



**Modulhandbuch für den**  
**Studiengang Kommunikations- und Medienforschung M.A.(MAKMF)**  
**an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover**

**Kontakt:**

Prüfungsamt / Studiengansleitung

[Studium Kommunikations- und Medienforschung studieren \(Master of Arts\)](#)

Studienkommission:

[Ständige Kommissionen HMTM Hannover](#)

**Informationen im Bereich Studium:**

Studienrelevante Ordnungen:

[Studium Kommunikations- und Medienforschung studieren \(Master of Arts\)](#)

Vorlesungsverzeichnis:

[Vorlesungsverzeichnis HMTMH](#)

Formulare und Melde- und Prüfungszeiträume:

[IJK Hannover: Ordnungen & Formulare](#)

## Inhaltsverzeichnis

Musterstudienplan Kommunikations- und Medienforschung M.A.....	4
Modulhandbuch Kommunikations- und Medienforschung M.A. ....	5
Modul 1   Projekt 1: Kommunikation- und Medienforschung .....	6
Modul 2   Projekt 2: Kommunikation- und Medienforschung .....	7
Modul 3   Projekt 3: Kommunikation- und Medienforschung oder Medien und Musik.....	8
Modul 4   Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden (FKF) ..	9
Modul 5  Theorien und Strategien des Medienmanagements (TSM) .....	10
Modul 6   Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen (IFM) .....	11
Modul 7   Examensmodul .....	13

## Musterstudienplan Kommunikations- und Medienforschung M.A.

Der Studienplan ist eine unverbindliche Empfehlung, die kennzeichnet, welche Module und Veranstaltungen inhaltlich sinnvoll aufeinander folgen. Für einige Veranstaltungen gelten allerdings verpflichtende Teilnahmevoraussetzungen, die im Vorlesungsverzeichnis ausgewiesen sind. Teilnahmevoraussetzungen für einzelne (Teil-)Module sind im Modulhandbuch spezifiziert.

Die weißen Felder markieren die Zeitspanne, innerhalb der die Veranstaltung besucht werden soll. Das erste weiße Feld gibt an, ab welchem Semester die LV besucht werden kann. Die LP-Angabe markiert jeweils das Semester, für das die Veranstaltung empfohlen wird. Leistungspunkte für das Modul 6 „Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen“ können vom 1. bis zum 4. Fachsemester nach eigener Einteilung erworben werden.

Die Masterarbeit soll im 4. Fachsemester verfasst werden.

Nr.	Modul	LV	SWS	Leistungspunkte im Semester				LP
				1.	2.	3.	4.	
1	<b>Forschungsprojekt 1: Kommunikations- und Medienforschung</b>	P, SSE	6	16				16
2	<b>Forschungsprojekt 2: Kommunikations- und Medienforschung</b>	P, SSE	6		16			16
3	<b>Forschungsprojekt 3: Kommunikations- und Medienforschung oder Medien und Musik</b>	P, SSE	6			16		16
<b>Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden (FKF)</b>								<b>12</b>
4	4.1 Multivariate Statistik und Datenanalyse	S	2	6				6
	4.2 Ausgewählte empirische Methoden	S	2		6			6
<b>Theorien und Strategien des Medienmanagements (TSM)</b>								<b>12</b>
5	5.1 Theorien für strategisches Medienmanagement	S	2		6			6
	5.2 Ausgewählte Bereiche des strategischen Medienmanagements	S	2			6		6
<b>Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen (IFM)</b>								<b>18</b>
6	6.1. Workshop: Orientierung	S	1	1				1
	6.2 Entwicklung individueller Forschungs- und Managementkompetenzen	S,P,V,E, SSE,K		7	2	8		17
<b>Examensmodul</b>								<b>30</b>
7	7.1 Vorbereitung auf die Abschlussprüfung	K					2	2
	7.2 Masterarbeit	SSE					21	21
	7.3 Verteidigung	SSE					7	7
<b>Summe LP</b>				<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>120</b>

Abkürzungen: LV (Lehrveranstaltungsform), SWS (Semesterwochenstunden), S (Seminar), P (Projekt), V (Vorlesung), E (Exkursion), K (Kolloquium), SSE (Selbststudieneinheiten)

