

## Studienführer

# Master Medien- und Kommunikationswissenschaft: Digitale Kommunikation

Universität Mannheim

Stand: Februar 2020

## **Inhaltsverzeichnis**

<b><u>1.</u></b>	<b><u>ALLGEMEINES ZUM STUDIENGANG .....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>2.</u></b>	<b><u>INFORMATION UND BERATUNG .....</u></b>	<b><u>4</u></b>
<b><u>3.</u></b>	<b><u>MODULÜBERSICHT .....</u></b>	<b><u>5</u></b>
<b><u>4.</u></b>	<b><u>MODULBESCHREIBUNGEN .....</u></b>	<b><u>6</u></b>
<b><u>5.</u></b>	<b><u>PRÜFUNGEN, MODUL- UND GESAMTNOTEN .....</u></b>	<b><u>8</u></b>
<b><u>6.</u></b>	<b><u>EXEMPLARISCHER STUDIENPLAN .....</u></b>	<b><u>9</u></b>

## **1. Allgemeines zum Studiengang**

Der forschungsbasierte Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft: Digitale Kommunikation“ bietet B.A.-Absolventinnen und B.A.-Absolventen eines medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiums (oder eines von der Auswahlkommission als fachverwandt anerkannten Studiums) die Möglichkeit, ihre medien- und kommunikationswissenschaftlichen Kenntnisse zu vertiefen. Der Studiengang wird nach vier Semestern mit dem Master of Arts abgeschlossen und setzt sich zusammen aus dem Hauptfach Medien- und Kommunikationswissenschaft und einem Wahlpflichtmodul, das die Möglichkeit bietet, einen individuellen Schwerpunkt in einem in einem anderen Fach zu setzen.

Im Zentrum des Masterstudiums steht die Erforschung der sozialen und individuellen Folgen des digitalen Wandels. Die Studierenden beschäftigen sich daher stets mit aktuellen Themen: Jährlich bieten wir Ihnen zwei neue Schwerpunktthemen an, die sich an den gegenwärtigen Entwicklungen der digitalen Kommunikation orientieren. Im Laufe des Studiums vertiefen Sie zudem Ihre methodischen und theoretischen Kenntnisse im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft und wenden diese in einem zweisemestrigen Forschungsprojekt an. Hierfür untersuchen Sie in Kleingruppen eine selbstgewählte Forschungsfrage aus dem Bereich der Schwerpunktthemen. In den Seminaren und Workshops des Projektmoduls erwerben Sie die Fähigkeiten, um Ihr Forschungsprojekt eigenständig von der Planung über die Durchführung bis zur Vorstellung der Ergebnisse zu bearbeiten.

Im Rahmen des Masters „Digitale Kommunikation“ erarbeiten Sie sich vor allem kommunikationswissenschaftliche Theoriekenntnisse sowie empirische Forschungskompetenzen. Neben der Kenntnis einzelner Methoden und deren Anwendung im Rahmen von Projektseminaren erwerben Sie dabei die Fähigkeit, selbstständig das Forschungsdesign ganzer Studien zu entwickeln. Sie werden dadurch auf die zentralen Tätigkeiten des Wissenschaftsbetriebs vorbereitet und können sich – bei entsprechender Eigeninitiative – mit eigenen Konferenzbeiträgen oder ersten Publikationen beteiligen.

Bewerberinnen und Bewerber für den Studiengang sollten Interesse an der Beschäftigung mit medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschung sowie Kenntnisse in Methoden der empirischen Sozialforschung mitbringen. Auch die Fähigkeit, kritisch und interdisziplinär zu denken, sowie die Bereitschaft zum selbstständigen und zielorientierten Arbeiten in Projekten und Forschungsgruppen sind Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium. Des Weiteren sind gute Englischkenntnisse vonnöten.

## **2. Information und Beratung**

Allgemeine Informationen zum Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft: Digitale Kommunikation“ finden sich im Internet unter der Adresse:

<https://www.phil.uni-mannheim.de/studium/masterstudiengaenge>

Für die allgemeine Studienberatung und für Fragen zur Einschreibung, zur Prüfungsanmeldung etc. ist Frau Claudia Stepken im Studienbüro II zuständig.

