemeine und fachbezogene Soft Skills in Schlüsselkompetenz-Seminaren, die sie selbst nach ihrem Schwerpunkt wählen.

Im Grundstudium ist eine studienbegleitende Orientierungsprüfung abzulegen, die zur Fortführung des Studiums berechtigt. Das Vertiefungsstudium wird mit der Bachelorarbeit abgeschlossen. Für den Studiengang ist eine dem Studienziel dienende praktische Tätigkeit im Umfang von mindestens acht Wochen während der vorlesungsfreien Zeit zu absolvieren.



# AUFBAU DES BACHELOR-STUDIENGANGS

	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS
<b>GRUNDSTUDIUM</b>					
<b>1</b>	<b>Grundlagen 1</b>	<b>Grundlagen 2</b>	<b>Grundlagen 3</b>	<b>Grundlagen 4</b>	<b>Grundlagen 5</b>
	Einführung in die Kommunikationswissenschaft	Einführung in die Forschungsmethoden und wiss. Arbeiten	Einführung in die Medienwirkungsforschung	Einführung in die Journalistik	Einführung in die Politikwissenschaft: System der BRD
<b>2</b>	<b>Methoden 1</b>	<b>Methoden 3</b>	<b>Grundlagen 6</b>	<b>Journalistik 1</b>	<b>Grundlagen 7</b>
	Methoden-Kompetenz: Grundlagen der Datenerhebung	Methoden-Kompetenz Vertiefung  (1 aus Angebot A/B/C/D)	Einführung in die Kommunikationspolitik und Mediensystem der BRD	Journalistische Vertiefung <i>ODER</i> Journalistische Praxis	Einführung in die Onlinekommunikation
<b>3</b>	<b>Methoden 2</b>		<b>Grundlagen 8</b>	<b>Journalistik 2</b>	<b>Grundlagen 9</b>
	Methoden-Kompetenz: Grundlagen der Datenauswertung	Betriebswirtschaftliche Analyse und Entscheidung	Journalistische Praxis <i>ODER</i> Journalistische Vertiefung	Grundlagen der Werbung	
<b>VERTIEFUNGSTUDIUM</b>					
<b>4</b>	<b>Profilbereich Teil 1</b>			<b>Praktikum</b>	
	Profilbereich 1 aus PR Markt- & Mediaforschung Polit. Kommunikation Management der Öffentlichkeit Medienpsychologie	Profilbereich 2 aus PR Markt- & Mediaforschung Polit. Kommunikation Management der Öffentlichkeit Medienpsychologie	Profilbereich 3 aus PR Markt- & Mediaforschung Polit. Kommunikation Management der Öffentlichkeit Medienpsychologie	8 Wochen betriebliches Praktikum	
<b>5</b>	<b>Profilbereich Teil 2</b>			<b>Vertiefung 1</b>	<b>Vertiefung 2</b>
	Profilbereich 1 aus PR Markt- & Mediaforschung Polit. Kommunikation Management der Öffentlichkeit Medienpsychologie	Profilbereich 2 aus PR Markt- & Mediaforschung Polit. Kommunikation Management der Öffentlichkeit Medienpsychologie	Profilbereich 3 aus PR Markt- & Mediaforschung Polit. Kommunikation Management der Öffentlichkeit Medienpsychologie	Politikwissenschaft oder Wirtschaftswissenschaft	Politikwissenschaft oder Wirtschaftswissenschaft
<b>6</b>	<b>Schlüsselkompetenz 1</b>	<b>Schlüsselkompetenz 2</b>	<b>Kolloquium</b>	<b>Bachelor-Arbeit</b>	
	Soft Skills	Fachbezogene Skills	Kolloquium	BA-Arbeit	

# PRÜFUNGSANFORDERUNGEN

*Aus der Prüfungsordnung für den Bachelor-Studiengang Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim vom 21.11.2012. Für einen erfolgreichen Studienverlauf ist die Kenntnis und Einhaltung der Regelungen der Prüfungsordnung zwingend erforderlich!*

