

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

BA Kommunikations- und Medienwissenschaften

(Zweifach)

Sommersemester 2021

Stand 04.03.2021

Einschreibungen ausschließlich per [Stud.IP](#) vom **18.02. 12.00 Uhr bis 19.03.2021 16.00 Uhr**

Lehrende im SS 2021:

Prof. Dr. Elizabeth Prommer:	elizabeth.prommer@uni-rostock.de
Prof. Dr. Stefan Kroll:	stefan.kroll@uni-rostock.de
Dr. Andy Räder:	andy.raeder@uni-rostock.de
Dr. Franziska Thiele :	franziska.thiele@uni-rostock.de
Friedrich Niemeyer:	friedrich.niemeyer@uni-rostock.de
Julia Stüwe:	julia.stuewe@uni-rostock.de
Juliane Wegner:	juliane.wegner@uni-rostock.de
Benjamin Hujawa	
Julia Natusch	

Es stehen insgesamt genügend Seminarplätze für alle Studierenden zur Verfügung. **Bitte vermeiden Sie Mehrfachanmeldungen**, dass führt zur „scheinbaren“ Überbuchung. Beim - unwahrscheinlichen - Fall der Überbuchung einer Lehrveranstaltung erfolgt eine Zufallsauswahl, die Reihenfolge der Anmeldung spielt keine Rolle. Studierende der Kommunikationswissenschaft und Erziehungswissenschaften werden bevorzugt berücksichtigt.

Informationen zur Studienplanung im B.A. Kommunikations- und Medienwissenschaft:

Zum 2. Semester:

Für das **Modul KOMM I (5100180): Methoden der empirischen Medienforschung** müssen Sie:

1. die Vorlesung „Einführung in die Methoden der empirische Medienforschung“
2. ein Seminar „Empirisches Medienforschungsprojekt: Rezeptionsforschung“ (Termin nach Wahl),
3. das Tutorium zur Medienforschung (Termin nach Wahl, bitte beachten Sie, dass das Tutorium zu dem gleichnamigen Seminar gehört)

besuchen.

Zum 4. Semester:

Für das **Modul KOMM K (5100310): Praxis der Medien**

1. das Seminar „Medienberufe – Einstieg in die Praxis“ (74473),
2. ein Seminar ihrer Wahl aus dem Modul K (5100310)

besuchen.

MODUL 5100180 (Komm I)

Methoden der empirischen Medienforschung

Einführung in die Methoden der empirischen Medienforschung

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74496	SWS	2
Veranstaltungstitel	Einführung in die Methoden der empirischen Medien-	Semester	SS 2021
	forschung	Sprache	Deutsch
Veranstaltungsart	Vorlesung/Online		

Termine, Räume und Personal

Mo 15:15 - 16:45 ^{wö} 12.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Elizabeth Prommer

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Verantwortliche Lehrpersonen

Elizabeth Prommer

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100180 Empirische Medien- und Kommunikationsforschung

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Ergebnisse empirischer Forschung spielen sowohl in den Medien als auch in der Wissenschaft eine überragende Rolle: z. B. in Form von Umfrageergebnissen der Markt-, Medien- und Meinungsforschung, Hochrechnungen aus dem Wahlstudio, Inhaltsanalysen von Medieninhalten und fast täglich neuen Zahlen rund um das Internet und seine zunehmende Verbreitung. Um all diese Daten (auch journalistisch) richtig interpretieren und verarbeiten zu können, muss man wissen, wie sie zustande kommen. Das gilt erst recht, wenn man z. B. im Rahmen einer Abschlussarbeit eine eigene empirische Studie durchführen will.

Im Rahmen der Vorlesung wird ein einführender Überblick über die gängigen Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung und Beispiele für ihre Anwendung auf unterschiedliche Medien wie TV, Print und Internet gegeben. Dabei wird es vor allem um die in der Kommunikationswissenschaft wichtigsten Methoden Inhaltsanalyse und Befragung gehen, aber auch um die Beobachtung und das Experiment.

