



Modulhandbuch

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation (Master of Arts, M.A.)

(120 ECTS-Punkte)

Auf Basis der Prüfungs- und Studienordnung vom 14. August 2025

88/306/---/M0/H/2025

Stand: 13. Januar 2026

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen und Erklärungen.....	3
Modul: P 1 Aktuelle Forschung strategische Kommunikation	4
Modul: P 2 Datenanalyse	6
Modul: P 3 Forschungsprojekt strategische Kommunikation	8
Modul: P 4 Theorie (-bildung) strategische Kommunikation	11
Modul: P 5 Methodenvertiefung I.....	14
Modul: P 6 Masterprojekt strategische Kommunikation	17
Modul: P 7 Berufspraxis	20
Modul: P 8 Methodenvertiefung II.....	22
Modul: P 9 Wissenstransfer	25
Modul: P 10 Begleitmodul Masterarbeit.....	28
Modul: P 11 Abschlussmodul	30

Abkürzungen und Erklärungen

CP	Credit Points, ECTS-Punkte
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
h	Stunden
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
WiSe	Wintersemester
WP	Wahlpflicht
P	Pflicht

1. Die Beschreibung der zugeordneten Modulteile erfolgt hinsichtlich der jeweiligen Angaben zu ECTS-Punkten folgendem Schema: Nicht eingeklammerte ECTS-Punkte werden mit Bestehen der zugehörigen Modulprüfung oder Modulteilprüfung vergeben. Eingeklammerte ECTS-Punkte dienen lediglich der rechnerischen Zuordnung.
2. Bei den Angaben zum Zeitpunkt im Studienverlauf kann es sich in Abhängigkeit von den Angaben der Anlage 2 der Prüfungs- und Studienordnung um feststehende Regelungen oder um bloße Empfehlungen handeln. Im Modulhandbuch wird dies durch die Begriffe "Regelsemester" und "Empfohlenes Semester" kenntlich gemacht.
3. Bitte beachten Sie: Das Modulhandbuch dient einer Orientierung für Ihren Studienverlauf. Für verbindliche Regelungen konsultieren Sie bitte ausschließlich die Prüfungs- und Studienordnung in ihrer jeweils geltenden Fassung. Diese finden Sie auf www.lmu.de/studienangebot unter Ihrem jeweiligen Studiengang.

Modul: P 1 Aktuelle Forschung strategische Kommunikation

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation
(Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 1.1 Theoretische Ansätze und zentrale Studien der Forschung zur strategischen Kommunikation	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Vorlesung	P 1.2 Kommunikationswissenschaft für Masterstudierende	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation (120 ECTS). Die Lehrveranstaltung P 1.2 Kommunikationswissenschaft für Masterstudierende ist ferner eine Pflichtveranstaltung der Masterstudiengänge Journalismus (120 ECTS) und Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Die Studierenden setzen sich im Pflichtmodul P. 1 mit aktuellen Fragestellungen und Ansätzen der Forschung zu strategischer Kommunikation auseinander. <u>P 1.1 Theoretische Ansätze und zentrale Studien der Forschung zur strategischen Kommunikation</u> Im Seminar P 1.1 Theoretische Ansätze und zentrale Studien der Forschung zu strategischer Kommunikation reflektieren und diskutieren die Studierenden anhand aktueller Beispiele zentrale theoretische Ansätze und Studien, deren Kenntniss für das Verständnis der aktuellsten Forschung zur strategischen Kommunikation notwendig ist.

P 1.2 Kommunikationswissenschaft für Masterstudierende

In der Vorlesung P 1.2 Kommunikationswissenschaft für Masterstudierende richtet sich der Blick auf Themenfelder, die derzeit im Mittelpunkt des Interesses der Kommunikationswissenschaft stehen. Die Vorlesungsinhalte werden stetig flexibel an neueste Entwicklungen in Fach und Gesellschaft angepasst, so dass die Studierenden die Gelegenheit bekommen, den aktuellsten Stand der Forschung zu ausgewählten Fragestellungen kennenzulernen und zu reflektieren.