## **Zweck und Durchführung der Orientierungsprüfung (§ 14 PO)**

- 1) Mit der Orientierungsprüfung soll frühzeitig festgestellt werden, ob die Anfangsleistungen im Studium für die Fortsetzung und den Abschluss des Grundstudiums erfolversprechend sind.
- 2) Die Orientierungsprüfung wird studienbegleitend abgelegt. Sie ist bestanden, wenn die Prüfungsleistungen in folgenden sieben Modulen des Grundstudiums gemäß Studienplan bis zum Ende des zweiten Fachsemesters nachgewiesen wurden:
  - Pflichtmodul Grundlagen 1 „Einführung in die Kommunikationswissenschaft“
  - Pflichtmodul Grundlagen 2 „Einführung in Forschungsmethoden und wissenschaftliches Arbeiten“
  - Pflichtmodul Grundlagen 3 „Einführung in die Medienwirkungsforschung“
  - Pflichtmodul Grundlagen 4 „Einführung in die Journalistik“
  - Pflichtmodul Grundlagen 5 „Einführung in die Politikwissenschaft“
  - Pflichtmodul Grundlagen 6 „Einführung in Kommunikationspolitik und Mediensystem der BRD“
  - Pflichtmodul Grundlagen 7 „Einführung in die Onlinekommunikation“
- 3) Die Orientierungsprüfung soll bis zum Ende des zweiten Semesters abgelegt sein. Wer diese Frist überschreitet, erhält einen schriftlichen Hinweis mit dem drohenden Verlust des Prüfungsanspruches nach dem dritten Semester.
- 4) Die Prüfungsleistungen für die Orientierungsprüfung können bis zum Ende des dritten Fachsemesters jeweils nur einmal wiederholt werden.

## Zulassung zu Prüfungsleistungen (§ 15 PO)

Zu Modulprüfungen kann nur zugelassen werden, wer

- in dem Semester, in welchem die Modulprüfung abgelegt werden soll, im Bachelor-Studiengang „Kommunikationswissenschaft“ an der Universität Hohenheim immatrikuliert ist,
- in einem Magister-, Master-, Diplom- oder Bachelor-Studiengang „Kommunikationswissenschaft“ an einer deutschen Universität oder gleichgestellten Hochschule sich weder in einem laufenden Prüfungsverfahren befindet, noch die Orientierungsprüfung oder eine Vorprüfung oder eine Abschlussprüfung endgültig nicht bestanden, noch den Prüfungsanspruch verloren hat,
- sich fristgerecht gemäß § 7 Absatz 5 zur Prüfung angemeldet hat und
- etwaige für die Zulassung gemäß Modulhandbuch erforderlichen Teilleistungen i.S.d. § 10 nachgewiesen hat.

Die Anmeldung auf Zulassung zu einer Prüfung ist online beim **Prüfungsamt** während der Anmeldefrist zu tätigen.

## **Wiederholung von Modulprüfungen (§ 16 PO)**

- 1) Eine nicht bestandene oder als nicht bestanden geltende Modulprüfung kann einmal wiederholt werden, in insgesamt zwei Modulen ist eine zweite Wiederholung möglich (Regelungen bezüglich der Orientierungsprüfung in § 14 sind zu beachten).
- 2) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Teilen, müssen alle Teilleistungen der nicht bestandenen Modulprüfung wiederholt werden.
- 3) Die Wiederholungen der Modulprüfungen sind so bald als möglich abzulegen, spätestens im nächsten Prüfungszeitraum, in dem die jeweilige Modulprüfung angeboten wird. Die Frist beginnt mit der Bekanntgabe der Noten, bei der auf die Wiederholungsmöglichkeiten und -fristen hinzuweisen ist.

## **Betriebliches Praktikum (§ 6 PO, § 18 PO)**

- 1) Im Rahmen des Pflichtmoduls „Praktikum“ ist begleitend zum Studium ein dem Studienziel dienendes Berufspraktikum im Umfang von insgesamt acht Wochen zu erbringen. Das Pflichtmodul „Praktikum“ hat einen Umfang von 12 Credits und besteht aus einem berufspraktischen Teil gemäß § 3 Abs. 7. Es wird mit einem unbenoteten Praktikumsbericht als Prüfungsleistung abgeschlossen. Der Praktikumsbericht wird von einer oder einem Praktikumsbetreuer/in anerkannt.
- 2) Einschlägige berufspraktische Tätigkeiten, die vor Beginn des Studiums geleistet wurden, können im Rahmen des Pflichtmoduls „Praktikum“ anerkannt werden (soweit sie den Anforderungen der PO § 3 Absatz 7 entsprechen).