Abschluss Modulprüfung: Hausarbeit im Seminar, Präsentation

Einschreibezeitraum für Studierende ab dem 2. Semester:

18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021

Empirische Medienforschung

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74507	SWS	2
Veranstaltungstitel	Empirische Medienforschung	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Seminar/Online	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Di 09:15 - 10:45 ^{wö} 06.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Julia Stüwe

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Verantwortliche Lehrpersonen

Julia Stüwe

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2020), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100180 Empirische Medien- und Kommunikationsforschung

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Dieses Seminar wird sich mit dem Forschungsbereich der empirischen Rezeptionsforschung auseinandersetzen. Zum einen werden hier die theoretischen Ansätze der Rezeptions- und Publikumsforschung aufgearbeitet, zum anderen ein konkretes empirisches Forschungsprojekt, z.B. zum Thema des aktuellen Rezeptionsverhaltens von audiovisuellen Bewegtbildern in unterschiedlichen Kontexten (Kino, Fernsehen, mobile Geräte, etc.) durchgeführt. Die Studierenden entwickeln im Seminar ein eigenes Forschungsdesign und führen selbst Feldforschung durch. Abschluss mit Hausarbeit, Hinweis: Bitte achten Sie auf das zur Lehrveranstaltung zugehörige und verpflichtende Tutorium.

Einschreibzeitraum für Studierende ab dem 2. Semester: 18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt:

19.03.2021, 16:10 Uhr

Tutorium zum Seminar "empirisches Forschungsprojekt"

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74504	SWS	2
Veranstaltungstitel	Tutorium zum Seminar "empirisches Forschungsprojekt"	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Tutorium	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Mi 17:15 - 18:45 ^{wö} 07.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Yara Lynn Feist

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 22

Verantwortliche Lehrpersonen

Yara Lynn Feist
Julia Stüwe

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester,
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester,

Module

5100180 Empirische Medien- und Kommunikationsforschung

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Das Tutorium ist verpflichtend zum Seminar "Empirisches Medienforschungsprojekt" von Julia Stüwe zu belegen. Hier wird die Möglichkeit gegeben, an den Fragestellungen rund um das Seminar zu arbeiten.

Einschreibzeitraum für Studierende ab dem 2. Semester: 18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt: 19.03.2021, 16:10 Uhr

Empirische Medienforschung

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74510	SWS	2
Veranstaltungstitel	Empirische Medienforschung	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Seminar	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Di 11:15 - 12:45 ^{wö} 06.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Juliane Wegner

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Verantwortliche Lehrpersonen

Juliane Wegner

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2020), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100180 Empirische Medien- und Kommunikationsforschung

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Dieses Seminar wird sich mit dem Forschungsbereich der empirischen Rezeptionsforschung auseinandersetzen. Zum einen werden hier die theoretischen Ansätze der Rezeptions- und Publikumsforschung aufgearbeitet, zum anderen ein konkretes empirisches Forschungsprojekt, z.B. zum Thema des aktuellen Rezeptionsverhaltens von audiovisuellen Bewegtbildern in unterschiedlichen Kontexten (Kino, Fernsehen, mobile Geräte, etc.) durchgeführt. Die Studierenden entwickeln im Seminar ein eigenes Forschungsdesign und führen selbst Feldforschung durch. Abschluss mit Hausarbeit, Hinweis: Bitte achten Sie auf das zur Lehrveranstaltung zugehörige und verpflichtende Tutorium.

Einschreibzeitraum für Studierende ab dem 2. Semester: 18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt:

19.03.2021, 16:10 Uhr

Tutorium zum gleichnamigen Seminar "Empirische Medienforschung"

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74503	SWS	2
Veranstaltungstitel	Tutorium zum gleichnamigen Seminar "Empirische Medienforschung"	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Tutorium	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Do 15:15 - 16:45 ^{wö} 08.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung N.N.

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 22

Verantwortliche Lehrpersonen

Elizabeth Prommer

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, obligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester, obligatorisch

Module

5100180 Empirische Medien- und Kommunikationsforschung

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Das Tutorium ist verpflichtend zum Seminar "Empirisches Medienforschungsprojekt" von N.N. zu belegen. Hier wird die Möglichkeit gegeben, an den Fragestellungen rund um das Seminar zu arbeiten.

