



# Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

## Zweifach-MASTER Kommunikations- und Medienwissenschaften (Erst- und Zweifach) Sommersemester 2026

Stand 26.02.2026

Einschreibungen ausschließlich per [Stud.IP](#) vom **02.03. 8.00 Uhr bis  
15.03.2026 23.59 Uhr**

### Lehrende im SS 2026:

Prof. Dr. Elizabeth Prommer: [elizabeth.prommer@uni-rostock.de](mailto:elizabeth.prommer@uni-rostock.de)

PD Dr. Tanja Maier: [tanja.maier@uni-rostock.de](mailto:tanja.maier@uni-rostock.de)

Prof. Dr. Stefan Kroll: [stefan.kroll@uni-rostock.de](mailto:stefan.kroll@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		Medienanalyse und Medienästhetik 5150230		Wahlbereich <sup>9)</sup>	<b>Zweifach</b>				
	Modulnummer	2 Seminare (je 2 SWS)		Seminar (2 SWS)							
	Lehrform/SWS	Keine Klausur (90 Min.)		Keine Hausarbeit (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten)							
	Vorleistung	Keine		Keine							
M.Ab.	6 LP/Periode		6 LP/Periode		6 LP/Periode						
LP	6 LP/Periode		6 LP/Periode		6 LP/Periode						
2	Modulname	Mediengeschichte 5150240		Publikums- und Rezeptionsforschung 5150250		Wahlbereich <sup>9)</sup>	<b>Zweifach</b>				
	Modulnummer	Seminar (2 SWS)		2 Seminare (je 2 SWS)							
	Lehrform/SWS	Keine Hausarbeit (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten)		Keine Bericht/Dokumentation (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten)							
	Vorleistung	Keine		Keine							
M.Ab.	6 LP/Periode		6 LP/Periode		6 LP/Periode						
LP	6 LP/Periode		6 LP/Periode		6 LP/Periode						
3	Modulname	Kommunikations- und Medienwissenschaftliches Forschungsprojekt 5150260		Konzeptionsmodul Kommunikations- und Medienwissenschaft 5150270		Wahlbereich <sup>9)</sup>	<b>Zweifach</b>				
	Modulnummer	Forschungsseminar (2 SWS)		Seminar (2 SWS)							
	Lehrform/SWS	Referat (45 Min.)		Keine							
	Vorleistung	Hausarbeit (8 Wochen, ca. 20 Seiten)		Referat/Präsentation (30 Min.)							
M.Ab.	12 LP/Periode		6 LP/Periode		6 LP/Periode						
LP	12 LP/Periode		6 LP/Periode		6 LP/Periode						
4	Modulname	Abschlussmodul Zwei-Fach-Master Kommunikations- und Medienwissenschaft 5150280		Wahlbereich <sup>9)</sup>		<b>Zweifach</b>					
	Modulnummer	Keine		Keine							
	Lehrform/SWS	Keine		Keine							
	Vorleistung	Keine		Keine							
M.Ab.	30 LP/Periode		30 LP/Periode								
LP	30 LP/Periode		30 LP/Periode								

Legende:  Pflichtmodul (Erstfach)

Zweifach

Wahlbereich

LP - Leistungspunkte

M.Ab. - Modulabschluss

Min. - Minuten

Sem. - Semester

SWS - Semesterwochenstunden

<sup>9)</sup> 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 - Zweifach

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

Anhang 1 - Prüfungs- und Studienplan (Zweifach)

Sem.	workload in LP	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30																					
1	Modulname	<b>Erstfach</b>																														
	Modulnummer																															
	Lehrform/SWS																															
	Art/Dauer/Umfang																															
2	Modulname											<b>Erstfach</b>																				
	Modulnummer																															
	Lehrform/SWS																															
	Art/Dauer/Umfang																															
3	Modulname																					<b>Erstfach</b>										
	Modulnummer																															
	Lehrform/SWS																															
	Art/Dauer/Umfang																															
4	Modulname	<b>Erstfach</b>																														
	Modulnummer																															
	Lehrform/SWS																															
	Art/Dauer/Umfang																															
Wahlbereich <sup>1)</sup>	<b>Erstfach</b>											6 LP/Pflichtenot		Kommunikations- und Medientheorie 5150220 2 Seminare (je 2 SWS) Keine Klausur (90 Min.) 6 LP/Pflichtenot		Medienanalyse und Medienästhetik 5150230 Seminar (2 SWS) Keine Hausarbeit (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten) 6 LP/Pflichtenot																
6 LP/Pflichtenot												Mediengeschichte 5150240 Seminar (2 SWS) Keine Hausarbeit (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten) 6 LP/Pflichtenot		Publikums- und Rezeptionsforschung 5150250 2 Seminare (je 2 SWS) Keine Bericht/Dokumentation (8 Wochen, ca. 15-20 Seiten) 6 LP/Pflichtenot																		
Kommunikations- und Medienwissenschaftliches Forschungsprojekt 5150260 Forschungsseminar (2 SWS) Referat (45 Min.) Hausarbeit (8 Wochen, ca. 20 Seiten) 12 LP/Pflichtenot																																