## Modulhandbuch Kommunikations- und Medienforschung M.A.

### Einleitende Erläuterungen:

Das Modulhandbuch ist als Ergänzung zur Studien- und Prüfungsordnung zu sehen. Die aktuell gültige Version der Studien- und Prüfungsordnung einschl. Musterstudienplan finden Sie unter

[Studium Kommunikations- und Medienforschung \(Master of Arts\)](#)

Die als Modulprüfungen oder Teilmodulprüfungen zu erbringenden Prüfungsleistungen sind individuelle Leistungsnachweise, die benotet oder unbenotet sein können, aber in jedem Fall bestanden werden müssen. Pro Semester darf nur ein Projekt belegt werden. Das endgültige Nichtbestehen hat das endgültige Nichtbestehen der Masterprüfung zur Folge. Das Studium kann dann nicht mehr fortgesetzt werden.

Studienleistungen sind Vorleistungen, die dem Nachweis eines ernsthaft geführten Studiums dienen und Voraussetzung für die Teilnahme an der Modulprüfung bzw. ihrer Teilprüfungen sind.

Teilnahmevoraussetzungen werden, sofern sie erforderlich sind, explizit in der Beschreibung der Module/Teilmodule erwähnt.

Modul 1   Projekt 1: Kommunikation- und Medienforschung						
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christine Meltzer (Stellvertretung: Prof. Dr. Christoph Klimmt)						
Qualifikationsziele		Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, Forschungsprojekte von der Problemstellung bis zur Ergebnisdiskussion selbstständig durchzuführen, aufzubereiten und zu dokumentieren. Dazu bearbeiten sie aktuelle Forschungs- und Praxisherausforderungen der Kommunikationswissenschaft und des strategischen Medienmanagements und führen einen theoriegeleiteten empirischen Forschungsprozess durch. So erhalten die Studierenden einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess, lernen die entsprechenden Abläufe kennen, reflektieren diese und gestalten sie unter kritischer Begleitung weitgehend selbstständig. Die Studierenden lernen, dass alle Phasen des Forschungsprozesses aufeinander bezogen sein müssen.				
Teilmodule		/				
Inhalte		Vollständige Durchführung eines Forschungsprojekts zur Beantwortung einer Fragestellung der Kommunikationswissenschaft und/oder des strategischen Medienmanagements. Als Teil des Projekts wird im Rahmen des Selbststudiums Literaturarbeit geleistet (insbesondere Lektüre von wissenschaftlicher Literatur, aber auch Recherche aktueller gegenstandsbezogener Informationen und Materialien). Es wird eine Forschungsfrage hergeleitet und diskutiert, der Forschungsstand (Theorie und Ergebnisse) aufbereitet, die Fragestellung konkretisiert, und es werden geeignete Forschungsmethoden entwickelt und angewendet. Es werden Projektberichte (Forschungsberichte) nach wissenschaftlichem Standard erstellt. Das Forschungsvorhaben wird von den Studierenden unter der Anleitung eines Hochschullehrer*in und eines/einer wiss. Mitarbeiter*in bearbeitet.				
Studienleistung		Selbststudium/Literaturarbeit, Mitarbeit in allen Phasen des Forschungsprozesses				
Modulprüfung		Projektbericht (bis zu 80 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) <u>und</u> eine mündliche Prüfung über die Selbststudieneinheit (zum Beispiel in Form einer mündlichen Prüfung oder eines Referates, bis zu 30 Min., <b>benotet</b> )				
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload	
16	6	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium	90 h
					Selbststudium	390 h

