

Modulhandbuch

Studiengang

„Digitale Kommunikationsforschung“

Gültig ab Wintersemester 2024/25
Stand: 16.01.2024

Erläuterungen:

Legende:

K	=	Kolloquium
LP	=	Leistungspunkt(e)/ECTS-Kreditpunkte (1 LP = Arbeitsaufwand 30 Stunden/Semester)
P	=	Pflicht(-modul bzw. -veranstaltung)
SWS	=	Semesterwochenstunde(n)
S	=	Seminar
V	=	Vorlesung

Modul 1	Fortgeschrittene Statistik						[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P						
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	10 LP = 300 h						
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	1 Semester						
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte	
Fortgeschrittene Statistik	V	1	P	2 SWS	69 h	3 LP	
Fortgeschrittene softwaregestützte Datenanalyse	Ü	1	P	3 SWS	178,5 h	7 LP	
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:							
Anwesenheit	-						
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3						
Studienleistung(en)	In der Ü „Fortgeschrittene softwaregestützte Datenanalyse“						
Modulprüfung	Klausur (90 Minuten) in der V „Fortgeschrittene Statistik“						
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen							
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verstehen statistische Modelle und multivariate Analyseverfahren und können diese kritisch diskutieren. - sind in der Lage, fortgeschrittene statistische Prozeduren anzuwenden und diese gezielt einzusetzen. - beherrschen softwaregestützte Datenanalyse und ihre Funktionen. - können umfangreiche Daten selbständig aufbereiten, mit angemessenen Verfahren auswerten und präsentieren. 							
Inhalte							
Die Lehrveranstaltungen umfassen die folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung der fortgeschrittenen Statistik, vor allem multivariater Verfahren; Diskussion der Anwendungsvoraussetzungen und Limitationen unterschiedlicher statistischer Verfahren - Erlernen der Interpretation und kritischen Reflexion statistischer Ergebnisse - Praktische Anwendung von softwaregestützter Datenanalyse für grundlegende und fortgeschrittene Statistik und Analyseverfahren, insbesondere auch Datenaufbereitung und Datenmanagement - Vermittlung konzeptioneller und praktischer Kenntnisse in der Gestaltung von Tabellen, Grafiken und wissenschaftlichen Texten sowie die visuelle Unterstützung mündlicher Vorträge 							
Zugangsvoraussetzung(en)	keine						
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	-						
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch						
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	10 von 105 benoteten Leistungspunkten						
Häufigkeit des Angebots	jährlich im Wintersemester						
Begründung der Anwesenheitspflicht	-						
Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/						
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	V Fortgeschrittene Statistik im Studiengang „Strategische Kommunikation“ (Institut für Publizistik, FB02)						

Sonstiges	<p>Informationen zu vorbereitender und vertiefender Literatur werden im Vorlesungsverzeichnis auf Jogustine bekannt gegeben.</p> <p>Welche Studienleistung zu erbringen ist, gibt der Dozent/die Dozentin zu Beginn des Semesters bekannt. Studienleistungen können sein: Kurzpräsentationen, Kurzklausuren, Exzerpte, Übungsaufgaben, Datenerhebung oder mündliche Prüfungen.</p>
------------------	--

Modul 2	Fortgeschrittene Theoriebildung und Kritik					[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P					
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	10 LP = 300 h					
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	2 Semester					
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte
Latest Developments in Communication (Englisch)	Ü	1	P	2 SWS	129 h	5 LP
Kommunikationstheorien	S	2	P	2 SWS	129 h	5 LP
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:						
Anwesenheit	-					
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3					
Studienleistung(en)	In der Ü „Latest Developments in Communication“					
Modulprüfung	Hausarbeit im S „Kommunikationstheorien“					
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> - reflektieren bestehende Theorien zu (digitalen) Medien kritisch und prüfen ihre Übertragbarkeit auf neue Phänomene digitaler Kommunikation. - sind in der Lage, eigenständig Operationalisierungen kommunikationswissenschaftlicher Konzepte vorzunehmen und abzuleiten. - können Prozesse digitaler Kommunikation in schematischen Abläufen beschreiben (Modellentwicklung). - können empirische Daten interpretieren und die Qualität von empirischen Studien bewerten. - können systematische, fundierte und konstruktive Kritik an empirischen Studien und kommunikationswissenschaftlichen Theorien üben. - können den aktuellen Theorie- und Forschungsstand überblicken, zusammenfassen und Forschungslücken identifizieren. - trainieren ihre fachspezifischen englischen Sprachkenntnisse. 						
- Inhalte						
Die Lehrveranstaltungen umfassen die folgenden Themen:						
<ul style="list-style-type: none"> - Diskussion aktueller Entwicklungen in (digitalen) Medien und Technologien - Übersicht und Reflexion etablierter und aktueller Theorie und Modelle zur Beschreibung (digitaler) Medien und Kommunikation 						
Zugangsvoraussetzung(en)	keine					
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	Für den Besuch der Übung „Latest Developments in Communication“ sind englische Sprachkenntnisse auf fortgeschrittenem Niveau, analog zu C1, erforderlich.					
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprachen: Deutsch und Englisch Prüfungssprache: Deutsch oder Englisch					
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	10 von 105 benoteten Leistungspunkten					
Häufigkeit des Angebots	jährlich, beginnend im Wintersemester					
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-					
Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/					
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	-					