Qualifikationsziele	Die Studierenden beschäftigen sich im Pflichtmodul P. 1 auf Basis zentraler Theorein und Methoden des Fachs mit aktuellen Themen und Ergebnissen der Forschung zu strategischer Kommunikation. Das Qualifikationsziel ist unter anderem, den Studierenden über die flexible Anpassung der Lehrinhalte zu verdeutlichen, welche aktuellen Fragestellungen die Forschung zu strategischer Kommunikation national und international beschäftigen und welche theoretischen und methodischen Werkzeuge genutzt werden, um diese Fragen zu klären. Damit wird für die Studierenden auch die stetige Weiterentwicklung der fachlichen Diskussion sichtbar. Zudem werden sie auf Basis theoretischer und methodischer Diskussionen zur kritischen Reflektion aktueller Fragestellungen zu strategischer Kommunikation und ihrer wissenschaftlichen Bearbeitung befähigt.
Form der Modulprüfung	Hausarbeit oder mündliche Prüfung
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Carsten Reinemann sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 2 Datenanalyse

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation
(Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 2.1 Datenanalytische Verfahren	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 2.2 Anwendung Datenanalyse	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS). Die Lehrveranstaltung P 2.2 Anwendung Datenanalyse ist ferner eine Pflichtveranstaltung des Masterstudiengangs Computational Social Science (120 ECTS)
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Im Mittelpunkt des Pflichtmoduls P 2 Datenanalyse stehen die Vertiefung der Kenntnisse statistischer Verfahren und deren Anwendung. Das Pflichtmodul P 2 Datenanalyse besteht aus zwei Seminaren. <u>P 2.1 Datenanalytische Verfahren</u> Das Seminar vermittelt fortgeschrittene Kenntnisse statistischer und datenanalytischer Verfahren für den Anwendungsbereich der kommunikationswissenschaftlichen empirischen Forschung. Im Seminar werden fortgeschrittene Auswertungs- und Analyseverfahren vorgestellt, erprobt und beispielhaft auf konkrete Forschungsvorhaben bezogen. <u>P 2.2 Anwendung Datenanalyse</u>

Die im Seminar P 2.1 vermittelten statistischen und datenanalytischen Verfahren werden mittels geeigneter Statistiksoftware anhand von konkreten Forschungsprojekten, Fragestellungen und spezifischen Datensätze eingeübt. Dabei werden auch Formen der Darstellung (Tabellen, Graphiken, Illustrationen) vertieft und für das Forschungsprojekt optimiert. Der Umgang mit einschlägigen Analysesystemen (z.B. R) wird vertieft.

Qualifikationsziele	Nach Abschluss des Pflichtmoduls verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, selbständig verschiedene fortgeschrittene Verfahren der statistischen Datenanalyse sicher anzuwenden und deren Eignung im Forschungskontext zu prüfen. Ihnen werden fortgeschrittene Kenntnisse im Umgang mit moderner elektronischer Datenverarbeitung und -auswertung vermittelt, die sie auf konkrete Forschungsvorhaben anwenden. Das erlernte Wissen ist Grundlage für den Besuch von Forschungsseminaren, die mit quantitativen Methoden arbeiten.
Form der Modulprüfung	Klausur oder mündliche Prüfung
Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Thomas Hanitzsch sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 3 Forschungsprojekt strategische Kommunikation

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation
(Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 3.1 Planung und Konzeption des Forschungsprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 3.2 Empirische Umsetzung des Forschungsprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 12 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 360 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	keine
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Im Mittelpunkt des Moduls steht ein spezifisches Forschungsvorhaben, das die Studierenden gemeinsam mit den Dozierenden zu einem aktuellen Themenfeld der strategischen Kommunikationsforschung entwickeln. Die theoretische Einordnung sowie die methodische Planung und Konzeption erfolgen im Seminar P 3.1, die empirische Umsetzung im Seminar P 3.2. Beide Seminare bilden eine thematische Einheit. <u>P 3.1 Planung und Konzeption des Forschungsprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation</u> Im Seminar P 3.1 wird auf Basis einer eingehenden Auseinandersetzung mit relevanten Theorien, Ansätzen und Befunden der strategischen Kommunikation (z.B. Public Relations, Unternehmenskommunikation) eine konkrete Forschungsfrage entwickelt. Zudem entwerfen die

Studierenden gemeinsam mit den Dozierenden einen Plan für die empirische Umsetzung des Forschungsvorhabens. Dies schließt die Entscheidung für ein spezifisches methodisches Design sowie die Konzeption einer geeigneten Untersuchungsanlage ein, die den Besonderheiten des Forschungsfeldes zur strategischen Kommunikation Rechnung trägt.