Modul 2   Projekt 2: Kommunikation- und Medienforschung						
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christine Meltzer (Stellvertretung: Prof. Dr. Christoph Klimmt)						
Qualifikationsziele		Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, Forschungsprojekte von der Problemstellung bis zur Ergebnisdiskussion selbstständig durchzuführen, aufzubereiten und zu dokumentieren. Dazu bearbeiten sie aktuelle Forschungs- und Praxisherausforderungen der Kommunikationswissenschaft und des strategischen Medienmanagements und führen einen theoriegeleiteten empirischen Forschungsprozess durch. So erhalten die Studierenden einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess, lernen die entsprechenden Abläufe kennen, reflektieren diese und gestalten sie unter kritischer Begleitung weitgehend selbstständig. Die Studierenden lernen, dass alle Phasen des Forschungsprozesses aufeinander bezogen sein müssen.				
Teilmodule		/				
Inhalte		Vollständige Durchführung eines Forschungsprojekts zur Beantwortung einer Fragestellung der Kommunikationswissenschaft und/oder des strategischen Medienmanagements. Als Teil des Projekts wird im Rahmen des Selbststudiums Literaturarbeit geleistet (insbesondere Lektüre von wissenschaftlicher Literatur, aber auch Recherche aktueller gegenstandsbezogener Informationen und Materialien). Es wird eine Forschungsfrage hergeleitet und diskutiert, der Forschungsstand (Theorie und Ergebnisse) aufbereitet, die Fragestellung konkretisiert, und es werden geeignete Forschungsmethoden entwickelt und angewendet. Es werden Projektberichte (Forschungsberichte) nach wissenschaftlichem Standard erstellt. Das Forschungsvorhaben wird von den Studierenden unter der Anleitung eines Hochschullehrer*in und eines/einer wiss. Mitarbeiter*in bearbeitet.				
Studienleistung		Selbststudium/Literaturarbeit, Mitarbeit in allen Phasen des Forschungsprozesses				
Modulprüfung		Projektbericht (bis zu 80 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) <u>und</u> eine mündliche Prüfung über die Selbststudieneinheit (zum Beispiel in Form einer mündlichen Prüfung oder eines Referates, bis zu 30 Min., <b>benotet</b> )				
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload	
16	6	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium	90 h
					Selbststudium	390 h

<b>Modul 3   Projekt 3: Kommunikation- und Medienforschung oder Medien und Musik</b>					
Modulverantwortung: Prof. Dr. Carsten Winter (Stellvertretung: Prof. Dr. Christine Meltzer)					
Qualifikationsziele		<p>Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, Forschungsprojekte von der Problemstellung bis zur Ergebnisdiskussion selbstständig durchzuführen, aufzubereiten und zu dokumentieren. Dazu bearbeiten sie aktuelle Forschungs- und Praxisherausforderungen der Kommunikations- und Medienforschung oder des Forschungs- und Praxisfeldes Medien und Musik und führen einen theoriegeleiteten empirischen Forschungsprozess durch. So erhalten die Studierenden einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess, lernen die entsprechenden Abläufe kennen, reflektieren diese und gestalten sie unter kritischer Begleitung weitgehend selbstständig. Die Studierenden lernen, dass alle Phasen des Forschungsprozesses aufeinander bezogen sein müssen.</p> <p>In diesem Modul haben die Studierenden die Möglichkeit, ein weiteres Projekt aus dem Bereich Kommunikationswissenschaft und strategisches Medienmanagement zu wählen oder eines aus dem Bereich Medien und Musik, das im gleichnamigen Masterprogramm angeboten wird. Diese Wahlmöglichkeit erlaubt es den Studierenden, ihr individuelles Profil zu bilden und zu schärfen und die Kompetenzen zu erlernen, die sie als relevant für ihre berufliche Laufbahn erachten.</p>			
Teilmodule		/			
Inhalte		<p>Vollständige Durchführung eines Forschungsprojekts zur Beantwortung einer wissenschaftlichen Fragestellung. Als Teil des Projekts wird im Rahmen des Selbststudiums Literaturarbeit geleistet (insbesondere Lektüre von wissenschaftlicher Literatur, aber auch Recherche aktueller gegenstandsbezogener Informationen und Materialien). Es wird eine Forschungsfrage hergeleitet und diskutiert, der Forschungsstand (Theorie und Ergebnisse) aufbereitet, die Fragestellung konkretisiert, und es werden geeignete Forschungsmethoden entwickelt und angewendet. Es werden Projektberichte (Forschungsberichte) nach wissenschaftlichem Standard erstellt. Das Forschungsvorhaben wird von den Studierenden unter der Anleitung eines Hochschullehrer*in und eines/einer wiss. Mitarbeiter*in bearbeitet.</p>			
Studienleistung		Selbststudium/Literaturarbeit, Mitarbeit in allen Phasen des Forschungsprozesses			
Modulprüfung		Projektbericht (bis zu 80 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) und eine mündliche Prüfung über die Selbststudieneinheit (zum Beispiel in Form einer mündlichen Prüfung oder eines Referates, bis zu 30 Min., <b>benotet</b> )			
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload
16	6	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium 90 h Selbststudium 390 h