## **Bachelor-Arbeit (§ 19)**

1) Die Bachelor-Arbeit ist im Rahmen des Moduls „Bachelor-Arbeit“ anzufertigen. Die Bachelor-Arbeit soll zeigen, dass die zu prüfende Person 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 schriftlich angemessen darzustellen.

2) Zum Modul „Bachelor-Arbeit“ kann nur zugelassen werden, wer

- den erforderlichen Erwerb von 138 Leistungspunkten nachweist,
- die Bachelor-Arbeit im eingeschriebenen Studiengang nicht bereits endgültig nicht bestanden hat und sich nicht in einem anderen Prüfungsverfahren befindet,
- den Prüfungsanspruch im eingeschriebenen Studiengang nicht verloren hat.

Der Antrag auf Zulassung zur Bachelor-Arbeit ist schriftlich über das Prüfungsamt an den Prüfungsausschuss zu stellen. Dem Antrag sind beizufügen:

- der Nachweis über das Vorliegen der in Absatz 2 genannten Zulassungsvoraussetzungen,
- eine Erklärung darüber, ob bereits eine Bachelor-Arbeit im eingeschriebenen Studiengang nicht oder endgültig nicht bestanden wurde oder ob der Prüfling sich in einem anderen Prüfungsverfahren befindet.

3) Die Bachelor-Arbeit kann von Professorinnen und Professoren, Hochschul- oder Privatdozentinnen und -dozenten ausgegeben und betreut werden. Das Thema wird von der oder dem Prüfenden festgelegt. Der zu prüfenden Person kann die Gelegenheit gegeben werden, ein Thema vorzuschlagen. Auf Antrag sorgt die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses dafür, dass die zu prüfende Person spätestens innerhalb eines Monats ein Thema erhält. Die zu prüfende Person beantragt die Vergabe der Arbeit beim Prüfungsamt. Arbeitsthema und Datum der Ausgabe sind von der betreuenden Person beim Prüfungsamt aktenkundig zu machen.

- 4) Die Bearbeitungszeit beträgt maximal drei Monate ab dem Vergabetermin. In begründeten Ausnahmefällen kann der Prüfungsausschuss auf Antrag die Bearbeitungszeit um maximal vier Wochen verlängern. Das Thema kann nur einmal unter Angabe eines sachlichen Grundes und nur innerhalb des ersten Monats der Bearbeitungszeit zurückgegeben werden.
- 5) Die Bachelor-Arbeit ist wahlweise in deutscher oder, mit Einverständnis der Betreuerin bzw. des Betreuers, in englischer Sprache abzufassen. Auf Antrag kann der Prüfungsausschuss eine andere Sprache zulassen, wenn das schriftliche Einverständnis der Prüfenden vorliegt.
- 6) Die Arbeit ist fristgerecht beim Prüfungsamt gebunden (Klebebindung) und in zweifacher Ausfertigung abzugeben. Sie ist mit einer Erklärung der Verfasserin oder des Verfassers zu versehen, dass die Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst wurde. Alle Stellen der Arbeit, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder aus anderen fremden Mitteilungen entnommen wurden, sind als solche einzeln kenntlich zu machen. Ferner ist zu erklären, dass die Arbeit noch nicht in einem anderen Studiengang als Prüfungsleistung verwendet wurde. Zusätzlich ist dem Prüfungsamt eine Fassung der Bachelor-Arbeit auf einem elektronischen Datenträger (CD/DVD) abzugeben, die anhand einer Analyse-Software auf Plagiate überprüft werden kann.

## 1. SEMESTER

<b>Modul</b>	<b>Art der Veranstaltung</b>	<b>Modulabschluss Verbindlichkeit</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungspunkte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltung</li> </ul>				
<hr/>				
<b>Modul Grundlagen 1</b>				
(verantwort.: Schweiger)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 1: Einführung in die Kommunikationswissenschaft</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<hr/>				
<b>Modul Grundlagen 2</b>				
(verantwort.: Trepte)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 2: Einführung in Forschungsmethoden und wissenschaftliches Arbeiten</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<hr/>				
<b>Modul Grundlagen 3</b>				
(verantwort.: Brettschneider)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 3: Einführung in die Medienwirkungsforschung</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<hr/>				
<b>Modul Grundlagen 4</b>				
(verantwort.: Mast)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 4: Einführung in die Journalistik</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<hr/>				
<b>Modul Grundlagen 5</b>				
(verantwort.: Vetter)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 5: Einführung in die Politikwissenschaft: System der BRD</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<hr/>				