P 3.2 Empirische Umsetzung des Forschungsprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation

Im Seminar P 3.2 erfolgt auf Basis der Ausarbeitungen im Seminar P 3.1 die tatsächliche empirische Umsetzung des entwickelten Forschungsvorhabens. Teil der empirischen Umsetzung ist neben der sorgfältigen Vorbereitung der Feldphase insbesondere die Datenerhebung und -analyse, die den Besonderheiten strategischer Kommunikationsprozesse gerecht wird. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Darstellung und Interpretation der Ergebnisse im Hinblick auf die Rolle und Wirkungsweise strategischer Kommunikation innerhalb des untersuchten Kontextes.

Qualifikationsziele

In dem Modul werden Kenntnisse zu aktuellen Entwicklungen der strategischen Kommunikationsforschung – mit Blick auf Theorien, Methoden und Befunde – vermittelt und vertieft.

Das Seminar P 3.1 versetzt die Studierenden zunächst in die Lage, aktuelle Theorieentwicklungen, Anwendungsprobleme und Herausforderungen der strategischen Kommunikation zu reflektieren und kritisch einzuordnen. Ein besonderer Fokus liegt auf der Analyse von Kommunikationsstrategien, ihrer Wirkung und Anwendung in verschiedenen Bereichen wie z.B. Public Relations oder der Unternehmenskommunikation. Zudem werden die Studierenden befähigt, problemadäquat eigene Forschungsfragen zu entwickeln, die spezifische Aspekte strategischer Kommunikation adressieren, und deren praktische Umsetzung zu planen und zu konzipieren.

Das Seminar P 3.2 vermittelt forschungspraktische Kompetenzen, indem der komplette empirische Forschungsprozess eigenständig durchlaufen wird. Durch die Anwendung geeigneter Erhebungsverfahren (z.B. Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung), die auf die

Besonderheiten strategischer Kommunikationsprozesse zugeschnitten sind, werden die Studierenden in die Lage versetzt, empirische Projekte souverän zu bearbeiten. Sie werden außerdem befähigt, die generierten Befunde systematisch auszuwerten und zielgruppenorientiert zu berichten, etwa im Hinblick auf die Wirkungsanalyse oder die Optimierung strategischer Kommunikationsmaßnahmen.

Als übergeordnete Schlüsselqualifikationen werden in dem Modul vernetztes Denken und Transferfähigkeit geschult sowie die Planungs- und Organisationsfähigkeit der Studierenden gefördert.

Form der Modulprüfung	Forschungsbericht
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Anna Kümpel sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 4 Theorie (-bildung) strategische Kommunikation

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 4.1 Theorien und theoretische Konzepte für Studierende der strategischen Kommunikation	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Seminar	P 4.2 Metaanalysen und Reviews für Studierende der strategischen Kommunikation	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	keine
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul widmet sich ausgewählten Theorien mit Bezug zur strategischen Kommunikation. Im Vordergrund steht die vertiefte und kritische Auseinandersetzung mit Theorien hinsichtlich ihrer Kernaussagen, Voraussetzungen, Entstehung- oder Anwendungsbedingungen sowie ihrem Bezug zum Praxisfeld der strategischen Kommunikation. Außerdem werden Vorgehensweisen vermittelt, mit denen Theorien und darauf aufbauende Studien zusammengefasst, bewertet und aktiv (weiter-)entwickelt werden können. <u>P 4.1 Theorien und theoretische Konzepte für Studierende der strategischen Kommunikation</u> Das Seminar behandelt ausgewählte einzelne Theorien oder theoretische Schulen zum Gegenstand der strategischen Kommunikation oder das Theorieangebot zu ausgewählten Aspekten. Entsprechende Literatur wird

aufgearbeitet und kritisch diskutiert. Dabei lernen die Studierenden Theorien nicht nur als abgeschlossene Aussagensysteme, sondern auch als Ansätze kennen, die sie selbst neu und weiterentwickeln können und erhalten Einblicke in entsprechende Verfahren der Theoriearbeit. Auf dieser Grundlage können neue, eigene Theorien entwickelt und diskutiert werden.