<b>Modul 4   Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden (FKF)</b>					
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christoph Klimmt (Stellvertretung: Prof. Dr. Eva Baumann)					
Qualifikationsziele	Die Studierenden werden in die Lage versetzt, auf einem fortgeschrittenen Anforderungsniveau Methoden zu bewerten, anzuwenden und Forschungsdesigns zu entwickeln. Der Besuch einer Veranstaltung zur multivariaten Statistik und Datenanalyse (Teilmodul 4.1) ist verpflichtend. Darüber hinaus können sich die Studierenden für einen Wahlpflichtkurs entscheiden (4.2).				
Teilmodule	4.1 Multivariate Statistik und Datenanalyse 4.2 Wahlmethodenseminar				
Modulprüfung	Zwei benotete Prüfungsleistungen in den Teilmodulen 4.1 und 4.2				
<b>LP</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>		
12	1 Semester	Siehe Teilmodule	Präsenzstudium	60 h	
			Selbststudium	300 h	
<b>Modul 4.1   Multivariate Statistik und Datenanalyse</b>					
Qualifikationsziele	Die Studierenden lernen die wichtigsten multivariaten Analyseverfahren kennen und anzuwenden.				
Inhalte	Multiple Regression, logistische Regression, Diskriminanzanalyse, multivariate und multifaktorielle Varianzanalyse, Clusteranalyse				
Studienleistung	Aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (inkl. Vor- und Nachbereitung)				
Prüfungsleistung	Hausarbeit (bis zu 55 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) <u>oder</u> Referat (bis zu 30 min., <b>benotet</b> ) <u>oder</u> mündliche Prüfung (bis zu 30 min., <b>benotet</b> )				
<b>LP</b>	<b>SWS</b>	<b>Lehrformen</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>
6	2	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium 30 h
					Selbststudium 150 h
<b>Modul 4.2   Ausgewählte empirische Methoden</b>					
Qualifikationsziele	Zu möglichen Inhalten der Wahlpflichtkurse zählen zum einen klassische und neuere sozialwissenschaftliche Verfahren der Datenerhebung und Datenanalyse (z. B. spezielle oder fortgeschrittene qualitative und quantitative Verfahren, Messtheorie und -methoden, Computer- und Apparateinsatz in der Medien- und Kommunikationsforschung, Analyse von „Big Data“, Mixed Methods, Datenmanagement), zum anderen auch medienökonomische Erhebungs- und Analyseverfahren (z. B. Conjoint-Analyse) sowie stärker angewandte medienökonomische Erkenntnistekniken (z. B. Methoden der Bilanzanalyse und Unternehmensbewertung, Business Case Studies).				
Inhalte	Die Lerninhalte richten sich nach der Methode; Ziel ist immer das Verständnis der Methode, die Fähigkeit zur Interpretation der mit dieser Methode generierten Erkenntnisse sowie die Fähigkeit zur eigenen Anwendung.				
Studienleistung	Aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (inkl. Vor- und Nachbereitung)				
Prüfungsleistung	Hausarbeit (bis zu 55 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) <u>oder</u> Referat (bis zu 30 min., <b>benotet</b> ) <u>oder</u> mündliche Prüfung (bis zu 30 min., <b>benotet</b> )				
<b>LP</b>	<b>SWS</b>	<b>Lehrformen</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>
6	2	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium 30 h
					Selbststudium 150 h

