

Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald



Wissen  
lockt.  
Seit 1456

# Institut für Politik- und Kommunikationswissenschaft

Bereich Kommunikationswissenschaft

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

## *B.A. KOMMUNIKATIONS- WISSENSCHAFT*

PSO 2012 + StO 2010 + StO 2005

Sommersemester 2013

Stand: 22.02.2013 (1. Änderung)

**Mitarbeiterverzeichnis**  
***Bereich Kommunikationswissenschaft***

Büro:

Manuela Dittmann

☎ 86-3402, Fax 86-3434, kowisekr@uni-greifswald.de; Raum 2.19

***Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft***

Inhaber:

Prof. Dr. Patrick Donges

☎ 86-3445, donges@uni-greifswald.de; Raum 2.14

Sprechzeit: Mi 9.00-11.00 (Bitte in aushängende Listen eintragen.)

***Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft/ Schwerpunkt Organisationskommunikation***

Inhaber:

Prof. Dr. Stefan Wehmeier

☎ 86-3454, stefan.wehmeier@uni-greifswald.de; Raum 2.15

Sprechzeit: Di 16.00-17.30

Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

Hedwig Golpon, Diplom-Theaterwissenschaftlerin

☎ 86-3413, golpon@uni-greifswald.de; Bahnhofstr. 51, 1. OG; Sprechzeit: Terminvereinbarung per email

Klaus-Jürgen Grothe, Diplom-Sprechwissenschaftler

☎ 86-3408, grothekj@uni-greifswald.de; Bahnhofstr. 51, 1. OG; Sprechzeit: Mi 16.00-17.00

Jakob Jünger

☎ 86-3444, jakob.juenger@uni-greifswald.de; Raum 3.17;

Sprechzeit: Mi 14.00-15.00 (nur mit Voranmeldung per email)

Paula Nitschke, DFG-Projekt „Politische Kommunikation in der Online-Welt“

☎ 86-3411, paula.nitschke@uni-greifswald.de; Bahnhofstr. 51, 1. OG

Oliver Raaz

☎ 86-3446, oliver.raaz@uni-greifswald.de; Bahnhofstr. 51, 1. OG;

Sprechzeit: Di 18.00-19.00 (nur mit Voranmeldung per email)

Henriette Schade

☎ 86-3411, henriette.schade@uni-greifswald.de; Bahnhofstr. 51, 1. OG; Sprechzeit: Do 10.00-11.00

Dr. Ingrid Uhlemann – **Studien- und Praktikumsberatung**

☎ 86-3430, uhlemann@uni-greifswald.de; Raum 3.17; Sprechzeiten: Mo 15.00-16.00, Do 10.00-11.00

Anne Zimdars

☎ 86-3430, anne.zimdars@uni-greifswald.de; Raum 3.17; Sprechzeit: Do 11.00-12.00

***Lehrbeauftragte:***

Dirk Arnold, dirk.arnold@uni-greifswald.de; Sprechzeit: nach Vereinb. per email (Bahnhofstr. 51, 1. OG)

Jörg Holten, joerg.holten@uni-greifswald.de; Sprechzeit: nach Vereinbarung per email