Sonstiges	<p>Im Sinne der Vergleichbarkeit der Prüfungsleistungen belegt die Dozentin oder der Dozent englischsprachige Arbeiten in der Regel mit einem entsprechend niedrigeren Anforderungsprofil hinsichtlich der sprachlichen Ausdrucksfähigkeit.</p> <p>Informationen zu vorbereitender und vertiefender Literatur werden im Vorlesungsverzeichnis auf Jogustine bekannt gegeben.</p> <p>Welche Studienleistung zu erbringen ist, gibt der Dozent/die Dozentin zu Beginn des Semesters bekannt. Studienleistungen können sein: Kurzpräsentationen, Kurzklausuren, Exzerpte, Übungsaufgaben, Datenerhebung oder mündliche Prüfungen.</p>
------------------	--

Modul 3	Forschungsfeld: Medien und Individuum					[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P					
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	19 LP = 570 h					
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	2 Semester					
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte
Medienpsychologie	V	1	P	2 SWS	69 h	3 LP
Forschungsprojekt Medien und Individuum I – Konzeption	SE	1	P	4 SWS	198 h	8 LP
Forschungsprojekt Medien und Individuum II – Umsetzung	HS	2	P	4 SWS	198 h	8 LP
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:						
Anwesenheit	-					
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3					
Studienleistung(en)	Studienleistung in der Vorlesung „Medienpsychologie“					
Modulprüfung	Projektbericht im HS „Forschungsprojekt Medien und Individuum II – Umsetzung“					
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> - kennen zentrale (medien-)psychologische Theorien und Befunde und können diese auf die Selektion, Rezeption und Wirkung von (digitalen) Medien anwenden. - können eine empirische Projektarbeit mit Bezug zu (digitalen) Medien und Individuen in einem größeren zeitlichen und organisatorischen Zusammenhang selbständig entwickeln und planen. - können empirische Studien mit den Methoden der Sozialforschung selbstständig konzipieren, durchführen und auswerten. - sind in der Lage, die Anwendbarkeit von Methoden und die Qualität von empirischen Studien am Einzelfall konkreter Projektarbeit einzuschätzen und zu bewerten. - können die Implikationen (digitaler) Medien für Individuen reflektieren und kritisch einordnen. - können die Ergebnisse eigener empirischer Untersuchungen in Form von wissenschaftlichen Texten kommunizieren. 						
- Inhalte						
Die Lehrveranstaltungen umfassen die folgenden Themen:						
<ul style="list-style-type: none"> - Medienpsychologische Theorien und Befunde zur Medienselektion, -rezeption und -wirkung - Aktuelle Forschungsfragen mit einem thematischen Fokus auf die individuelle Nutzung, Rezeption und Wirkung von (digitalen) Medien - Eigenständige Konzeption von Forschungsprojekten inklusive Fragestellung, theoretischer Grundlagen und methodischer Designs - Vertiefung der empirischen Methodenkenntnisse zu qualitativen und quantitativen Verfahren - Eigenständige Durchführung empirischer Projekte im Bereich Medien und Individuum, z.B. selbständig konzipierte Beobachtungs-, Inhaltsanalyse-, Befragungsstudien, und experimentelle Designs sowie andere (auch qualitative) Erhebungsverfahren (welche Methoden im Einzelnen anzuwenden sind, ergibt sich aus den Schwerpunktsetzungen der Lehrenden) - Am Einzelprojekt stattfindende anwendungsorientierte Vertiefung der Kenntnisse von (multivariaten) statistischen Analyseverfahren - Am Einzelprojekt stattfindende Vermittlung von praktischen Techniken der Datenauswertung, -aufbereitung und -präsentation 						
Zugangsvoraussetzung(en)	keine					
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	-					
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch					
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	19 von 105 benoteten Leistungspunkten					
Häufigkeit des Angebots	jährlich, beginnend im Wintersemester					
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-					

Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	V Medienpsychologie im Studiengang „Strategische Kommunikation“ (Institut für Publizistik, FB02)
Sonstiges	<p>Informationen zu vorbereitender und vertiefender Literatur werden im Vorlesungsverzeichnis auf Jogustine bekannt gegeben.</p> <p>Welche Studienleistung zu erbringen ist, gibt der Dozent/die Dozentin zu Beginn des Semesters bekannt. Studienleistungen können sein: Kurzpräsentationen, Kurzklausuren, Exzerpte, Übungsaufgaben, Datenerhebung oder mündliche Prüfungen.</p>

Modul 4	Praktikum						[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P						
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	15 LP = 450 h						
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	-						
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte	
Praktikum			P		450	15 LP	
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:							
Anwesenheit	-						
Aktive Teilnahme	keine						
Studienleistung(en)	keine						
Modulprüfung	Keine. Insgesamt zwölf Wochen praktische Tätigkeit bei einem Praktikumsanbieter, testiert durch ein Praktikumszeugnis						
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen							
Die Studierenden							
<ul style="list-style-type: none"> - können ihre kommunikationswissenschaftlichen Kenntnisse in Theorie und Empirie auf Arbeitsfelder der Kommunikationsberufe transferieren. - können zentrale Arbeitstechniken der Kommunikationswissenschaft anwenden. - können Ansätze und Arbeitstechniken der angewandten Kommunikationswissenschaft einschätzen, beurteilen und kritisch reflektieren. 							
- Inhalte							
Berufliche Aufgabenfelder an der Schnittstelle zur Kommunikationswissenschaft, insbesondere:							
<ul style="list-style-type: none"> - Berufspraxis im Berufsfeld Markt- und Mediaforschung - Berufspraxis in den Berufsfeldern Unternehmenskommunikation/PR oder in Medienredaktionen 							
Zugangsvoraussetzung(en)	keine						
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	-						
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	-						
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	keine Benotung						
Häufigkeit des Angebots	fortlaufend						
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-						
Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/						
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	-						
Sonstiges	Zeitpunkt flexibel wählbar während der vorlesungsfreien Zeiten zwischen 1./2., 2./3. und / oder 3./4. Semester. Die Organisation des Praktikums obliegt der Eigenverantwortung der Studierenden. Die 12 Wochen müssen nicht an einem Stück erbracht werden, es sind auch mehrere kürzere Praktika mit einem Gesamtumfang von 12 Wochen möglich. Darüber hinaus ist auch die Anerkennung von einschlägigen Nebentätigkeiten als Praktikum möglich, sofern der erbrachte Stundenumfang dem einer Vollzeit-Tätigkeit über die Dauer von 12 Wochen entspricht.						

Modul 5	Forschungsfeld: Medien und Gesellschaft					[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P					
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	16 LP = 480 h					
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	2 Semester					
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte
Forschungsprojekt Medien und Gesellschaft I – Konzeption	SE	2	P	4 SWS	198 h	8 LP
Forschungsprojekt Medien und Gesellschaft II – Umsetzung	HS	3	P	4 SWS	198 h	8 LP
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:						
Anwesenheit	-					
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3					
Studienleistung(en)	keine					
Modulprüfung	Projektbericht im HS „Forschungsprojekt Medien und Gesellschaft II – Umsetzung“					
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> - können eine empirische Projektarbeit mit Bezug auf Fragestellungen zur Mediengesellschaft und ihren Institutionen und Organisationen selbstständig entwickeln, planen und durchführen. - können empirische Studien mit Hilfe der verschiedenen Methoden selbstständig konzipieren und auswerten. - können die Qualität von empirischen Studien am Einzelfall konkreter Projektarbeit einschätzen und bewerten. - sind in der Lage, empirische Methoden der Sozialforschung auf die Analyse einer Problemstellung aus dem Bereich (digitaler) Medien und Gesellschaft bzw. deren Institutionen und Organisationen anzuwenden. - können die Implikationen (digitaler) Medien für die Gesellschaft und spezifische gesellschaftliche Organisationen und Institutionen reflektieren und kritisch einordnen. - können die Ergebnisse eigener empirischer Untersuchungen in Form von wissenschaftlichen Texten kommunizieren. 						
- Inhalte						
Die Lehrveranstaltungen umfassen die folgenden Themen:						
<ul style="list-style-type: none"> - Aktuelle Forschungsfragen, die die Auswirkungen des Medienwandels auf diverse gesamtgesellschaftliche Bereiche (z.B. die Informationsbereitstellung, die politische Partizipation, soziale Teilhabe, Governance von Kommunikation, internationale und transnationale Kommunikation) sowie deren Institutionen und Organisationen betreffen - Eigenständige Durchführung eines empirischen Forschungsprojektes zur Analyse des Wandels der (digitalen) Gesellschaft anhand von eigenständig konzipierten Erhebungsmethoden - Vertiefung der empirischen Methodenkenntnisse zu qualitativen und quantitativen Verfahren - Eigenständige Durchführung empirischer Projekte im Bereich Medien und Gesellschaft, z.B. selbstständig konzipierte Beobachtungs-, Inhaltsanalyse-, Befragungsstudien, und experimentelle Designs sowie andere (auch qualitative) Erhebungsverfahren (welche Methoden im Einzelnen anzuwenden sind, ergibt sich aus den Schwerpunktsetzungen der Lehrenden) - Am Einzelprojekt stattfindende anwendungsorientierte Vertiefung der Kenntnisse von (multivariaten) statistischen Analyseverfahren - Am Einzelprojekt stattfindende Vermittlung von praktischen Techniken der Datenauswertung, -aufbereitung und -präsentation 						
Zugangsvoraussetzung(en)	keine					
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	-					
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch					
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	16 von 105 benoteten Leistungspunkten					
Häufigkeit des Angebots	jährlich, beginnend im Sommersemester					
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-					

Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	-
Sonstiges	Informationen zu vorbereitender und vertiefender Literatur werden im Vorlesungsverzeichnis auf Jogustine bekannt gegeben.

Modul 6	Computational Communication Science					[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P					
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	10 LP = 300 h					
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	2 Semester					
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte
Computational Communication Science (Englisch)	S	2	P	2 SWS	129 h	5 LP
Datafied Society (Englisch)	S	3	P	2 SWS	129 h	5 LP
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:						
Anwesenheit	-					
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3					
Studienleistung(en)	keine					
Modulprüfung	Hausarbeit in einem der Seminare					
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> - können die Entstehung und Verwendung umfangreicher Daten in Gesellschaft und Wissenschaft kritisch reflektieren und auf aktuelle kommunikationswissenschaftliche Fragen anwenden. - können theoretische Ansätze und empirische Studien im Spannungsfeld Daten-Algorithmen-Individuum-Gesellschaft sachgerecht einschätzen und kritisch diskutieren. - können aktuelle computerbasierte Verfahren der empirische Kommunikationsforschung (u.a. automatische Inhaltsanalyse, Simulation, Analyse digitaler Verhaltensspuren) sachgerecht einschätzen und kritisch diskutieren. - können ausgewählte computerbasierte Verfahren praktisch anwenden. - trainieren ihre fachspezifischen englischen Sprachkenntnisse. 						
- Inhalte						
Die Lehrveranstaltungen umfassen die folgenden Themen (beide Seminare in englischer Sprache):						
<ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung konzeptioneller und methodischer Grundlagen von Computational Communication Science - Vermittlung von „Data Literacy“ und praktischen Kenntnissen in ausgewählten computerbasierten Verfahren empirischer Kommunikationsforschung - Reflexion und Diskussion aktueller Studien im Bereich Computational Communication Science - Reflexion methodologischer und ethischer Fragen im Umgang mit Daten in der Forschung 						
Zugangsvoraussetzung(en)	Keine					
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	Für das Modul sind englische Sprachkenntnisse auf fortgeschrittenem Niveau, analog zu C1, erforderlich.					
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprache: Englisch Prüfungssprache: Deutsch oder Englisch					
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	10 von 105 benoteten Leistungspunkten					
Häufigkeit des Angebots	jährlich, beginnend im Sommersemester					
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-					
Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/					
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	-					
Sonstiges	Im Sinne der Vergleichbarkeit der Prüfungsleistungen belegt die Dozentin oder der Dozent englischsprachige Arbeiten in der Regel mit einem entsprechend niedrigeren Anforderungsprofil hinsichtlich der sprachlichen Ausdrucksfähigkeit. Informationen zu vorbereitender und vertiefender Literatur werden im Vorlesungsverzeichnis auf Jogustine bekannt gegeben.					