<b>Modul 5   Theorien und Strategien des Medienmanagements (TSM)</b>						
Modulverantwortung: Prof. Dr. Carsten Winter (Stellvertretung: Prof. Dr. Christoph Klimmt)						
Qualifikationsziele	Ziele sind der Erwerb von theoretischem und praktischem Wissen über Strategien der medialen Wertschöpfung, deren Herausforderungen und ihre nachhaltige Erfolgssicherung sowie über das Aufgabenfeld der Führung in Unternehmen und Organisationen.					
Teilmodule	5.1 Theorien für strategisches Medienmanagement 5.2 Ausgewählte Bereiche des strategischen Medienmanagements					
Modulprüfung	Zwei benotete Prüfungsleistungen in den Teilmodulen 5.1 und 5.2					
LP	Dauer	Häufigkeit	Workload			
12	1 Semester	Einmal jährlich	Präsenzstudium	60 h		
			Selbststudium	300 h		
<b>Modul 5.1   Theorien für strategisches Medienmanagement</b>						
Qualifikationsziele	Studierende erwerben Theorie-Wissen über Möglichkeiten der medialen Wertschöpfung. Sie lernen, was Wertschöpfung in Kontexten medialer Kommunikation herausfordert, was sie verändert, wahrscheinlicher, profitabler und nachhaltiger macht, und wie diese Veränderungen die konzeptuelle Entwicklung von Strategien, Medienmanagement und Führung herausfordern.					
Inhalte	Es werden Theorien zu medialen und gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Entwicklungen erarbeitet und diskutiert. Teile der Literatur können dabei parallel auch im Rahmen des Selbststudiums erarbeitet werden. Gesellschaftliche, technische sowie auch wirtschaftliche, soziale und kulturelle Veränderungen, die die Bedingungen und die Voraussetzungen von strategischem Medienmanagement verändern, werden in ihrer Relevanz für die Entwicklung von Kommunikations- und Medientheorie sowie auch für die Entwicklung der Ökonomie der Medien und von Strategien zum Thema.					
Studienleistung	Aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (inkl. Vor- und Nachbereitung)					
Prüfungsleistung	Hausarbeit (bis zu 55 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) oder Referat (bis zu 30 Min., <b>benotet</b> )					
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload	
6	2	Seminar	1 Semester	Einmal jährlich	Präsenzstudium	30 h
					Selbststudium	150 h
<b>Modul 5.2   Ausgewählte Bereiche des strategischen Medienmanagements</b>						
Qualifikationsziele	Studierende erwerben konzeptuelles und praktisches Wissen zu ausgewählten, insbesondere aktuellen Herausforderungen und neuen Anwendungsfeldern sowie Innovationen des strategischen Medienmanagements.					
Inhalte	Lerninhalte sind z.B. internationale oder branchenspezifische Zusammenhänge über ausgewählte Märkte, Marktakteure oder Formen der Organisation medialer Wertschöpfung sowie Medienmanagement-Innovationen. Möglich sind z.B. auch Veranstaltungen zu ausgewählten, insbesondere praktisch-medialen Chancen und Herausforderungen von strategischem Medienmanagement.					
Studienleistung	Aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (inkl. Vor- und Nachbereitung)					
Prüfungsleistung	Hausarbeit (bis zu 55 000 Zeichen inkl. Leerzeichen exkl. Literatur und Anhänge, <b>benotet</b> ) oder Referat (bis zu 30 Min., <b>benotet</b> )					
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload	
6	2	Seminar	1 Semester	Einmal jährlich	Präsenzstudium	30 h
					Selbststudium	150 h