P 4.2 Metaanalysen und Reviews für Studierende der strategischen Kommunikation

Das Seminar vermittelt die Grundlagen des wissenschaftlichen Literaturreviews und der Metaanalyse als Verfahren der Zusammenfassung und Bewertung wissenschaftlicher Publikationen. Die Studierenden erhalten einen Einblick in das Spektrum möglicher Ansätze von der Einzelbesprechung oder Begutachtung einer theoretischen oder empirischen wissenschaftlichen Publikation bis zur Aggregation quantitativer Befunde aus einer Vielzahl von Studien. Anhand ausgewählter Themen bzw. Publikationen aus dem Forschungsfeld der strategischen Kommunikation erproben die Studierenden dann Verfahren der Zusammenfassung und Bewertung wissenschaftlicher Literatur.

Qualifikationsziele

Studierende werden in die Lage versetzt, eigenständig Theorien und wissenschaftliche Publikationen aus dem Gebiet der strategischen Kommunikation auf fortgeschrittenem Niveau aufzuarbeiten und zu bewerten. Dabei lernen sie sowohl, sich mit einzelnen Arbeiten und Ansätzen kritisch auseinanderzusetzen, als auch mit geeigneten Verfahren Struktur in eine größere Anzahl von Publikationen oder Theorien zu bringen und allgemeine Schlussfolgerungen daraus zu ziehen. Schließlich lernen sie auch, produktiv mit bisheriger Literatur und bestehenden Theorien umzugehen und auf ihrer Grundlage eigene Theorien zu erarbeiten. Die erworbenen Kompetenzen können dann insbesondere in der Literaturnachbearbeitung und Theoriebildung im Rahmen der Masterarbeit angewendet werden. Die Kompetenzen können auch ins Praxisfeld der strategischen Kommunikation übertragen werden, wo es oft gilt, eine komplexe

	Informationslage systematisch aufzuarbeiten und mittels geeigneter Begriffe zu erfassen.
Form der Modulprüfung	Hausarbeit
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Benjamin Krämer sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 5 Methodenvertiefung I

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 5.1 Projektorientierte Anwendung von Methoden 1	SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 5.2 Praktische Aspekte im Forschungsprozess 1	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation. Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS). Die Lehrveranstaltung P 5.1 Projektorientierte Anwendung von Methoden 1 und die Lehrveranstaltung P 5.2 Praktische Aspekte im Forschungsprozess 1 sind ferner Bestandteile eines Wahlpflichtmoduls des Masterstudiengangs Computational Social Science (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Zentraler Inhalt des Moduls sind empirische Methoden (quantitativ, qualitativ, computational oder mixed-methods), die über das Niveau des Bachelorstudiums hinausgehen (z.B. Längsschnittdesigns, Gruppendiskussionen, einfache Ansätze der computational methods, etc.). Das Modul ist in ein Seminar zur Vermittlung und projektorientierten Anwendung der Methode sowie der dafür notwendigen Voraussetzungen und in ein Seminar zur Vermittlung und Diskussion forschungspraktischer Aspekte gegliedert.

P 5.1 Projektorientierte Anwendung von Methoden 1

In diesem Seminar wird eine empirische Methode sowie die für sie notwendigen Voraussetzungen vermittelt. Es kann sich dabei sowohl um eine Methode der Datenerhebung als auch um eine Methode der Datenauswertung handeln. Die Methode soll im Seminar im Rahmen eines Forschungsprojekts Anwendung finden.

P 5.2 Praktische Aspekte im Forschungsprozess 1

Ergänzend zur eigentlichen Methode sollen in diesem Seminar forschungspraktische Aspekte begleitend vermittelt und diskutiert werden. Besondere Schwerpunkte sollen dabei auf Aspekten der Forschungsethik, der Replizierbarkeit und der Open Science liegen.

Qualifikationsziele	Das Pflichtmodul vertieft empirische Methodenkenntnisse für den breiten Methodenkanon sozialwissenschaftlicher Forschung. Wesentliches Ziel des Moduls ist es, ausgewählte Methoden in ihrer Tiefe kennenzulernen, anwenden und reflektieren zu können. Studierende sollen dabei auch in die Lage versetzt werden, eine Methode (quantitativ, qualitativ, computational oder mixed-methods) in ihrer Komplexität analysieren und selbstständig auf sozialwissenschaftliche Fragestellungen übertragen und zuschneiden zu können. Hierzu zählen neben den Methodenkenntnissen auch forschungspraktische Aspekte zu Themen wie Forschungsethik, Replizierbarkeit und Open Science.
Form der Modulprüfung	Hausarbeit oder mündliche Prüfung
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Mario Haim sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch

Sonstige Informationen

keine

Modul: P 6 Masterprojekt strategische Kommunikation

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation
(Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 6.1 Planung und Konzeption des Masterprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation	SoSe	60 h (4 SWS)	210 h	(9)
Seminar	P 6.2 Empirische Umsetzung des Masterprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation	SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 6 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	keine
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Im Mittelpunkt des Masterprojekt-Moduls steht ein konkretes Forschungsvorhaben, das die Studierenden gemeinsam mit den Lehrenden zu einem vorab festgelegten Forschungsbereich der strategischen Kommunikation entwickeln. Der Prüfungsausschuss gibt die jeweils neuen Masterprojekt-Themenfelder rechtzeitig vor Semesterbeginn bekannt und sorgt dafür, dass ausreichend Projekte angeboten werden. Der Fokus liegt auf aktuellen Fragestellungen, die im Bereich strategische Kommunikation diskutiert werden. Die Studierenden erhalten hier Gelegenheit, ein konkretes Forschungsvorhaben von Anfang bis Ende zu begleiten und dabei ihre theoretischen, methodischen und inhaltlichen Kenntnisse anzuwenden und zu vertiefen. Die Teilnehmerzahl ist in der Regel beschränkt und sollte 15 nicht überschreiten. <u>P 6.1 Planung und Konzeption des Masterprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation</u>

Im Seminar P 6.1 erarbeiten die Studierenden gemeinsam mit den Lehrenden eine Forschungsfrage sowie den theoretischen und methodischen Forschungshintergrund und leiten daraus eigene Forschungsfragen und/oder Hypothesen ab. In der Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand schaffen sie die Grundlage für das empirische Projekt, das im Rahmen von Modul P6 durchgeführt wird.

P 6.2 Empirische Umsetzung des Masterprojekts für Studierende der strategischen Kommunikation

Die empirische Umsetzung steht im Mittelpunkt des Seminars P 6.2. Es ist das Ziel, dass die Studierenden in dem Seminar ein Forschungsprojekt gemeinsam durchführen und auswerten. Mit der Anlage des Seminars ist es auch möglich, neuere methodische Ansätze gemeinsam mit den Studierenden zu erproben und auf konkrete Fragestellungen anzuwenden.

Qualifikationsziele

Das Qualifikationsziel des Moduls P 6 ist dann erreicht, wenn die Studierenden ein eigenes Forschungsprojekt zu einer aktuellen Fragestellung zu strategischer Kommunikation erfolgreich konzipiert, durchgeführt, ausgewertet, präsentiert und in einem Bericht zusammengefasst haben.

Das Masterprojekt zielt darauf ab, Studierende in die Lage zu versetzen, eigenständig eine Fragestellung zu entwickeln und ihr Vorwissen kreativ einzubringen. Im Vordergrund steht die Erarbeitung einer Forschungsfrage im Forschungsfeld strategischer Kommunikation. Neben der Vermittlung reflektierter Kenntnisse möglicher Forschungsdesigns, Erhebungsinstrumente und Messmethoden ist ein weiteres Ziel des Moduls, Operationalisierungen zu konkretisieren und schließlich in der eigenständigen Datenerhebung umzusetzen und Auswertungsstrategien zu entwickeln.

Als Schlüsselqualifikationen werden hier vernetztes Denken und Transferfähigkeit als Entwicklung eigener Forschungsideen geschult. Auch die Organisationsfähigkeit wird in diesem Modul gefördert.

Form der Modulprüfung

Forschungsbericht

Art der Bewertung

Das Modul ist benotet.

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten

Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).

Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Diana Rieger (oder Nachfolge Prof. Dr. Romy Fröhlich) sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 7 Berufspraxis

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation
(Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Praktikum	P 7.1 Praktikum	WiSe und SoSe	-	450 h	(15)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 0 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	keine
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	vgl. Anlage 3
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 3
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Der Inhalt des Praktikums richtet sich nach den Anforderungsprofilen von entsprechenden Kommunikations- und Medienberufen. Praxisfelder, in denen das Praktikum absolviert werden können, sind 1. Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit: Tätigkeiten im Bereich der externen und internen Organisationskommunikation sowie bei Beratungsdienstlern; 2. Werbung: kreative und konzeptionelle Tätigkeiten im Bereich der werblichen Kommunikation sowie bei Beratungsdienstlern; 3. Medien- und Marktforschung: Tätigkeiten in Betrieben der Markt- und Meinungsforschung, Marktforschungsabteilungen von Medienunternehmen, Mediaforschung in Media- oder Werbeagenturen sowie Mitarbeit an Forschungsprojekten des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung;

4. Digitale Medien: Tätigkeiten im Bereich der Social Media, des SEO & SEM, Konzeption von Multimedia- und Web-Auftritten.