[stepken@verwaltung.uni-mannheim.de](mailto:stepken@verwaltung.uni-mannheim.de)

Die Fachstudienberater für den Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft: Digitale Kommunikation“ sind David Suderland und Rainer Freudenthaler. In der Fachstudienberatung können u. a. Fragen zur Planung des Studiums geklärt werden.

[mkwber@mail.uni-mannheim.de](mailto:mkwber@mail.uni-mannheim.de)

Für die Anerkennung von Prüfungsleistungen aus anderen Studiengängen sowie für Anerkennungen aus dem Ausland ist der Zentrale Prüfungsausschuss zuständig.

<http://www.uni-mannheim.de/zentraler-pruefungsausschuss/kontakt/>

Das für Ihren Studiengang gültige Veranstaltungsangebot finden Sie nach der Einschreibung in der Rubrik „Mein Studienplaner“ im Studierendenportal der Universität Mannheim:

<https://portal2.uni-mannheim.de>

Für das jeweilige Semester findet vor Beginn an gleicher Stelle ein Anmeldeverfahren statt.

### 3. Modulübersicht<sup>1</sup>

#### Digitale Kommunikation

<b>VL</b> Digitale Kommunikation	4
<b>S</b> Themenseminar	6
<b>S</b> Schwerpunktthema I	5
<b>S</b> Schwerpunktthema II	5
	20

#### Methodenmodul Grundlagen

<b>Ü</b> Research Design	4
<b>S</b> Qualitative Methoden: Überblick	6
<b>S</b> Quantitative Methoden: Überblick	6
	16

#### Methodenmodul Vertiefung

<b>Ü</b> Qualitative Methoden I	6
<b>Ü</b> Quantitative Methoden I	6
<b>S</b> Methoden II	7
	19

#### Projektmodul I

<b>S</b> Projektseminar I	7
<b>Ü</b> Research Workshop I (Projektmanagement)	2
<b>Ü</b> Research Workshop II (Publikationsstrategien)	2
	11

#### Projektmodul II

<b>S</b> Projektseminar II	8
<b>Ü</b> Research Workshop III	2
<b>Ü</b> Coaching	2
	12

#### Wahlpflichtmodul

2–3 Veranstaltungen in einem anderen Fach	
	12-15

#### Prüfungsmodul

<b>Masterarbeit</b>	24
Mündliche Abschlussprü- fung	6
	30

<sup>1</sup> Die Zahlen geben die ETCS-Punkte für die jeweilige Veranstaltung an. Ein ETCS-Punkt entspricht einem zeitlichen Arbeitsaufwand von 25-30 Stunden.

## **4. Modulbeschreibungen<sup>2</sup>**

- **Digitale Kommunikation [20 ECTS]**

Das Modul Digitale Kommunikation setzt sich zusammen aus der VL „Digitale Kommunikation: Forschungsfelder & Theorien“ sowie einem Themenseminar und zwei Seminaren zu Schwerpunktthemen.

Die Vorlesung „Digitale Kommunikation: Forschungsfelder und Theorien“ gibt Ihnen einen Überblick über wichtige Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaft und deren Anwendung auf Probleme der Erforschung digitaler Kommunikation. In den Schwerpunktseminaren im ersten Semester werden Sie in zwei aktuelle Forschungsthemen eingeführt. Dabei lernen Sie, die allgemeinen Theorien der MKW auf konkrete, aktuelle Fragestellungen zu beziehen. Im zweiten Semester wird Ihnen außerdem in einem Themenseminar die Möglichkeit gegeben, neben dem Forschungsprojekt noch Einblick in einen weiteren Forschungsbereich der MKW zu erhalten.

- **Methodenmodul Grundlagen [16 ECTS]**

In Umfang und Gewichtung der beiden Methodenmodule findet die interdisziplinäre Ausrichtung des Studiengangs Ausdruck. Sie lernen die empirischen Methoden und Forschungsdesigns der verschiedenen Forschungsperspektiven kennen, die in der Mannheimer Medien- und Kommunikationswissenschaft vertreten sind.

Im ersten Semester erhalten Sie in zwei Seminaren zu qualitativen und quantitativen Methoden zunächst einen Überblick über die wichtigsten Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Zusätzlich besuchen Sie die Übung „Research Design“, in der Sie Grundkenntnisse zu Planung, Aufbau und Durchführung von empirischen Studien erwerben.

