

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

Zweifach-MASTER Kommunikations- und Medienwissenschaften (Erst- und Zweifach) Sommersemester 2025

Stand 11.03.2025

Einschreibungen ausschließlich per [Stud.IP](#) vom **27.02. 8.00 Uhr bis
16.03.2025 23.59 Uhr**

Lehrende im SS 2025:

PD Dr. Tanja Maier:	tanja.maier@uni-rostock.de
Prof. Dr. Stefan Kroll:	stefan.kroll@uni-rostock.de
Dr. Franziska Thiele:	franziska.thiele@uni-rostock.de
Ana-Nzinga Weiß :	ana-nzinga.weiss@uni-rostock.de

Übersicht Module für den MASTER Kommunikations- und Medienwissenschaft - Erstfach

Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Zwei-Fach-Masterstudiengang der Philosophischen Fakultät
Anlage 4 - 4,8 Kommunikations- und Medienwissenschaft

Anhang 1 - Prüfungs- und Studienplan (Erstfach)

Sem.	workload in LP	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30
1	Modulname	Kommunikations- und Medientheorie 5150220				Wahlbereich ⁹⁾					
	Modulnummer	2 Seminare (je 2 SWS)									
	Lehrform/SWS	Keine Klausur (90 Min.)									
	Vorleistung	Keine									
	Art/Dauer/Umfang	6 LP/Kerneot									
2	Modulname	Mediengeschichte 5150240				Zweifach					
	Modulnummer	Seminar (2 SWS)									
	Lehrform/SWS	Keine									
	Vorleistung	Hausarbeit (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten)									
	Art/Dauer/Umfang	6 LP/Kerneot									
3	Modulname	Kommunikations- und Medienwissenschaftliches Forschungsprojekt 5150260				Zweifach					
	Modulnummer	Forschungsseminar (2 SWS)									
	Lehrform/SWS	Referat (45 Min.)									
	Vorleistung	Hausarbeit (8 Wochen, ca. 20 Seiten)									
	Art/Dauer/Umfang	12 LP/Kerneot									
4	Modulname	Abschlussmodul Zwei-Fach-Master Kommunikations- und Medienwissenschaft 5150280				Zweifach					
	Modulnummer	Keine									
	Lehrform/SWS	Keine									
	Vorleistung	Keine									
	Art/Dauer/Umfang	30 LP/Kerneot									

Legende: Pflichtmodul (Erstfach)

Zweifach

Wahlbereich

LP - Leistungspunkte
M.Ab. - Modulabschluss

Min. - Minuten
Sem. - Semester

SWS - Semesterwochenstunden

¹⁾ Im Wahlbereich kann im ersten oder zweiten Semester ein Modul des Kompetenzmodulkatalogs der Philosophischen Fakultät belegt werden.

Übersicht Module für den MASTER Kommunikations- und Medienwissenschaft - Zweitfach

Studiengangsspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Zwei-Fachmasterstudiengang der Philosophischen Fakultät
Anlage 4 - 4.8 Kommunikations- und Medienwissenschaft

Anhang 1 - Prüfungs- und Studienplan (Zweitfach)

Sem.	workload in LP	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30
1	Modulname	Erstfach						Wahlbereich ¹⁾			
	Modulnummer							Kommunikations- und Medientheorie			
	Lehrform/SWS							5150220			
	q Vorleistung							2 Seminare (je 2 SWS)			
2	q Vorleistung							Keine			
	M.Ab.							Klausur (90 Min.)			
	Art/Dauer/Umfang							6 LP/Prüfernot			
	LP							Mediengeschichte			
3	Modulname							5150240			
	Modulnummer							Seminar (2 SWS)			
	Lehrform/SWS							Keine			
	Vorleistung							Hausarbeit (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten)			
4	M.Ab.							6 LP/Prüfernot			
	Art/Dauer/Umfang							Kommunikations- und Medienwissenschaftliches Forschungsprojekt			
	LP							5150260			
	Modulname							Forschungsseminar (2 SWS)			
4	Modulnummer							Referat (45 Min.)			
	Lehrform/SWS							Hausarbeit (8 Wochen, ca. 20 Seiten)			
	Vorleistung							12 LP/Prüfernot			
	Art/Dauer/Umfang										
4	M.Ab.										
	Art/Dauer/Umfang										
	LP										
	Modulname										