Die Tätigkeiten und Aufgaben während des Praktikums sollen hinreichend anspruchsvoll sein und über die Vermittlung von grundlegenden praktischen Fertigkeiten hinausgehen. Die Tätigkeiten müssen einen Schwerpunkt auf strategischer Kommunikation haben

Qualifikationsziele	Ziele des studienbegleitenden Praktikums sind die Vertiefung und der Ausbau praktischer Fertigkeiten im Feld der strategischen Kommunikation. Im Praktikum sollen die in der theoretischen Ausbildung erworbenen Kenntnisse umgesetzt werden; die praktische Tätigkeit soll selbst Gegenstand theoretischer Reflexion werden. Den Studierenden wird eine Orientierung hinsichtlich möglicher späterer Beschäftigungsfelder ermöglicht.
Form der Modulprüfung	Praktikumsbericht
Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Neil Thurman sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 8 Methodenvertiefung II

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 8.1 Projektorientierte Anwendung von Methoden 2	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 8.2 Praktische Aspekte im Forschungsprozess 2	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation. Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS). Die Lehrveranstaltung P 8.1 Projektorientierte Anwendung von Methoden 1 und die Lehrveranstaltung P 8.2 Praktische Aspekte im Forschungsprozess 1 sind ferner Bestandteile eines Wahlpflichtmoduls des Masterstudiengangs Computational Social Science (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 3
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Zentraler Inhalt des Moduls sind fortgeschrittene empirische Methoden (quantitativ, qualitativ, computational oder mixed-methods; z.B. Panel-Studien, Netzwerkanalysen, komplexe Ansätze der computational methods, etc.). Das Modul ist in ein Seminar zur Vermittlung und projektorientierten Anwendung der Methode sowie der dafür notwendigen Voraussetzungen und in ein Seminar zur Vermittlung und Diskussion forschungspraktischer Aspekte gegliedert.

P 8.1 Projektorientierte Anwendung von Methoden 2

In diesem Seminar wird eine fortgeschrittene empirische Methode sowie die für sie notwendigen Voraussetzungen vermittelt. Es kann sich dabei sowohl um eine Methode der Datenerhebung als auch um Methode der Datenauswertung handeln. Die Methode soll im Seminar im Rahmen eines Forschungsprojekts Anwendung finden.

P 8.2 Praktische Aspekte im Forschungsprozess 2

Ergänzend zur eigentlichen Methode sollen in diesem Seminar forschungspraktische Aspekte begleitend vermittelt und diskutiert werden. Besondere Schwerpunkte sollen dabei auf Aspekten der Forschungsethik, der Replizierbarkeit und der Open Science liegen.

Qualifikationsziele	Das Pflichtmodul vertieft empirische Methodenkenntnisse für den breiten Methodenkanon sozialwissenschaftlicher Forschung. Wesentliches Ziel des Moduls ist es, ausgewählte fortgeschrittene Methoden in ihrer Tiefe kennenzulernen, anwenden und reflektieren zu können. Studierende sollen dabei auch in die Lage versetzt werden, eine Methode (quantitativ, qualitativ, computational oder mixed-methods) in ihrer Komplexität analysieren und selbstständig auf sozialwissenschaftliche Fragestellungen übertragen und zuschneiden zu können. Hierzu zählen neben den Methodenkenntnissen auch forschungspraktische Aspekte zu Themen wie Forschungsethik, Replizierbarkeit und Open Science.
Form der Modulprüfung	Hausarbeit oder mündliche Prüfung
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Mario Haim sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch

Sonstige Informationen

keine

Modul: P 9 Wissenstransfer

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation
(Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 9.1 Wissenschaftskommunikation	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Seminar	P 9.2 Kommunikationspraxis	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 3
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul setzt sich aus zwei Seminaren zusammen, von denen eins in der Regel von Lehrbeauftragten aus der Praxis geleitet wird. Übergeordnetes Ziel ist es, Wissenstransfer theoretisch (Wissenschaftskommunikation) und praktisch (Kommunikationspraxis) zu reflektieren, in größere Kontexte einzuordnen und kritisch zu beleuchten, so dass Überlegungen der Forschungs- und Berufspraxis auf der Meta-Ebene möglich sind. Dabei geht es um ein grundlegendes Verständnis von Wissenschaftskommunikation und anwendungsorientierte Fragen und Probleme der Forschungspraxis und ihrer Kommunikation. <u>P 9.1 Wissenschaftskommunikation</u> Das Seminar 9.1 behandelt aktuelle Themen der Wissenschaftskommunikation(sforschung). Die Inhalte führen in die zentralen Theorien und Modelle ein, zeigen historische Entwicklungen auf und vertiefen Besonderheiten des Themas (wie Evidenzkommunikation oder Public Engagement with

Science). Als Querschnittsthemen werden im Rahmen von Wissenschaftskommunikation Akteure und Akteurinnen und ihre strategische Kommunikation, (journalistische) Inhalte, spezifische Medienkanäle (insbesondere digitale Kanäle), Medienrezeption und Medienwirkung behandelt. Damit sind stets aktuelle Entwicklungen und Beobachtungen, deren theoretische Herleitung und (sozialwissenschaftliche) methodische Untersuchung sowie Forschungsbefunde zur Wissenschaftskommunikation Gegenstand des Seminars.

P 9.2 Kommunikationspraxis

Im Seminar 9.2 werden durch Lehrbeauftragte vor dem Hintergrund ihrer beruflichen Expertise die gewonnenen Erkenntnisse aus 9.1 im Rahmen von Praxis(einblicken) konkretisiert. Es geht um praktische Tätigkeiten von sich an der Wissenschaftskommunikation beteiligenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern oder solchen aus den Bereichen Wissenschafts-Öffentlichkeitsarbeit, -Public Relations, -journalismus, -evaluation oder verwandten Feldern. Die jeweilige Praxis soll dabei möglichst breit und umfassend reflektiert werden.

Qualifikationsziele

Das Modul greift Forderung nach mehr theoretischer und praktischer Wissenschaftskommunikation auf. Die Studierenden lernen kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse ausgewählter Problemfelder der Wissenschaftskommunikation kennen. Die Veranstaltungen sollen dazu dienen, Forschungstätigkeiten unter aktuellen Gesichtspunkten der Wissenschaftskommunikationsforschung und -praxis einzuordnen.

Besonderes Augenmerk wird dabei auf den Erwerb eines Problembewusstseins über das Thema, Theorien, Methoden und Praxis gelegt. Aktuelle, vor allem evidenzbasierte Ergebnisse der Wissenschaftskommunikation und Forschungstätigkeiten sollen in größere Kontexte sowohl theoretisch als auch empirisch und praktisch kritisch eingeordnet werden können. Schlüsselqualifikationen sind demnach Wissen, Strukturierung, vernetztes Denken, Transferfähigkeit, sowie Team- und Kommunikationsfähigkeit.

Form der Modulprüfung

Hausarbeit oder Referat oder Übungsmappe

Art der Bewertung

Das Modul ist benotet.

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten

Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der

zugeordneten Pflicht- und ggf.
Wahlpflichtprüfungsteile).

Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Lars Guenther sowie Vorsitzende/r des
Prüfungsausschusses Master Strategische
Kommunikation

Unterrichtssprache(n)

Deutsch oder Englisch

Sonstige Informationen

keine

Modul: P 10 Begleitmodul Masterarbeit

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 10.1 Abschlusssseminar für Masterstudierende	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 2 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Journalismus (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Computational Social Science (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 4
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul P 10: Begleitmodul Masterarbeit und das darin enthaltende Abschlusssseminar für Masterstudierende P 10.1 dienen der intensiven Begleitung der theoretischen Verortung, methodischen Umsetzung, Datenerhebung und -analyse, Ergebnisdarstellung und Diskussion im Rahmen der Masterarbeit und der Vorbereitung der Disputation. Hierfür werden zunächst vorhandene Kenntnisse über wissenschaftliches Arbeiten vertieft und formale und inhaltliche Anforderungen an Masterarbeiten vermittelt. Darüber hinaus werden einerseits konkrete Probleme der theoretischen Fundierung, methodischen Herangehensweise und Datenanalyse erörtert und die in der Datenerhebung gewonnenen

Erkenntnisse diskutiert. Andererseits sollen die aus dem Forschungskontext erwachsenden Fragestellungen und Erkenntnisse an den Theoriebestand des Faches zurückgebunden werden.