Einschreibzeitraum für Studierende ab dem 2. Semester: 18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt:

19.03.2021, 16:10 Uhr

MODUL 5100180 (Komm K)

Praxis der Medien

Medienberufe – Einstieg in die Praxis

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74401	SWS	2
Veranstaltungstitel	Medienberufe – Einstieg in die Praxis	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Seminar/Online	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Mo 17:15 - 18:45 ^{wö} 12.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Elizabeth Prommer

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Verantwortliche Lehrpersonen

Elizabeth Prommer

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100310 Praxis der Medien

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Irgendwas mit Medien“. Dies ist der Berufswunsch vieler Studierender. In diesem Seminar werden wir uns mit den Berufen in und mit Medien beschäftigen. Die Studierenden bereiten jeweils in Teams eine Sitzung vor und stellen die jeweiligen Referenten und das Berufsfeld vor.

Das Seminar soll die Vielfalt der beruflichen Möglichkeiten aufzeigen. Eingeladen sind Vertreter von medienbezogenen Berufsfeldern, die mit der Planung und Konzeption von öffentlicher Kommunikation und Medienangeboten befasst sind. Dazu zählen insbesondere Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations (PR), Organisationskommunikation, Journalismus, Erwachsenenbildung, Medienforschung und Werbung, mit Berücksichtigung traditioneller aber auch digitaler Medien. Konkret sind dies Vertreter von NDR, Ostsee Zeitung, dpa, Werk3, Dt. Journalistenverband, Filmfestival Schwerin, Landesmedienanstalt Schwerin u. a.

Einschreibzeitraum für Studierende ab dem 2. Semester: 18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Pressearbeit und Social Media gestalten

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74509	SWS	4
Veranstaltungstitel	Pressearbeit und Social Media gestalten	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Seminar/Online	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Mi 14:00 - 15:30 ^{wö} 07.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung N.N.

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 22

Mi 16:00 - 17:30 ^{wö} 07.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung N.N.

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 22

Verantwortliche Lehrpersonen

Elizabeth Prommer

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2020), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100310 Praxis der Medien

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Die PR-Arbeit hat sich in den letzten Jahren radikal verändert. Erfolgreiche Pressearbeit zeichnet sich zum einen aus, dass sie die Arbeitsweise im modernen Medienbetrieb kennen, aber auch die klassischen Grundregeln, die es ihnen leichter machen mit Ihrem Anliegen in den Medien Beachtung zu finden.

Die Pressemitteilung (PM) ist das zentrale Instrument der Pressearbeit. Dabei handelt es sich um einen kurzen Text an die Medienvertreter*innen. Dieser informiert über wichtige Ereignisse, Aussagen oder Neuigkeiten und hat das Ziel, einen redaktionellen Beitrag in den Medien (Print, Funk, Fernsehen oder online) zu bewirken. Zusätzlich zu den klassischen Kommunikationsinstrumenten wie Medienarbeit, E-Mail-Newsletter und Webseite kommen heute die Betreuung von Blogs, Bewertungsplattformen, Social-Media-Kanälen und Messenger-Plattformen dazu. Dies bietet PR-Manager*innen die Möglichkeiten direkt mit ihren Themen in der jeweiligen Zielgruppe ins Gespräch zu kommen und gehört zum Strategiebaukasten dazu.

Die Herausforderungen im Alltag bestehen darin, dass sie sowohl klassische Kampagnen planen und umsetzen, aber auch digitale Kanäle adäquat und zielgruppengenaue bedienen, Texte für Suchmaschinen optimieren und Content mit Mehrwert produzieren. Es bedarf daher einer klaren PR-Strategie, um die Kommunikationsmaßnahmen zielgerichtet zu planen, sowie eine hervorragende Kenntnis unterschiedlichen Kommunikationskanäle und -stile sind daher stärker gefragt als je zuvor.