Ingo Knuth, ingoknuth@gmx.de

Peter Marx, Peter.Marx@dradio.de

# Musterstudienplan

B.A. Kommunikationswissenschaft (PSO 2012) – gültig ab WS 2012/13

<b>1. Semester (WS)</b> 10 LP/300 Std.	<b>1. Modul: Grundlagen der Kommunikationswiss.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Einführung in die Kommunikationswissenschaft (30/60)</li> <li>• Ü Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten (30/30)</li> </ul> <b>Summe: 5 LP / 150 Std.</b> PL: Klausur (60 Min.)	<b>2. Modul: Interdisziplinäre Bezüge der Kommunikationswissenschaft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK A Einführung in die Sprachwissenschaft (30/60)</li> <li>• V Sozialpsychologie I (30/30)</li> </ul> <b>Summe 5 LP / 150 Std.</b> PL: Klausur (60 Min.)
<b>2. Semester (SS)</b> 10 LP/300 Std.	<b>3. Modul: Interpersonale Kommunikation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Sozialpsychologie II (30/30)</li> <li>• V Linguistik der gesprochenen Sprache (30/30)</li> <li>• GK Theorien der interpersonalen Kommunikation (30/90) <i>oder</i></li> <li>• S Gesprächsanalyse (30/90)</li> <li>• Ü Körper- und Stimmtraining (30/30) <i>[bereits im 1. FS möglich]</i></li> </ul> <b>Summe: 10 LP / 300 Std.</b> PL: mündliche Prüfung (15 Min.) oder Hausarbeit (10-15 Seiten)	
<b>3. Semester (WS)</b> 15 LP/450 Std.	<b>4. Modul: Öffentliche Kommunikation I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK Mediensystem und Medienstrukturen 2 SWS (30/60)</li> <li>• V Kommunikation und Recht/ Medienrecht für Kommunikationswissenschaftler (30/30)</li> </ul> <b>Summe: 5 LP / 150 Std.</b> PL: Hausarbeit (5-10 Seiten)	<b>5. Modul: Methoden der Kommunikationswissenschaft I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (30/150)</li> <li>• GK Statistik (30/90)</li> </ul> <b>Summe: 10 LP / 300 Std.</b> PL: Klausur (120 Min.)
<b>4. Semester (SS)</b> 15 LP/420 Std.	<b>6. Modul: Öffentliche Kommunikation II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK Mediennutzung/ Medienwirkung (30/90)</li> <li>• GK Theorien der Kommunikationswissenschaft 2 SWS (30/90)</li> </ul> <b>Summe: 8 LP / 240 Std.</b> PL: Hausarbeit (10-15 Seiten) oder Klausur (90 Min.)	<b>7. Modul: Methoden der Kommunikationswiss. II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S Methoden: Befragung <i>oder</i> Beobachtung <i>oder</i> Inhaltsanalyse (30/120)</li> <li>• Ü Argumentations- und Präsentationstraining (30/30)</li> </ul> <b>Summe: 7 LP / 210 Std.</b> PL: Vortrag (Gruppenpräsentation 15 Min.) und schriftliche Ausarbeitung (5 Seiten pro Gruppe)
<b>5. Semester (WS)</b> 10 LP/300 Std.	<b>8. Modul: Praxis der Kommunikationswissenschaft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Forschungspraxis der Kommunikationswissenschaft (30/30)</li> <li>• Ü Medienpraktische Übung (30/60)</li> </ul> <b>Summe: 5 LP / 150 Std.</b> PL: Hausarbeit (5-10 Seiten)	<b>9. Modul: Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S Zwei Seminare (30/90 bzw. 120 mit Hausarbeit)</li> <li>• C Examenscolloquium (30/0)</li> </ul>
<b>6. Semester (SS)</b> 10 LP/450 Std.	<b>10. Modulübergreifende Prüfung</b>  <b>Summe: 5 LP / 150 Std.</b> PL: Mündliche Prüfung (390 Min.)	<b>Summe: 10 LP / 300 Std.</b> PL im 6. FS: Hausarbeit (15-20 Seiten) oder Vortrag (15 Min.) und schriftliche Ausarbeitung (15-20 Seiten)

# Musterstudienplan

B.A. Kommunikationswissenschaft (StO 2010) – gültig ab WS 2010/11

1. Semester (WS) 12 LP/360 Std./10 SWS	<b>1. Modul: Grundlagen der Kommunikationswiss.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Einführung in die Kommunikationswissenschaft 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> <li>• T Tutorium zur Vorlesung 2 SWS (1 LP, 30/30) [P]</li> <li>• Ü Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten 2 SWS (3 LP, 30/30) [P]</li> </ul>	<b>2. Modul: Interdisziplinäre Bezüge der Kommunikationswissenschaft I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK A Einführung in die Sprachwissenschaft 2 SWS (4 LP, 30/90) [P]</li> <li>• V Sozialpsychologie I 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> </ul>
	<b>Summe: 6 LP / 180 Std.</b> PL: Klausur (60 Min.)	<b>Summe 6 LP / 180 Std.</b> PL: Klausur (60 Min.)
2. Semester (SS) 10 LP/300 Std./8 SWS	<b>3. Modul: Interpersonale Kommunikation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Sozialpsychologie II 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> <li>• V Linguistik der gesprochenen Sprache 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> <li>• PS Theorien der interpersonalen Kommunikation 2 SWS (4 LP, 30/90) [WP] <i>oder</i></li> <li>• PS Gesprächsanalyse 2 SWS (4 LP, 30/90) [WP]<sup>1</sup></li> <li>• Ü Körper- und Stimmtraining 2 SWS (2 LP, 30/30) [P] <i>[bereits im 1. FS möglich]</i></li> </ul>	
	<b>Summe: 10 LP / 300 Std.</b> PL: mündliche Prüfung (20 Min.) oder Hausarbeit (10-15 Seiten)	
3. Semester (WS) 14 LP/420 Std./8 SWS	<b>4. Modul: Öffentliche Kommunikation I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK Mediensystem und Medienstrukturen 2 SWS (4 LP, 30/90) [P]</li> <li>• Ü Medienpraktische Übung 2 SWS (2 LP, 30/30) [WP]</li> </ul>	<b>5. Modul: Methoden der Kommunikationswissenschaft I</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 2 SWS (4 LP, 30/90) [P]</li> <li>• GK Statistik 2 SWS (4 LP, 30/90) [P]</li> </ul>
	<b>Summe: 6 LP / 180 Std.</b> PL: Hausarbeit (5-10 Seiten)	<b>Summe: 8 LP / 240 Std.</b> PL: Klausur (120 Min.)
4. Semester (SS) 14 LP/420 Std./8 SWS	<b>6. Modul: Öffentliche Kommunikation II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GK Mediennutzung/Medienwirkung 2 SWS (4 LP, 30/90) [P]</li> <li>• PS Theorien der Kommunikationswissenschaft 2 SWS (4 LP, 30/90) [WP]</li> </ul>	<b>7. Modul: Methoden der Kommunikationswiss. II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ü Methoden: Befragung <i>oder</i> Beobachtung <i>oder</i> Inhaltsanalyse 2 SWS (4 LP, 30/90) [WP]</li> <li>• Ü Argumentations- und Präsentationstraining 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> </ul>
	<b>Summe: 8 LP / 240 Std.</b> PL: Hausarbeit (10-15 Seiten)	<b>Summe: 6 LP / 180 Std.</b> PL: Gruppenpräsentation (zusammen 15 Min.)
5. Semester (WS) 4 LP/255 Std./7 SWS	<b>8. Modul: Interdisziplinäre Bezüge der Kommunikationswissenschaft II</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Kommunikation und Recht 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> <li>• V Eine weitere Vorlesung nach Wahl aus den Bereichen der Informatik (Technische Grundlagen der Telekommunikation), Wirtschaftswissenschaft (Einführung in die BWL, Einführung in das Marketing [bereits im 4. FS möglich]) oder der Politikwissenschaft 2 SWS (2 LP, 30/30) [WP]</li> </ul>	<b>9. Modul: Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft 2 SWS (2 LP, 30/30) [P]</li> <li>• PS Zwei Proseminare 2 SWS (3-4 LP, 30/60 bzw. 90 mit Hausarbeit) [WP] Es werden mindestens zwei Seminare pro Semester angeboten.</li> <li>• C Examenscolloquium (bei Bachelorarbeit im Teilstudiengang Kommunikationswissenschaft) 2 SWS</li> </ul>
	<b>Summe: 4 LP / 120 Std.</b> PL: Klausur (60 Min.)	
6. Semester (SS) 9 LP/135 Std./3 SWS		<b>Summe: 9 LP / 270 Std.</b> PL: Hausarbeit (6. FS; 15-20 Seiten), optional: Bewertung von Referat und Hausarbeit