Die Prüfungsleistung Referat beinhaltet eine Präsentation der Fundierung, Durchführung und Ergebnisse der Masterarbeitsprojekte, die anschließend im Seminar kritisch diskutiert wird. Diese Diskussion soll dabei helfen, die Argumentationsstrategie für die Disputation vorzubereiten.

Qualifikationsziele	Ziel ist es, den Studierenden einen klaren Erwartungshorizont im Hinblick auf die formalen und inhaltlichen Anforderungen an ihre Masterarbeiten zu vermitteln. Durch die intensive Begleitung des Schreibprozesses können die Studierenden immer wieder inhaltliche Anpassungen der Masterarbeit in Eigenleistung vornehmen. Gleichzeitig werden die Studierenden durch das Seminar in optimaler Weise auf das Verfassen der Masterarbeiten und die Disputation vorbereitet, indem das Seminar als Plattform genutzt wird, die Abschlussarbeiten zu präsentieren, Forschungsprobleme zu diskutieren und sich über gemeinsame und individuelle Probleme auszutauschen.
Form der Modulprüfung	Referat
Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constanze Rossmann sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine

Modul: P 11 Abschlussmodul

Zuordnung zum Studiengang

Masterstudiengang: Strategische Kommunikation (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Masterarbeit	P 11.1 Masterarbeit	WiSe und SoSe	-	630 h	(21)
Disputation	P 11.2 Disputation	WiSe und SoSe	-	90 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 24 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 0 Semesterwochenstunden. Inklusive Selbststudium sind etwa 720 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Strategische Kommunikation (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Kommunikations- und Medienforschung (120 ECTS). Es ist ferner ein Pflichtmodul des Masterstudiengangs Computational Social Science (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	keine
Teilnahmevoraussetzungen	erfolgreiche Teilnahme an P 1 bis P 6
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 4
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul: P11 Abschlussmodul rundet den Masterstudiengang ab, indem die Erkenntnisse aus dem Studiengang auf eine eigene Forschungsarbeit angewendet werden. Das Modul umfasst eine schriftliche Hausarbeit (Masterarbeit) und die Disputation der Masterarbeit. <u>P 11.1 Masterarbeit</u> Im Rahmen der Masterarbeit bearbeiten die Studierenden innerhalb einer Frist von 17 Wochen selbstständig eine wissenschaftliche Fragestellung aus dem Bereich der strategischen Kommunikation. Sie gehen dabei theoretisch fundiert und nach

anerkannter wissenschaftlicher Methodik vor. Die Masterarbeit ist somit forschungsorientiert und soll einen neuartigen Beitrag zu einer wissenschaftlichen Fragestellung leisten. Dabei reflektiert die Masterarbeit sowohl den theoretischen, wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn als auch die gesellschaftliche und/oder praktische Relevanz der gewonnenen Einsichten. Der Umfang der Masterarbeit liegt bei 100.000 Zeichen.

P 11.2 Disputation

In der Disputation präsentieren die Studierenden die in der Abschlussarbeit dargestellten Inhalte in geeigneter Form, ordnen diese theoretisch ein, reflektieren sie kritisch und stellen sie unter Anwendung des im Studium erworbenen Wissens zur Diskussion. Die Disputation setzt sich somit aus einem Kurzreferat, das die wesentlichen Inhalte der Masterarbeit knapp zusammenfasst und in geeigneter Weise präsentiert, und einer vertiefenden Diskussion mit dem Prüfer oder der Prüferin zusammen. Die Dauer der Disputation beträgt 30 Minuten.

Qualifikationsziele	Mit der Masterarbeit weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, eine eigene wissenschaftliche Fragestellung zu entwickeln sowie theoretisch und methodisch fundiert zu untersuchen, auszuwerten und darzustellen und so zu einem wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn beizutragen. Mit der Disputation zeigen sie, dass sie in der Lage sind, eigens generierte Erkenntnisse mündlich zu präsentieren, theoretisch einzuordnen, kritisch zu reflektieren und zu diskutieren.
Form der Modulprüfung	keine, da zwei Modulteilprüfungen, bestehend aus Masterarbeit und Disputation
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Constanze Rossmann sowie Vorsitzende/r des Prüfungsausschusses Master Strategische Kommunikation

Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	keine