Modul 7	Medienforschung in der Praxis					[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P					
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	10 LP = 300 h					
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	1 Semester					
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte
Wissenschaftskommunikation	Ü	3	P	2 SWS	129 h	5 LP
Anwendungsfelder der Medienforschung	Ü	3	P	2 SWS	129 h	5 LP
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:						
Anwesenheit	-					
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3					
Studienleistung(en)	In der Ü „Anwendungsfelder der Medienforschung“					
Modulprüfung	benotete Präsentation in der Ü „Wissenschaftskommunikation“					
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen grundlegende theoretische Ansätze und praktische Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation sowie deren Möglichkeiten und Grenzen. - können Wissenschaftskommunikation bewerten und planen. - haben einen umfassenden Einblick in die nicht-universitären Beschäftigungsfelder in dem Bereich angewandter sozialwissenschaftlicher Forschung, z.B. in der Markt- und Meinungsforschung, bei Mediaforschungsinstituten, in der Werbeforschung etc.. - können unterschiedliche Ansätze und Methoden der praktischen Publikumsforschung reflektieren und im Hinblick auf ihre Aussagekraft und Limitationen bewerten. - können Zielgruppenanalysen durchführen und Strategien zur effektiven Kommunikation von kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen an verschiedene Zielgruppen entwickeln. 						
- Inhalte						
Die Lehrveranstaltungen umfassen die folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> - Sinn und theoretische Modelle der Wissenschaftskommunikation - Ethische und erkenntnistheoretische Grenzen der Wissenschaftskommunikation sowie praktische Anwendung und Beurteilung von Wissenschaftskommunikation - Strategien zur zielgruppengerechten Aufbereitung von wissenschaftlichen Erkenntnissen - Methoden der Publikums- und Medienforschung (Medienforschung, Programmforschung, Mediaplanung, Data-Analytics, Datenjournalismus, Format- und Produktentwicklung) - Übersicht über zentrale Media- und Verbraucherstudien in Deutschland - Übersicht über aktuelle Erkenntnisse der Publikumsforschung 						
Zugangsvoraussetzung(en)	keine					
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	-					
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch					
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	10 von 105 benoteten Leistungspunkten					
Häufigkeit des Angebots	jährlich im Wintersemester					
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-					
Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/					
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	-					

Sonstiges	<p>Informationen zu vorbereitender und vertiefender Literatur werden im Vorlesungsverzeichnis auf Jogustine bekannt gegeben.</p> <p>Welche Studienleistung zu erbringen ist, gibt der Dozent/die Dozentin zu Beginn des Semesters bekannt. Studienleistungen können sein: Kurzpräsentationen, Kurzklausuren, Exzerpte, Übungsaufgaben, Datenerhebung oder mündliche Prüfungen.</p>
------------------	--

Modul 8	Abschlussmodul						[Modul-Kennnummer]
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	P						
Leistungspunkte (LP) und Arbeitsaufwand (Workload)	30 LP = 900 h						
Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	1 Semester						
Lehrveranstaltungen/ Lernformen	Art	Regelsemester	Verpflichtungsgrad	Kontaktzeit (SWS)	Selbststudium	Leistungspunkte	
Kolloquium zur Masterarbeit	K	4	P	2	39	2 LP	
Masterarbeit		4	P	-	690	23 LP	
Mündliche Abschlussprüfung		4	P	-	150	5 LP	
Um das Modul abschließen zu können sind folgende Leistungen zu erbringen:							
Anwesenheit	-						
Aktive Teilnahme	gemäß § 5 Abs. 3						
Studienleistung(en)	keine						
Modulprüfung	keine						
Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen							
Die Studierenden sind in der Lage, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anzuwenden, um eine wissenschaftlich relevante Fragestellung im Gegenstandsbereich des Master-Studiengangs zu ermitteln, fokussierte Forschungsfragen zu formulieren und durch selbständige Recherche und Anwendung (fortgeschrittener empirischer) wissenschaftlicher Methoden Antworten auf die Forschungsfrage(n) zu finden.							
Inhalte							
Aktuelle Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft – theoretisch wie empirisch.							
Zugangsvoraussetzung(en)	keine						
Empfohlene Teilnahmevoraussetzung(en) für das Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls	-						
Unterrichtssprache(n) und Prüfungssprache(n)	Unterrichtssprache: Deutsch Prüfungssprache: Deutsch						
Stellenwert der Modulnote in der Gesamtnote	30 von 105 benoteten Leistungspunkten						
Häufigkeit des Angebots	fortlaufend						
Begründung der Anwesenheitspflicht Veranstaltungen	-						
Modulbeauftragte oder Modulbeauftragter	Modulbeauftragte*r: Geschäftsführende*r Leiter*in des Instituts für Publizistik. Lehrende des Instituts für Publizistik. Infos unter https://www.ifp.uni-mainz.de/personen/						
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	-						
Sonstiges	-						