Einführung in die Pressearbeit

- Definition und Selbstverständnis
- Ziele

Zielgruppenorientierte Sprache – Bedürfnisse ansprechen

- Adressaten: Entscheider*innen, Mitarbeiter*innen, Partner*innen, Kund*innen,
- Multiplikatoren: Journalist*innen, Medienvertreter*innen, Blogger*innen und Influencer*innen

Planung und Analyse – PR-Konzepte strategisch planen

- von der Situationsanalyse über die Konzeption von Maßnahmen bis zur Umsetzung
- Erfolgskontrolle von PR-Maßnahmen
- Bausteine der Strategie
- Ressourcenplanung: Zeit, Budget und Know-how beziffern
- Evaluation: Fehlentwicklungen erkennen und korrigieren

PR-Formate

• Die Pressemitteilung: neue Informationen verbreiten mithilfe der 7 W's. Die Pressemitteilung gilt nach wie vor als wichtigstes Mittel für gute Pressearbeit. Wie ist sie aufgebaut, was gilt es zu beachten und wie lesen Journalisten Pressemitteilungen? Was sind überhaupt relevante Informationen und wie vermittele ich Sie zielführend?

- Bericht, Reportage, Interview und Kommentar

PR-Textwerkstatt

- Was macht verständliche und zielgruppenorientierte Texte aus?
- Verändertes Leseverhalten in digitalen Zeiten
- Die Formate: Pressemitteilung, Fachartikel, Interview oder Kommentar
- Textmodule: Funktionen, Grundregeln und Aufbau von Titel, Teaser und Fließtext
- Die Kanäle: Print, Website, Blog, Social Media & Co.
- Die Struktur: Optimaler Text-Aufbau und richtige Text-Länge
- Online: von Web-Teaser, Headline, Hashtag, Verlinkungen & Co.
- Storytelling in der PR: Themen in interessante Geschichten verwandeln
- Ist-Analyse und Keyword-Strategie: Der Einfluss von SEO und SEA auf die PR-Arbeit
- SEO-optimierte Texte: Dos and Don'ts, nützliche Analyse-Tools

Digital PR - Social Media PR

- Aktuelle Trends und veränderte Medienlandschaft und -nutzung
- Die Einsatzgebiete der Online- und Social PR
- Social Media Tools und Messenger-Dienste im Überblick
- Owned Media: Corporate Blog, Facebook, Twitter etc.
- Earned Media: Bewertungen, Rezensionen, Influencer Marketing
- Paid Media: Banner, Advertorials, Facebook Ads

Social Media-Strategie

- Ziele festlegen: Image aufbauen, Reichweite steigern, Fans gewinnen
- Relevante Zielgruppen und Plattformen definieren
- Social-Media-Plattformen und ihre Funktionsweisen: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, XING, LinkedIn & Co.

Content Strategie- und Management

- Geeigneten Content für die eigene Zielgruppe identifizieren
- Welche Inhalte auf welchem Kanal? Passende Inhalte auf den richtigen Kanälen verbreiten
- Multimedialen Content für Social Media erstellen

Social Media Advertising

- Verkauf und Vertrieb unterstützen mit Social Media
- Targeting und Werbung zielgruppengerecht ausrichten
- Social Ads: Anzeigen und Kampagnen auf Facebook & Co.

Community Management

- Aufbau und Management der eigenen Community
- Kundenservice bieten und Kundenbindung stärken
- Shitstorms vermeiden und Krisen managen

Projektmanagement und Monitoring

- Redaktionsplanung und Organisation für Social Media
- Relevante Kennzahlen (KPIs) für Social Media festlegen
- Nützliche Tools für die Steuerung und Erfolgsmessung

Besonderheiten, Fallstricke und was hat sich mit Corona verändert

- im Umgang mit Journalisten und Agenturen
- von PR in Web, Intranet und sozialen Netzwerke
- Sichtbarkeit und Reichweite neu planen

Rechtliche Rahmenbedingungen und Leitfäden

- Social Media und die aktuelle Rechtsprechung: Guidelines
- Urheberrecht und Bildrechte
- Werbung auf Social Media

Ziel des Seminars

Vermittlung umfassendes Praxiswissen und die wesentlichen Instrumente für ein zeitgemäßes Presse und Social-Media-Kommunikation. Von der Konzeption der Pressemitteilung, klarer PR-Strategien, der Entwicklung spannender Geschichten, dem Verfassen aussagekräftiger Online-Texte bis hin zur Auswahl der richtigen Kanäle im Social Web.