Legende:  Erstfach

Pflichtmodul (Zweifach)

Wahlpflichtbereich

LP - Leistungspunkte

M.Ab. - Modulabschluss

Min. - Minuten

Sem. - Semester

SWS - Semesterwochenstunden

<sup>1)</sup> Im Wahlbereich kann im ersten oder zweiten Semester ein Modul des Komplementärkatalogs der Philosophischen Fakultät belegt werden.

# **MODUL 5150240**

## **Mediengeschichte**

## Mediengeschichte "Massenmediale Kriegsberichtserstattung in der Neuzeit" [Mass media war reporting in early modern and modern times]

### Grunddaten

<b>Veranstaltungs-Nr.</b>	74467	<b>SWS</b>	2
<b>Veranstaltungstitel</b>	Mediengeschichte "Massenmediale Kriegsberichtserstattung in der Neuzeit" [Mass media war reporting in early modern and modern times]	<b>Semester</b>	SS 2026
<b>Veranstaltungsart</b>	Seminar	<b>Sprache</b>	Deutsch

### Termine, Räume und Personal

Fr 09:15 - 10:45 wö 10.04.2026 - 17.07.2026 R 10020, PC-Pool, A.-Bebel-Str. 28, Sitzplätze: 48 Stefan Kroll

#### Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 25

### Verantwortliche Lehrpersonen

Stefan Kroll

### Studiengänge

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2022), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2025), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2025), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

### Module

5150240 Mediengeschichte  
 5151120 Mediengeschichte - Vertiefung

### 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, Photographie 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 5150250**

## **Publikums- und Rezeptionsforschung**

## Publikums- und Rezeptionsforschung im Kontext von Medienwandel

### Grunddaten

<b>Veranstaltungs-Nr.</b>	74549	<b>SWS</b>	4
<b>Veranstaltungstitel</b>	Publikums- und Rezeptionsforschung im Kontext von Medienwandel	<b>Semester</b>	SS 2026
<b>Veranstaltungsart</b>	Seminar	<b>Sprache</b>	Deutsch

### Termine, Räume und Personal

Di 09:15 - 12:45 <sup>wö</sup> 07.04.2026 - 17.07.2026 SR 10017a, A.-Bebel-Str. 28, Sitzplätze: 20 Tanja Maier

**Terminkommentar:**

**max. Teilnehmer:**

### Verantwortliche Lehrpersonen

Tanja Maier

### Studiengänge

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

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

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2025), 1.-4. Semester, obligatorisch

Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2025), 1.-4. Semester, obligatorisch

### Module

5150250 Publikums- und Rezeptionsforschung

5151140 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 5150230**

## **Medienanalyse und Medienästhetik**

# Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen (Komplementmodul Master)

## Grunddaten

<b>Veranstaltungs-Nr.</b>	74478	<b>SWS</b>	2
<b>Veranstaltungstitel</b>	Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen (Komplementmodul Master)	<b>Semester</b>	SS 2026
<b>Veranstaltungsart</b>	Seminar	<b>Sprache</b>	Deutsch

## Termine, Räume und Personal

Fr 13:15 - 17:30 Einzel	10.04.2026 - 10.04.2026	SR 322, Universitätsplatz 1, Universitätshauptgebäude, Sitzplätze: 28	Lea-Marie Kenzler Elizabeth Prommer
-------------------------	-------------------------	---	--

### Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 20

Fr 13:15 - 17:30 Einzel	08.05.2026 - 08.05.2026	SR 322, Universitätsplatz 1, Universitätshauptgebäude, Sitzplätze: 28	Lea-Marie Kenzler Elizabeth Prommer
-------------------------	-------------------------	---	--

### Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 20

Fr 13:15 - 17:30 Einzel	05.06.2026 - 05.06.2026	SR 322, Universitätsplatz 1, Universitätshauptgebäude, Sitzplätze: 28	Lea-Marie Kenzler Elizabeth Prommer
-------------------------	-------------------------	---	--

### Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 20

Fr 13:15 - 17:30 Einzel	19.06.2026 - 19.06.2026		Lea-Marie Kenzler Elizabeth Prommer
-------------------------	-------------------------	--	--

**Terminkommentar:** Besprechungsraum „Slüter“ R. 204, rechter Flügel UHG

max. Teilnehmer: 20

Fr 13:15 - 17:30 Einzel	03.07.2026 - 03.07.2026	SR 322, Universitätsplatz 1, Universitätshauptgebäude, Sitzplätze: 28	Lea-Marie Kenzler Elizabeth Prommer
-------------------------	-------------------------	---	--

### Terminkommentar:

max. Teilnehmer: 20

## Verantwortliche Lehrpersonen

Elizabeth Prommer

## 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  
 Germanistik, Master (2024), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Geschichte, Master (Erstfach, 2025), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Geschichte, Master (Zweifach, 2025), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Erstfach, 2025), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch  
 Kommunikations- und Medienwissenschaft, Master (Zweifach, 2025), 1.-4. Semester, wahlobligatorisch

## Module

5150530 Social Media Marketing für GeisteswissenschaftlerInnen  
5151150 Social Media Marketing für Geisteswissenschaftler:innen

**Einordnung im Vorlesungsverzeichnis**

Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Einrichtungen**

PHF/Institut für Medienforschung (IMF)

**Kommentar**

Die Zahl der Nutzeridentitäten in den Sozialen Netzwerken ist zwischen 2010 und 2025 von weltweit 940 Millionen auf 5,2 Milliarden gestiegen<sup>[1]</sup>. Wie nie zuvor wird in Chats, über Texte, Bilder, Videos, Hashtags und Memes auf nahezu unzähligen Plattformen, Netzwerken und Kanälen kommuniziert. Aus dem privaten wie beruflichen Leben vieler Menschen sind Soziale Medien nicht mehr wegzudenken. Einfluss, Nutzen, Werte und Kontroversen befinden sich im ständigen Wandel. Soziale Netzwerke dienen sowohl der privaten und beruflichen Kommunikation als auch der Verbreitung von informierenden und unterhaltenden Inhalten.

Das Seminar "Social Media Marketing für Geisteswissenschaftler:innen" ist eine Einführung in den Themenbereich Social Media als Marketing Tool. Welche Zielgruppen werden wie erreicht? Welche Inhalte funktionieren und wie wird Erfolg gemessen? Einblicke in das strategische Social Media Marketing zeigen den Studierenden auf, wie Content erstellt wird und welche Möglichkeiten Unternehmen, Organisationen und Personen auf Social Media Plattformen haben.

Studierende sollen außerdem befähigt werden, anhand von Studien und Daten einen kritischen Blick auf Soziale Netzwerke zu werfen: Fragen zu respektvollen Umgangsformen, Fake News, Datenschutz, der Sammlung und Steuerung von Datenflüssen sowie KI im Bereich Sozialer Medien werden diskutiert und dabei auch Fragestellungen zu Methodologie und Terminologie erörtert.

Am praktischen Beispiel des Social Media Auftritts der Universität Rostock werden verschiedenen Aspekte beleuchtet – Content kreiert und diskutiert, das Community Management analysiert, Formate entwickelt und schließlich eigene Social Media Strategien entwickelt. Studierende können am Ende des Seminars eigene Format- und Content-Ideen umsetzen. Dazu bekommen sie neben theoretischen Grundlagen auch technische Fähigkeiten vermittelt. Aktuelle Daten der Mediennutzungsforschung werden mit den Themenfeldern des Seminars verknüpft. Als Abschlussprüfung dient die Präsentation einer entwickelten Social Media Strategie.

Das Seminar findet als Blockveranstaltung jeweils von 13:15 Uhr bis 17:30 Uhr statt. Bitte beachten Sie die Termine.

[1] vgl. We Are Social & Meltwater (2025): Digital 2025, Global Overview Report. DataReportal (02.06.2025): [www.datareportal.com](http://www.datareportal.com)

**Blocktermine:**

10.04.2026

08.05.2026

05.06.2026

19.06.2026, im Besprechungsraum „Slüter“ R. 204, rechter Flügel UHG

03.07.2026

max. Teilnehmerzahl: 20

**Einschreibezeitraum für Studierende ab dem 2. Semester:**

02.03.2026, 08:00 Uhr bis 15.03.2026, 23:59 Uhr

**Loszeitpunkt:** 19.03.2026, 08:00 Uhr