- **Methodenmodul Vertiefung [19 ECTS]**

Im zweiten Semester besuchen Sie je ein Seminar in quantitativen und qualitativen Methoden. Diese bauen auf das im ersten Semester erworbene theoretische Wissen auf und widmen sich der praktischen Anwendung je einer konkreten wissenschaftlichen Methode. Sie erlernen bspw. die Planung und Durchführung einer quantitativen Erhebung mit einem standardisierten Fragebogen oder die Untersuchung von audiovisuellen Produkten mithilfe einer qualitativen Film- und Fernsehanalyse.

Im dritten Semester wählen Sie den methodischen Schwerpunkt Ihres Studiums. Hier vertiefen Sie Ihre Kenntnisse in einer Übung in qualitativen oder quantitativen Methoden passend zu Ihrem Forschungsprojekt.

---

<sup>2</sup> Bitte schauen Sie parallel auch immer in die Prüfungsordnung für Ihren Masterstudiengang.

- **Modul: Projektmodul I [11 ECTS]**

Herzstück und Alleinstellungsmerkmal des Masterprogramms ist das zweisemestrige Forschungsprojekt. Hier haben Sie die Auswahl aus einem von zwei Themen, die an die Schwerpunktthemen des Moduls „Digitale Kommunikation“ anschließen. Im zweiten und dritten Semester analysieren Sie aktuelle gesellschaftliche Fragestellungen aus dem Bereich der digitalen Kommunikation. Die Projektarbeit findet dabei unter der Anleitung von Professorinnen und Professoren statt, welche Sie aus ihrer individuellen theoretischen und methodischen Perspektive heraus beraten. Dies geschieht durch innovative Lehrformen wie z.B. Forschungscoachings, studentisch organisierte Symposia und Forschungsexkursionen. Im Zuge dieses Prozesses erlernen Sie die Anwendung von Theorie und Forschungsmethodik im Hinblick auf aktuelle mediale und gesellschaftliche Entwicklungen.

Das Projektmodul I setzt sich zusammen aus dem Projektseminar I, in dem Sie die Planung und Bearbeitung Ihres Forschungsprojektes durchführen, sowie den Research Workshops I und II, in denen Sie die Fähigkeiten zur Planung und Durchführung Ihres Forschungsprojektes erwerben.

- **Modul: Projektmodul II [13 ECTS]**

Das Projektmodul II besteht aus dem Projektseminar II, in dem Sie die Analyse Ihrer Forschungsdaten durchführen und Ihr Forschungsprojekt mit der schriftlichen Zusammenfassung Ihrer Ergebnisse abschließen, sowie dem Research Workshop III und der Übung Coaching, in denen Sie u. a. wichtige Kenntnisse zur Publikation im Wissenschaftssystem erwerben.

- **Modul: Wahlpflichtmodul [12-15 ECTS]**

Im Wahlpflichtmodul können Sie in den ersten drei Semestern einen individuellen Schwerpunkt in einem fachfremden Bereich setzen. Sie haben die Wahl zwischen den folgenden Modulen: Interaktion und Text, Sociological Theory, Methods, Vergleichende Regierungslehre, Politische Soziologie, Internationale Beziehungen, Geschichte, Philosophie und Medienpsychologie.

- **Prüfungsmodul [30 ECTS]**

Das Prüfungsmodul besteht aus der max. 75 Seiten umfassenden schriftlichen Master-Abschlussarbeit [24 ECTS] und einer mündlichen Master-Abschlussprüfung [6 ECTS] von 20–30 Minuten. Das Thema der Master-Abschlussarbeit kann auf dem Projektthema aufbauen, aber auch davon unabhängig gewählt werden. Dabei sind Sie frei, ein Thema aus den Themenbereichen unserer Professoren und Professorinnen zu wählen. Die Erarbeitung des Themas wird in den Forschungskolloquien der Lehrstühle betreut und begleitet.

## **5. Prüfungen, Modul- und Gesamtnoten**

Zuständig für die Anmeldung zu Prüfungen und für alle diesbezüglichen Fragen ist das Studienbüro II. Wenn Sie also zu Prüfungen, Anmeldungen, Immatrikulation, Beurlaubung etc. Fragen haben, dann wenden Sie sich bitte an unsere Beschäftigten im Studienbüro II. Inhaltliche Fragen zum Studium und zur Semesterplanung beantworten Ihnen gerne Ihre Studienberaterinnen und Studienberater in den Fachbereichen.