Legende:  Erstfach

 Pflichtmodul (Zweitfach)

 Wahlpflichtbereich

LP - Leistungspunkte

M.Ab. - Modulabschluss

Min. - Minuten

Sem. - Semester

SWS - Semesterwochenstunden

¹⁾ Im Wahlbereich kann im ersten oder zweiten Semester ein Modul des Komplementärmodulkatalogs der Philosophischen Fakultät belegt werden.

MODUL 5150240

Mediengeschichte

Mediengeschichte "Massenmediale Kriegsberichtserstattung in der Neuzeit"

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74467	SWS	2
Veranstaltungstitel	Mediengeschichte "Massenmediale Kriegsberichtserstattung in der Neuzeit"	Semester	SS 2025
Veranstaltungsart	Seminar	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Fr 09:15 - 10:45 ^{wö} 04.04.2025 - 18.07.2025 R 10020, PC-Pool, A.-Bebel-Str. 28 Stefan Kroll

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 25

Verantwortliche Lehrpersonen

Stefan Kroll

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2020), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2020), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5150240 Mediengeschichte

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Das Seminar beschäftigt sich mit der medialen Kriegsberichtserstattung vom Dreißigjährigen Krieg bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges. Berücksichtigt werden dabei neben den beiden genannten Kriegen u. a. auch der Siebenjährige Krieg, die Napoleonischen Kriege, der Deutsch-Französische Krieg 1870/71, der Erste Weltkrieg, der Vietnamkrieg und die Golf-Kriege. Analysiert werden alle Formen zeitgenössischer Massenmedien (Flugpublizistik, Zeitung, Zeitschrift, Rundfunk, Film). Ein besonderes Augenmerk wird auf Kriegspropaganda gerichtet.

Literatur

Thomas F. Schneider: Kriegserlebnis und Legendenbildung: das Bild des „modernen“ Krieges in Literatur, Theater, Fotografie und Film. Osnabrück 1999; Gerhard Paul: Bilder des Krieges – Krieg der Bilder: die Visualisierung des modernen Krieges. Paderborn 2004; Ute Daniel (Hrsg.): Augenzeugen. Kriegsberichtserstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert. Göttingen 2006; Wolfgang Adam, Holger Dainat (Hrsg.): „Krieg ist mein Lied“: der Siebenjährige Krieg in den zeitgenössischen Medien. Göttingen 2007; Matthias Karmasin, Werner Faulstich (Hrsg.): Krieg – Medien – Kultur: neue Forschungsansätze. München 2007; Søren R. Fauth u. a. (Hrsg.): Repräsentationen des Krieges : Emotionalisierungsstrategien in der Literatur und in den audiovisuellen Medien vom 18. bis zum 21. Jahrhundert. Göttingen 2012; Karl Wagner u. a. (Hrsg.): Der Held im Schützengraben: Führer, Massen und Medientechnik im Ersten Weltkrieg. Zürich 2014; Barry Turner: Reporting from the wars 1850-2015: the origins and evolution of the war correspondent. Wilmington 2018; Kevin Williams: A New history of war reporting. London 2020. Rudolf Stöber: Kriegsberichtserstattung, Kriegsberichtserstatter, in: Europäische Geschichte Online (EGO), hg. vom Leibniz-Institut für Europäische Geschichte (IEG), Mainz 2015#07#28. URL: <http://www.ieg#ego.eu/stoeberr#2015#de>.