<b>Modul 6   Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen (IFM)</b>					
Modulverantwortung: Prof. Dr. Christoph Klimmt (Stellvertretung: Prof. Dr. Eva Baumann)					
Qualifikationsziele	Dieses Modul dient der individuellen akademischen Profilbildung und Weiterentwicklung der Studierenden. Im Rahmen dieses Moduls sollen die Studierenden die Möglichkeit erhalten, inhaltliche Kompetenzgrundlagen auszuweiten und zu vertiefen, die für den angestrebten Studienabschluss und die persönliche Profilbildung zentral sind.				
Teilmodule	6.1 Workshop: Orientierung 6.2 Entwicklung individueller Forschungs- und Managementkompetenzen				
Modulprüfung	Es gibt keine benotete Modulprüfung, sondern die Form der Erarbeitung der Leistungspunkte wird individuell und in Absprache mit der gewählten Mentorin/dem gewählten Mentor nach einem Workshop mit einer qualifizierten Einführung in das Feld „Kommunikations- und Medienforschung“ festgelegt, dokumentiert und testiert.				
<b>LP</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>		
18	3 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium	15 h	
			Selbststudium	525 h	
<b>Modul 6.1   Workshop: Orientierung</b>					
Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen den Aufbau des Studienprogramms kennenlernen und eigene wissenschaftliche Fragestellungen sowie individuelle Berufsperspektiven mit Bezug zu Kommunikations- und Medienforschung entwickeln.				
Inhalte	Vorstellung aktueller Forschungsschwerpunkte und Herausforderungen der Kommunikations- und Medienforschung durch Hochschullehrer*innen sowie ggf. durch Gäste. Die Studierenden lernen den Aufbau und die Besonderheiten des Studienprogramms kennen und entwickeln eigene wissenschaftliche oder berufsbezogene Fragestellungen.				
Studienleistung	Aktive Teilnahme am Workshop				
Prüfungsleistung	Um das Teilmodul erfolgreich abzuschließen, entwickeln die Studierenden eine wissenschaftliche Fragestellung oder berufliche Zielidee mit Bezug zu eigenen Interessen (2 Seiten, <b>unbenotet</b> )				
<b>LP</b>	<b>SWS</b>	<b>Lehrformen</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>
1	1	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium 15 h
					Selbststudium 15 h
<b>6.2   Entwicklung individueller Forschungs- und Managementkompetenzen</b>					
Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen sich individuell akademisch profilieren und weiterentwickeln. Im Rahmen dieses Moduls sollen die Studierenden die Möglichkeit erhalten, inhaltliche Kompetenzgrundlagen auszuweiten und zu vertiefen, die für den angestrebten Studienabschluss und die persönliche Profilbildung zentral sind.				
Inhalte	Das Modul ist sowohl bezüglich der Lerninhalte als auch der Lehrformen flexibel, wobei alle Aktivitäten einen Bezug zum Studiengang aufweisen müssen. Lerninhalte können sich sowohl auf sozialwissenschaftliche Methoden beziehen als auch auf Wissen und Fähigkeiten im Bereich des strategischen Medienmanagements, der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. Darüber hinaus ist es im Rahmen dieses Moduls möglich, praktische Kompetenzen zu erwerben, beispielsweise im Rahmen von Praktika.				

Studienleistung		<p>Für den Erwerb der 17 LPs stehen unterschiedliche Optionen zur Verfügung, die die Studierenden nach Absprache mit der Lehrkraft wählen, individuell ausgestalten und miteinander kombinieren können. Dazu gehören externe Praktika, beispielsweise in Forschungseinrichtungen, der Erwerb von Studienleistungen an anderen Hochschulen des In- und Auslands und selbst initiierte und betreute Forschungsvorhaben an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover oder in anderen Wissenschafts- oder Forschungseinrichtungen. Zudem können LPs auch durch die Belegung von Seminaren am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung erworben werden. Auch ist es möglich, während des Studiums absolvierte Praktika anrechnen zu lassen. Auch die Mitwirkung an wissenschaftlichen Vorhaben an der HMTMH oder anderen Hochschulen ist möglich. Eine Anerkennung von vor dem Studium erworbenen Leistungen ist nicht möglich.</p>			
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload
17	-	Unterschiedliche Lehrformen	3 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium / h Selbststudium 510 h