## 2. SEMESTER

<b>Modul</b> • Lehrveranstaltung	<b>Art der Veranstaltung</b>	<b>Modulabschluss</b> <b>Verbindlichkeit</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungspunkte</b>
<b>Modul Methoden 1</b> (verantw.: Brettschneider, Schenk)				
• <b>P-M 1a: Methoden-Kompetenz Grundlagen Datenerhebung</b>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	2	6 LP
<b>Modul Methoden 3 – Teil 1</b> (verantw.: Scheufele, Schweiger, Brettschneider, Schenk)				
• <b>WP-M 2: Methoden-Kompetenz Vertiefung – Teil 1</b> (1 aus Angebot A/B/C/D) <sup>A)</sup>	Übung	Wahlpflicht	3	<sup>A)</sup>
<b>Modul Grundlagen 6</b> (verantw.: Scheufele)				
• <b>P-G 6: Einführung in Kommunikationspolitik und Mediensystem der BRD</b>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<b>Modul Journalistik 1</b> (verantw.: Mast) <sup>B)</sup>				
• <b>P-J 1: Journalistische Vertiefung</b> <i>ODER</i>	Übung	Pflicht	2	6 LP
• <b>P-J 2: Journalistische Praxis</b>	Übung	Pflicht		
<b>Modul Grundlagen 7</b> (verantw.: N.N.)				
• <b>P-G 7: Einführung in die Onlinekommunikation</b>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<b>Modul Humboldt Reloaded</b> <sup>C)</sup>				
• <b>Humboldt Reloaded-Projektseminar</b>	Übung	Wahl	2	6 LP

<sup>A)</sup> Wahlpflichtmodul mit konsekutiven Veranstaltungen. Die Studierenden wählen im 2. FS eine Veranstaltung aus den Angeboten A bis D und besuchen verpflichtend die Veranstaltung dieses Angebots auch im 3. FS. Ein Wechsel von einem der vier Angebote auf ein anderes vom 2. FS auf das 3. FS ist nicht möglich.

**Beispiel:** Ein/e Studierende/r wählt im 2. FS Angebot B und besucht daher Veranstaltung B (Teil 1) im 2. FS und Veranstaltung B (Teil 2) im 3. FS. Bei der Zuteilung auf die vier Angebote werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch das Institut für Kommunikationswissenschaft. Teil 1 und 2 ergeben insgesamt 12 ECTS.

<sup>B)</sup> Die Studierenden besuchen entweder im 2. FS das Modul P-J 1 und im 3. FS das Modul P-J 2 *ODER* umgekehrt. Bei der Zuteilung auf die beiden Optionen (Option A: „2. FS: P-J 1 / 3. FS P-J 2“ und Option B „2. FS P-J 2 / 3. FS P-J 1“) werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch das FG Journalistik.

<sup>C)</sup> Das Wahlmodul Humboldt Reloaded kann anstatt des Wahlpflichtmoduls Schlüsselkompetenz 2 „Fachbezogene Schlüsselkompetenz“ im 6. Semester besucht werden.



### 3. SEMESTER

<b>Modul</b>	<b>Art der Veranstaltung</b>	<b>Modulabschluss Verbindlichkeit</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungspunkte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Lehrveranstaltung</b></li> </ul>				
<b>Modul Methoden 2</b>				
(verantwort.: Scheufele, Schweiger)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-M 1b: Methoden-Kompetenz Grundlagen Datenauswertung</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	2	6 LP
<b>Modul Methoden 3 – Teil 2</b>				
(verantwort.: Scheufele, Schweiger, Brettschneider, Schenk)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>WP-M 2: Methoden-Kompetenz Vertiefung – Teil 2</b> (1 aus Angebot A/B/C/D, so wie im 2. FS gewählt) <sup>A)</sup></li> </ul>	Übung	Wahlpflicht	3	12 LP <sup>A)</sup>
<b>Modul Grundlagen 8</b>				
(verantwort.: Troßmann)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 8: Betriebswirtschaftliche Analyse und Entscheidung</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<b>Modul Journalistik 2</b>				
(verantwort.: Mast) <sup>B)</sup>				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-J 2: Journalistische Praxis</b> <i>ODER</i></li> </ul>	Übung	Pflicht	2	6 LP
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-J 1: Journalistische Vertiefung</b></li> </ul>	Übung	Pflicht		
<b>Modul Grundlagen 9</b>				
(verantwort.: Schenk)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-G 9: Grundlagen der Werbung</b></li> </ul>	Vorlesung/ Übung	Pflicht	3	6 LP
<b>Modul Humboldt Reloaded <sup>C)</sup></b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Humboldt Reloaded-Projektseminar</b></li> </ul>	Übung	Wahl	2	6 LP