MODUL 5150530

Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen

Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen (Komplementmodul Master)

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74478	SWS	2
Veranstaltungstitel	Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen (Komplementmodul Master)	Semester	SS 2025
Veranstaltungsart	Seminar	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Mo 11:15 - 12:45 wö 07.04.2025 - 16.06.2025 SR 503, Alte Post Neuer Markt 3, Sitzplätze: 30 Franziska Thiele

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 22

Fr 10:00 - 16:00 Einzel 13.06.2025 - 13.06.2025 SR 10017a, A.-Bebel-Str. 28, Sitzplätze: 20 Franziska Thiele

Terminkommentar: Blocktermin

max. Teilnehmer: 22

Verantwortliche Lehrpersonen

Franziska Thiele

Studiengänge

Germanistik, Master (2013), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Geschichte, Master (Erstfach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Geschichte, Master (Zweifach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Medienkulturen und Medienbildung, Master (2024), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5150530 Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Der Kurs "Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen" dient als Einführung in den Themenbereich Social Media als Marketing Tool. Die Studierenden erhalten Einblicke in die Marketingmöglichkeiten, die verschiedene Soziale Netzwerkseiten Unternehmen, Organisationen und Personen eröffnen. Neben einer übergeordneten Einführung in das Online-Marketing wird auch Influencer-Marketing als Disziplin bearbeitet. Theoretische Grundlagen aus der Medien- und Kommunikationswissenschaft werden mit dem aktuellen Thema verknüpft.

Hinweis: Das Seminar findet immer wöchentlich in Einzelveranstaltungen (montags 11.15-12.45 Uhr statt) sowie in einem Blocktermin am 13.06.2025 in der Zeit von 10.00-16.00 Uhr.

Modul 5150250

Publikums- und Rezeptionsforschung

Publikums- und Rezeptionsforschung im Kontext von Medienwandel

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74549	SWS	4
Veranstaltungstitel	Publikums- und Rezeptionsforschung im Kontext von Medienwandel	Semester	SS 2025
Veranstaltungsart	Seminar	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Di 09:15 - 12:45 ^{wö} 01.04.2025 - 18.07.2025 SR 10017a, A.-Bebel-Str. 28, Sitzplätze: 20 Tanja Maier

Terminkommentar:

max. Teilnehmer:

Verantwortliche Lehrpersonen

Tanja Maier

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2020), 1.-4. Semester, obligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2020), 1.-4. Semester, obligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2022), 1.-4. Semester, obligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2022), 1.-4. Semester, obligatorisch
Medienkulturen und Medienbildung, Master (2024), 1.-4. Semester, obligatorisch

Module

5150250 Publikums- und Rezeptionsforschung

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Die Publikums- und Rezeptionsforschung ist ein zentrales Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Im Seminar werden Ansätze und Methoden der Publikums- und Rezeptionsforschung praxisnah aufgearbeitet. Dafür wird im ersten Teil auf die Relevanz der empirischen Publikums- und Rezeptionsforschung im Kontext des Medienwandels eingegangen und aktuelle Wandlungsprozesse diskutiert (z.B. Digitalisierung, Globalisierung, Medienkonvergenz). Im zweiten Teil werden in Kleingruppen eigene empirische Studien zu aktuellen Fragen der Publikums- und Rezeptionsforschung konzipiert, durchgeführt und ausgewertet. Dabei wird der gesamte Forschungsprozess von der Themenfindung bis zur Ergebnispräsentation durchlaufen.

MODUL 5150270

**Kommunikations- und
Medienwissenschaftliches
Forschungskolloquium**

Forschungskolloquium

Grunddaten

Veranstaltungs-Nr.	74483	SWS	2
Veranstaltungstitel	Forschungskolloquium	Semester	SS 2025
Veranstaltungsart	Forschungskolloquium	Sprache	Deutsch

Termine, Räume und Personal

Di 15:15 - 16:45 ^{14tägl} 01.04.2025 - 18.07.2025 SR 10017a, A.-Bebel-Str. 28, Sitzplätze: 20 Tanja Maier

Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 16

Verantwortliche Lehrpersonen

Tanja Maier

Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2018), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2022), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch
Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2020), 2.-4. Semester, wahlobligatorisch

Module

5150270 Konzeptionsmodul Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einordnung im Vorlesungsverzeichnis

Kommunikations- und Medienwissenschaft

Einrichtungen

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

Kommentar

Methodische Kompetenzen zur Entwicklung möglicher Konzepte eines Masterarbeitsthemas. Es werden vertiefende, mit dem Themenfeld der Masterarbeit verbundene theoretische und methodische Kompetenzen erworben. Termine werden in der ersten Sitzung angekündigt.