- Um die entsprechenden Credits (ECTS-Punkte) zu erhalten, ist für alle Veranstaltungen eine Anmeldung zur Prüfung erforderlich.
- Die Prüfungsanmeldung erfolgt immer über das Portal<sup>2</sup>, im Herbst-/Wintersemester meist im Oktober, im Frühjahrs-/Sommersemester meist im April, und ist verbindlich. Ein Rücktritt ist nur innerhalb der vom Studienbüro für das jeweilige Semester benannten Frist möglich. Bitte beachten Sie, dass für unterschiedliche Veranstaltungen Ihres Studiengangs unterschiedliche Fristen gelten können.

Sollten Sie eine Prüfung im ersten Versuch nicht bestehen, ist die Teilnahme an der Wiederholungsprüfung zum Ende der sich jeweils anschließenden Semesterferien verpflichtend. Bitte beachten Sie, dass Sie für den 1. Wiederholungsversuch in der Regel automatisch angemeldet werden.

- Gemäß Prüfungsordnung können studienbegleitende Prüfungen, die mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden oder als nicht bestanden gelten, einmal wiederholt werden. Eine zweite Wiederholung bei einer studienbegleitenden Prüfung ist nur einmalig möglich. Bei dieser zweiten Wiederholung sind Sie verpflichtet, bei nächster Gelegenheit eine gleichwertige Veranstaltung zu belegen.

Eine Wiederholung zur Notenverbesserung einer im ersten Versuch bestandenen Prüfungsleistung ist im gesamten Masterstudium nur einmal möglich. Es zählt dann die bessere Note.

Die Modulnoten ergeben sich als mit den ECTS-Punkten gewichteter Durchschnitt aus den dem jeweiligen Modul zugeordneten Prüfungsleistungen (Teilprüfungen). Eine Modulabschlussprüfung (MAP) ist bestanden, wenn jede einzelne Teilprüfung für sich bestanden ist. Ist eine Teilprüfung mit „nicht ausreichend“ bewertet, so ist nur diese zu wiederholen.

Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich als das mit den ECTS-Punkten gewichtete arithmetische Mittel der einzelnen bewerteten Module.

Die verbindliche Prüfungsordnung finden Sie unter:

<https://www.uni-mannheim.de/studium/im-studium/pruefungen/pruefungsordnungen/masterpruefungsordnungen/#c58912>

## 6. Exemplarischer Studienplan<sup>3</sup>

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
<b>Modul: Digitale Kommunikation</b> 20 ECTS	VL Digitale Kommunikation  S Schwerpunkt-thema I  S Schwerpunkt-thema II	S Themen-seminar		
<b>Methodenmodul Grundlagen</b> 16 ECTS	Ü Research Design  S Qualitative Methoden: Überblick  S Quantitative Methoden: Überblick			
<b>Methodenmodul Vertiefung</b> 19 ECTS		Ü Qualitative Methoden I  Ü Quantitative Methoden I	Ü Qualitative ODER Quantitative Methoden II	
<b>Projektmodul</b> 23 ECTS		Ü Research Workshop I  Ü Research Workshop II  S Projektseminar I	Ü Research Workshop III  Ü Coaching  S Projekt-seminar II	
<b>Prüfungsmodul</b> 30 ECTS				Masterarbeit  Mündliche Prüfung
<b>Wahlpflichtmodul</b> 12–15 ECTS	Veranstaltungen je nach Modul			

<sup>3</sup> Die Grafik zeigt eine Studienverlaufsempfehlung. Individuelle Abweichungen sind möglich. Bitte beachten Sie bei der Planung ihres Studienverlaufs und ihres möglichen Auslandssemesters, dass die Seminare des Masters „Medien- und Kommunikationswissenschaft: Digitale Kommunikation“ im Jahreshyprhythmus angeboten werden. Auch bei der Belegung Ihres Wahlpflichtmoduls sollten Sie berücksichtigen, ob die Veranstaltungen des von Ihnen gewählten Moduls im Frühjahrs-/Sommersemester oder im Herbst-/Wintersemester angeboten werden.