<sup>A)</sup> Wahlpflichtmodul mit konsekutiven Veranstaltungen. Die Studierenden wählen im 2. FS eine Veranstaltung aus den Angeboten A bis D und besuchen verpflichtend die Veranstaltung dieses Angebots auch im 3. FS. Ein Wechsel von einem der vier Angebote auf ein anderes vom 2. FS auf das 3. FS ist nicht möglich.

**Beispiel:** Ein/e Studierende/r wählt im 2. FS Angebot B und besucht daher Veranstaltung B (Teil 1) im 2. FS und Veranstaltung B (Teil 2) im 3. FS. Bei der Zuteilung auf die vier Angebote werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch das Institut für Kommunikationswissenschaft. Teil 1 und 2 ergeben insgesamt 12 ECTS.

<sup>B)</sup> Die Studierenden besuchen entweder im 2. FS das Modul P-J 1 und im 3. FS das Modul P-J 2 *ODER* umgekehrt. Bei der Zuteilung auf die beiden Optionen (Option A: „2. FS: P-J 1 / 3. FS P-J 2“ und Option B „2. FS P-J 2 / 3. FS P-J 1“) werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch das FG Journalistik.

<sup>C)</sup> Das Wahlmodul Humboldt Reloaded kann anstatt des Wahlpflichtmoduls Schlüsselkompetenz 2 „Fachbezogene Schlüsselkompetenz“ im 6. Semester besucht werden.

#### 4. SEMESTER

<i>Modul</i> • Lehrveranstaltung	Art der Veranstaltung	Modulabschluss Verbindlichkeit	SWS	Leistungspunkte
<b>Module im Profildbereich – Teil 1</b> (3 aus 5) (verantwort.: Schenk, Mast, Brettschneider, Scheufele, Trepte) <sup>c)</sup>				
<b>WP-P 1a: Profildbereich 1 – Teil 1</b> <sup>c)</sup> • <b>Markt- und Mediaforschung</b> (Schenk) <i>ODER</i> • <b>Public Relations</b> (Mast) <i>ODER</i> • <b>Politische Kommunikation</b> (Brettschneider) <i>ODER</i> • <b>Management der Öffentlichkeit</b> (Scheufele) <i>ODER</i> • <b>Medienpsychologie</b> (Trepte)	Vorlesung/ Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<b>WP-P 2a: Profildbereich 2 – Teil 1</b> <sup>c)</sup> • <b>Markt- und Mediaforschung</b> (Schenk) <i>ODER</i> • <b>Public Relations</b> (Mast) <i>ODER</i> • <b>Politische Kommunikation</b> (Brettschneider) <i>ODER</i> • <b>Management der Öffentlichkeit</b> (Scheufele) <i>ODER</i> • <b>Medienpsychologie</b> (Trepte)	Vorlesung/ Übung	Wahlpflicht	2	6 LP

<b>WP-P 3a: Profilbereich 3 – Teil 1</b> <sup>C)</sup>	Vorlesung/ Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Markt- und Mediaforschung</b> (Schenk) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Public Relations</b> (Mast) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Politische Kommunikation</b> (Brettschneider) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Management der Öffentlichkeit</b> (Scheufele) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Medienpsychologie</b> (Trepte)</li> </ul>				
<b>Modul Praktikum</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>P-P: Praktikum</b></li> </ul>		Pflicht		12 LP
<b>Modul Humboldt Reloaded</b> <sup>D)</sup>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Humboldt Reloaded-Projektseminar</b></li> </ul>	Übung	Wahl	2	6 LP

<sup>C)</sup> Wahlpflichtmodule mit konsekutiven Veranstaltungen. Es gibt fünf Angebote A bis E, von denen die Studierenden drei auswählen müssen (WP-P 1 bis 3). Von den Angeboten, für die sich die Studierenden entschieden haben, besuchen sie die entsprechenden Veranstaltungen sowohl im 4. FS als auch im 5. FS. Ein Wechsel im 5. FS zu einem Angebot, das nicht im 4. FS gewählt wurde, ist nicht möglich.  
**Beispiel:** Ein/e Studierende/r wählt im 4. FS die drei Angebote B, D und E und besucht daher die Veranstaltungen B, D und E (Teil 1) im 4. FS und die Veranstaltungen B, D und E (Teil 2) im 5. FS. Bei der Zuteilung auf die Angebote werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch das Institut für Kommunikationswissenschaft.