Methoden

Vortrag, vielfältige praktischen Übungen, Gruppenarbeiten anhand von Fallbeispielen und Präsentation. Besprechung und Analyse individueller Fragestellungen der Teilnehmer*innen.

Einschreibezeitraum für Studierende ab dem 2. Semester:

18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt:

19.03.2021, 16:10 Uhr

Social Media Marketing

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74511	SWS	4
Veranstaltungstitel	Social Media Marketing	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Seminar	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Di 09:15 - 10:45 ^{wö} 06.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Julia Natusch

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Do 09:15 - 10:45 ^{wö} 08.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Julia Natusch

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Verantwortliche Lehrpersonen

Julia Natusch

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2020), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100310 Praxis der Medien

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Du wolltest schon immer „irgendwas mit Medien“ machen und hast noch keine Ahnung, wo das einmal hinführen soll? Online Marketing ist zum Beispiel ein Bereich, den Du mit Deinem Studium bedienen kannst. Ist Facebook wirklich tot? Warum hypen alle TikTok und wer oder was ist eigentlich Pinterest? In diesem Seminar werden die gängigen Social Media Kanäle auseinandergenommen und erklärt, wie Marketing auf diesen Plattformen funktioniert.

Einschreibezeitraum für Studierende ab dem 2. Semester:

18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt:

19.03.2021, 16:10 Uhr

rok-TV

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74474	SWS	4
Veranstaltungstitel	rok-TV	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Seminar/Online	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Fr 09:15 - 10:45 ^{wö} 09.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Benjamin Hujawa

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 16

Verantwortliche Lehrpersonen

Benjamin Hujawa

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2015), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5100310 Praxis der Medien

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Hinweis: In den Zeiträumen für Dreh und Schnitt der Beiträge finden keine Seminartermine statt. Kamerakurs bei rok-tv: Termine werden am Anfang bekannt gegeben, die Teilnahme an einem Datum ist obligatorisch.

Termine teilweise gelockt, Bekanntgabe am Anfang.

Abschluss mit Teilnahmechein, Leistungsschein, Medienschein. In dieser praxisorientierten Lehrveranstaltung werden Studierende die Grundlagen der Arbeit für das Medium Fernsehen vermittelt: Recherche, Beitragsplanung, Kamera, Ton, Schnitt, Text und Moderation. Ziel ist es, in Gruppenarbeit Ideen für Fernsehbeiträge zu entwickeln, diese dramaturgisch aufzubereiten und medial umzusetzen. Am Ende des Praxisseminars wird aus den Beiträgen eine Fernseh-Magazinsendung zusammengestellt, die auf rok-tv ausgestrahlt und auf der Homepage der Uni Rostock online abrufbar sein wird. Bisher entstandene „Zoom“-Sendungen gibt es zu sehen unter <http://www.mmv-mediathek.de>. Das Seminar ist eine Kooperation des Instituts für Medienforschung mit rok-tv – dem Fernsehsender der Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern - und dem IT- und Medienzentrum der Uni Rostock. Im Seminar werden die Studierenden betreut durch Benjamin Hujawa (Tutor) und Mitarbeiter des Fernsehsenders rok-tv.

Abschluss mit Modulprüfung oder Teilnahmechein

Do: 09:15 – 10:45 Uhr, Ort: Seminarraum rok-tv, Grubenstr. 47

Einschreibezeitraum für Studierende ab dem 2. Semester: 18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt: 19.03.2021, 16:10 Uhr

MODUL
Vermittlungskompetenz
(alle BA)

**Vermittlungskompetenz sowie
Geschichte vermitteln**

Literatur und Geschichte im Film, Bsp. Die 1920er Jahre

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74508	SWS	2
Veranstaltungstitel	Literatur und Geschichte im Film, Bsp. Die 1920er Jahre	Semester	SS 2021
Veranstaltungsart	Übung/Online	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Mi 11:15 - 12:45 ^{wö} 07.04.2021 - 16.07.2021 Onlineveranstaltung Friedrich Niemeyer