<b>Modul 7   Examensmodul</b>					
Modulverantwortung: Prof. Dr. Eva Baumann (Stellvertretung: Prof. Dr. Carsten Winter)					
Qualifikationsziele		Fähigkeit zu selbständiger wissenschaftlicher Arbeit			
Teilmodule		7.1 Vorbereitung auf die Abschlussprüfung 7.2 Masterarbeit 7.3 Verteidigung			
Teilnahmevoraussetzungen		Erbrachte Leistungen in den Modulen 1 bis 6. Über die Zulassung zur Teilnahme bei einzelnen ausstehenden Leistungen in den Modulen 4 bis 6 entscheidet der Prüfungsausschuss. Der Umfang noch nicht erworbener Leistungspunkte in den Modulen 4 bis 6 darf bei der Anmeldung zum Examensmodul nicht größer sein als acht. Ausnahmen für besondere Härtefälle kann der Prüfungsausschuss auf schriftlichen Antrag zulassen.			
Modulprüfung		Eine benotete wissenschaftliche Abschlussarbeit im Teilmodul 7.2 und eine benotete Abschlussprüfung im Teilmodul 7.3 Gewichtung der Teilnoten gemäß § 9 Abs. 5 SPO: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterarbeit (70 % der Modulnote)</li> <li>• Verteidigung (30 % der Modulnote)</li> </ul> Vorleistungen: Teilnahme am Examenskolloquium (Modul 7.1)			
<b>LP</b>		<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>	
30		3 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium	30 h
				Selbststudium	870 h
<b>Modul 7.1   Vorbereitung auf die Abschlussprüfung</b>					
Qualifikationsziele		Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die Anlage fortgeschrittener kommunikationswissenschaftlicher Forschungsberichte wie sie eine Masterarbeit (7.2.) darstellt sowie zu den wissenschaftlichen Dokumentationsstandards für ihre eigene Arbeit. Sie erwerben zudem Kenntnisse über wissenschaftliche Diskussionen zu eigenen Thesen, wie sie in der Verteidigung der Masterarbeit (7.3) stattfindet.			
Inhalte		Vorstellung und Diskussion fremder Abschlussarbeiten und Vorstellung und Diskussion eigener Ideenskizzen für Abschlussarbeiten			
Studienleistung		Aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen (inkl. Vor- und Nachbereitung)			
Prüfungsleistung		<b>Unbenotete</b> Teilnahme. Um das Modul erfolgreich abzuschließen, stellen die Studierenden ihre Idee für eine eigene Abschlussarbeit vor und diskutieren diese mit einer Lehrperson.			
<b>LP</b>	<b>SWS</b>	<b>Lehrformen</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>
2	2	Seminar	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium 30 h Selbststudium 30 h
<b>Modul 7.2   Masterarbeit</b>					
Qualifikationsziele		In der Masterarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb der vorgesehenen Frist eine Aufgabe aus dem Feld Kommunikations- und Medienforschung selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Thema und Aufgabenstellung der Masterarbeit müssen dem Prüfungszweck entsprechen und der Bearbeitungszeit von vier Monaten angemessen sein.			
Prüfungsleistung		Prüfung ( <b>benotet</b> ): wissenschaftliche Abschlussarbeit mit einer maximalen Länge von 200 000 Zeichen einschließlich Leerzeichen exkl. Literaturverzeichnis und Anhänge (dies entspricht ungefähr 80 Seiten)			
<b>LP</b>	<b>SWS</b>	<b>Lehrformen</b>	<b>Dauer</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Workload</b>
21	/	Selbststudium Übung	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium / h Selbststudium 630 h

Modul 7.3   Verteidigung					
Qualifikationsziele		In der Verteidigung sollen die Studierenden zeigen, dass sie die in ihrer Masterarbeit (7.2.) bearbeitete kommunikationswissenschaftliche Fragestellung (ggf. mit Thesen) einem Fachpublikum in verständlicher, strukturierter und argumentativ überzeugender Art und Weise nahebringen können. Sie zeigen zudem, dass sie sich einer kritischen Fachdiskussion zu diesem Thema einschließlich fachlich benachbarter Erweiterungsthemen) unter den Gesichtspunkten sozialwissenschaftlicher Gütekriterien, aktueller Medienentwicklungen und in der Literatur dokumentierten Fachwissens behaupten können.			
Prüfungsleistung		Prüfung ( <b>benotet</b> ): 30-minütige mündliche Prüfung mit kurzem Eingangsvortrag der Kandidatin/des Kandidaten			
LP	SWS	Lehrformen	Dauer	Häufigkeit	Workload
7	/	Selbststudium	1 Semester	Jedes Semester	Präsenzstudium / h Selbststudium 210 h