<sup>D)</sup> Das Wahlmodul Humboldt Reloaded kann anstatt des Wahlpflichtmoduls Schlüsselkompetenz 2 „Fachbezogene Schlüsselkompetenz“ im 6. Semester besucht werden.

## 5. SEMESTER

<b>Modul</b> • Lehrveranstaltung	<b>Art der Veranstaltung</b>	<b>Modulabschluss Verbindlichkeit</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungspunkte</b>
<b>Module im Profilbereich – Teil 2</b> (3 aus 5, sowie im 4. FS gewählt) (verantwortl.: Schenk, Mast, Brettschneider, Scheufele, Trepte)				
<b>WP-P 1b: Profilbereich 1 – Teil 2</b> <sup>c)</sup>	Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Markt- und Mediaforschung</b> (Schenk) ODER</li> <li>• <b>Public Relations</b> (Mast) ODER</li> <li>• <b>Politische Kommunikation</b> (Brettschneider) ODER</li> <li>• <b>Management der Öffentlichkeit</b> (Scheufele) ODER</li> <li>• <b>Medienpsychologie</b> (Trepte)</li> </ul>				
<b>WP-P 2b: Profilbereich 2 – Teil 2</b> <sup>c)</sup>	Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Markt- und Mediaforschung</b> (Schenk) ODER</li> <li>• <b>Public Relations</b> (Mast) ODER</li> <li>• <b>Politische Kommunikation</b> (Brettschneider) ODER</li> <li>• <b>Management der Öffentlichkeit</b> (Scheufele) ODER</li> <li>• <b>Medienpsychologie</b> (Trepte)</li> </ul>				

<sup>c)</sup> Wahlpflichtmodule mit konsekutiven Veranstaltungen. Es gibt fünf Angebote A bis E, von denen die Studierenden drei auswählen müssen (WP-P 1 bis 3). Von den Angeboten, für die sich die Studierenden entschieden haben, besuchen sie die entsprechenden Veranstaltungen sowohl im 4. FS als auch im 5. FS. Ein Wechsel im 5. FS zu einem Angebot, das nicht im 4. FS gewählt wurde, ist nicht möglich.  
**Beispiel:** Ein/e Studierende/r wählt im 4. FS die drei Angebote B, D und E und besucht daher die Veranstaltungen B, D und E (Teil 1) im 4. FS und die die Veranstaltungen B, D und E (Teil 2) im 5. FS. Bei der Zuteilung auf die Angebote werden Prioritäten der Studierenden sowie Kapazitätskriterien berücksichtigt. Die Zuteilung erfolgt durch das Institut für Kommunikationswissenschaft.

<b>WP-P 3b: Profilbereich 3 – Teil 2 <sup>C)</sup></b>	Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Markt- und Mediaforschung</b> (Schenk) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Public Relations</b> (Mast) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Politische Kommunikation</b> (Brettschneider) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Management der Öffentlichkeit</b> (Scheufele) <i>ODER</i></li> <li>• <b>Medienpsychologie</b> (Trepte)</li> </ul>				

---

### **Modul Vertiefung 1 (1 aus 2)**

(verantwort.: Hildebrandt/Thaidigsmann/Kantner/Voeth/Schenk/Scheufele)

- |  |                     |             |   |      |
|--|---------------------|-------------|---|------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>WP-V 1: Vertiefung Politikwissenschaft 1:</b><br/>Analyse und Vergleich politischer Systeme <i>oder</i><br/>Internationale Politik <i>oder</i><br/>Politische Theorie <sup>D)</sup><br/><i>ODER</i></li> <li>• <b>WP-V 1: Vertiefung Wirtschaftswissenschaften 1:</b><br/>Marketing <sup>E)</sup> <i>oder</i><br/>Medienökonomie <sup>F) G)</sup></li> </ul> | Vorlesung/<br>Übung | Wahlpflicht | 2 | 6 LP |
|--|---------------------|-------------|---|------|