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 25

Verantwortliche Lehrpersonen

Friedrich Niemeyer

Studiengänge

Geschichte, Bachelor (Erstfach, 2018), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Geschichte, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Geschichte, Bachelor (Erstfach, 2020), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Geschichte, Bachelor (Zweifach 2020), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Germanistik, Bachelor (Erstfach, 2018), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Germanistik, Bachelor (Zweifach, 2018), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Germanistik, Bachelor (Erstfach, 2020), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch
 Germanistik, Bachelor (Zweifach, 2020), 2.-6. Semester, wahlobligatorisch

Module

5700390 Geschichte vermitteln
 6100230 Vermittlungskompetenz Germanistik

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Englischkenntnisse werden für dieses Seminar vorausgesetzt.

Diese Lehrveranstaltung ist in zwei Abschnitte unterteilt, zunächst einen kurzen, technischen, in dem der Umgang mit moderner Medientechnik (Mediennutzung in Videokonferenzen sowie Präsentationstechnik) vermittelt werden soll. Der zweite Abschnitt der Übung ist philologisch/historisch angelegt. Hier soll zunächst das Betrachten von Filmen aus filmphilologischer Sicht vorgestellt und im Folgenden verschiedene Filme Geschichte und Literatur zum „Die Zwanziger und frühen Dreißiger“ analysiert und an einem weiteren Beispiel zur selben literarischen und historischen Thematik verglichen werden. Hierbei geht es vor allem um den kritischen Umgang mit dem Medium Film und seine plurimedialen Netzwerke sowie um die Entwicklung der Darstellung von Literatur sowie historischen Ereignissen und/oder Personen zu verschiedenen Zeitpunkten der Filmgeschichte. Die Filme sollen in Studierendenvorträgen vorgestellt und anschließend kritisch diskutiert und darüber hinaus die Verwendung dieser Filme als Lehr-/Lernmaterial vorgestellt werden.

Folgende Scheine können erworben werden: Modulschein "Vermittlungskompetenz (Germanistik)" (Modul VK); "Teilnahme-schein" (BA Geschichte sowie alle BA);

Anmeldungen ausschließlich unter <https://studip.uni-rostock.de/>. Bei Fragen senden Sie bitte eine Mail an [friedrich.niemeyer\(at\)uni-rostock.de](mailto:friedrich.niemeyer(at)uni-rostock.de)

Einschreibezeitraum für Studierende ab dem 2. Semester:

18.02.2021, 12:00 Uhr bis 19.03.2021, 16:00 Uhr

Loszeitpunkt:

19.03.2021, 16:10 Uhr

Literatur

James Monaco : Film verstehen, Reinbeck 2000 ff.; M. Warrington : History goes to the Movies, London 2006; Werner Faulstich: Filmgeschichte, Paderborn (UTB-Basics) 2005; Thomas Fischer /Thomas Schuhbauer: Geschichte in Film und Fernsehen, Tübingen 2016; Astrid Erll / Stephanie Wodianka (Hg.): Film und Kulturelle Erinnerung – Plurimediale Konstellationen, Berlin – New York 2008; Barbara Korte / Sylvia Paletschek (Hg.): History Goes Pop – Zur Repräsentation von Geschichte in populären Medien, Bielefeld 2009; Waltraud Wende: Filme die Geschichte(n) erzählen – Filmanalyse als Medienkulturanalyse, Würzburg 2011; Frank Bösch: Mediengeschichte, Frankfurt a.M. 2011; Mike Bal : Kulturanalyse, Frankfurt a.M. 2002; Deborah Cartmell / Imelda Whelehan (Hrsg.): The Cambridge Companion to Literature on Screen, Cambridge 2007; Linda Costanzo Cahir: Literature into film : theory and practical approaches, Jefferson NC 2006; Linda Hutcheon: A Theory of Adaption, New York 2006; Helmut Lethen: Verhaltenslehre der Kälte – Lebensversuche zwischen den Kriegen, Berlin 1994; Jens Wietschorke: 1920er Jahre, Ditzingen 2020.