---

### **Modul Vertiefung 2 (1 aus 2)**

(verantwort.: Hildebrandt/Thaidigsmann/Kantner/Voeth/Schenk/Scheufele)

- |  |                     |             |   |      |
|--|---------------------|-------------|---|------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>WP-V 2: Vertiefung Politikwissenschaft 2:</b><br/>Analyse und Vergleich politischer Systeme <i>oder</i><br/>Internationale Politik <i>oder</i><br/>Politische Theorie <sup>D)</sup><br/><i>ODER</i></li> <li>• <b>WP-V 2: Vertiefung Wirtschaftswissenschaften 2:</b><br/>Marketing <sup>E)</sup> <i>oder</i><br/>Medienökonomie <sup>F) G)</sup></li> </ul> | Vorlesung/<br>Übung | Wahlpflicht | 2 | 6 LP |
|--|---------------------|-------------|---|------|

<sup>D)</sup> Die Studierenden wählen aus dem Angebot der Politikwissenschaften eines der drei Angebote (jeweils Vorlesung/Übung): Politische Theorie (Hildebrandt) oder Analyse und Vergleich politischer Systeme (Thaidigsmann) oder Internationale Politik (Kantner). Wurde eines dieser drei PoWi-Angebote für WP-V 1 gewählt, kann es nicht nochmals für WP-V 2 gewählt werden.

<sup>E)</sup> Vorlesung/Übung „Marketing“ aus dem WiWi-Modul GBWL 3

<sup>F)</sup> Hierbei handelt es sich um ein medienökonomisches Angebot in der Modulverantwortung der Kommunikationswissenschaft.

<sup>G)</sup> Die Studierenden wählen aus dem Angebot der Wirtschaftswissenschaften eines der zwei Angebote (jeweils Vorlesung /Übung): Marketing (Voeth) oder Medienökonomie (Schenk, N.N., Scheufele). Wurde eines dieser zwei WiWi-Angebote für WP-V 1 gewählt, kann es nicht nochmals für WP-V 2 gewählt werden.

## 6. SEMESTER

<b>Modul</b>	<b>Art der Veranstaltung</b>	<b>Modulabschluss Verbindlichkeit</b>	<b>SWS</b>	<b>Leistungspunkte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltung</li> </ul>				
<b>Modul Schlüsselkompetenz (1 aus 2)</b>				
(verantwort.: Mast, Schenk)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>WP-SK 1: Schlüsselkompetenz „Soft Skills“</b> (Angebot A ODER B)</li> </ul>	Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<b>Modul Schlüsselkompetenz (1 aus 2)</b>				
(verantwort.: Brettschneider, N.N.)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>WP-SK 2: Schlüsselkompetenz „Fachbezogene SK“</b><sup>G)</sup> (Angebot A ODER B)</li> </ul>	Übung	Wahlpflicht	2	6 LP
<b>Modul Kolloquium</b>				
(verantwort.: Schenk, Mast, Brettschneider, Scheufele, Trepte, Schweiger)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>WP-KQ: Kolloquium</b> (Angebot A/B/C/D/E ODER F)</li> </ul>	Kolloquium	Wahlpflicht	1	6 LP
<b>Modul Bachelor-Arbeit</b>				
(verantwort.: Schenk, Mast, Brettschneider, Scheufele, Trepte, Schweiger)				
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>P-BA: Bachelor-Arbeit</b></li> </ul>		Pflicht		12 LP
<b>SUMME</b>				<b>180 LP</b>

<sup>G)</sup> Das Wahlpflichtmodul Schlüsselkompetenz 2 „Fachbezogene Schlüsselkompetenz“ kann durch das Wahlmodul Humboldt Reloaded im 2., 3. oder 4. Semester ersetzt werden.

# TERMINE

**Vorlesungszeitraum Wintersemester:** 14.10.2013-01.02.2014

**Vorlesungszeitraum Sommersemester:** 07.04.2014-19.07.2014

**vorlesungsfreie Tage:**

Allerheiligen, 01.11.2013

Weihnachtsferien, 23.12.2013-06.01.2014

Ostern, 18.04.2014-21.04.2014

Tag der Arbeit, 01.05.2014

Christi Himmelfahrt, 29.05.2014

Pfingstferien, 10.06.2014-14.06.2014

Fronleichnam, 19.06.2014

„Dies Academicus“, 05.07.2014

**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

Fax +49 (0)711 459 23723

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

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