**Anmerkungen:** Praktikum/Praktika – 12 LP (360 Std.); Bachelorarbeit (in einem von zwei Fächern) – 10 LP (300 Std.); Abschlussprüfung (30 Min. mündlich) – 2 LP (60 Std.); (x/x) – (Stunden Kontaktzeit je Lehrveranstaltung/Stunden Selbststudium je Lehrveranstaltung). **Gesamtvolumen** der Fachausbildung unter Einschluss der Abschlussprüfung: 65 LP; unter Einschluss der Bachelorarbeit und des Orientierungspraktikums: 87 LP.

<sup>1</sup> Für Studierende, die als weiteres Fach Germanistik studieren und im Rahmen dieses Faches die Veranstaltung 'Gesprächsanalyse' besuchen, ist ein Proseminar aus dem Bereich „Theorien interpersonalen Kommunikation“ im Basismodul „Interpersonale Kommunikation“ obligatorisch.

**Musterstudienplan**  
**B.A. Kommunikationswissenschaft (StO 2005)**

1. Semester (Wintersemester)	<b>Basismodul: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• V Einführung in die Kommunikationswissenschaft [P] (2 Lp 30/30)</li> <li>• T Tutorien zur Vorlesung [P] (1 Lp 15/15)</li> <li>• Ü Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten [P] (3 Lp 30/60)</li> <li>• <b>GK A</b> Einführung in die Sprachwissenschaft [P] (4 Lp 30/90)</li> </ul>	
Summe: 10 Lp		PL: Klausur (180 min)
2. Semester (Sommersemester)	<b>Basismodul: Interpersonale Kommunikation</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• V Sozialpsychologie II [P] (2 Lp 30/30)</li> <li>• V Linguistik der gesprochenen Sprache [P] (2 Lp 30/30)</li> <li>• PS Theorien interpersonaler Kommunikation [WP] (4 Lp 30/90)</li> <li>• <i>oder</i></li> <li>• PS Gesprächsanalyse [WP] (4 Lp 30/90)</li> <li>• Ü Körper- und Stimmtraining [P] (2 Lp 30/30) [bereits im 1. FS möglich]</li> </ul>	
Summe: 10 Lp		PL: Hausarbeit oder mündliche Prüfung
3. Semester (Wintersemester)	<b>Mikromodul: Öffentliche Kommunikation</b>	<b>Mikromodul: Methoden der Kommunikationswiss.</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>GK</b> Das deutsche Mediensystem [P] (4 Lp 30/90)</li> <li>• Ü Elektronisches Publizieren [WP] (2 Lp 30/30)</li> <li>• <i>oder</i></li> <li>• Ü Medienpraxis: ÖÄ/ Journalismus [WP] (2 Lp 30/30)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>GK</b> Methoden der empirischen Kommunikationsforschung [P] (4 Lp 30/90)</li> <li>• <b>GK</b> Statistik [P] (4 Lp 30/90)</li> </ul>
4. Semester (Sommersemester)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>GK</b> Mediennutzung/ Medienwirkung [P] (4 Lp 30/90)</li> <li>• PS Theorien der Öffentlichkeit [WP] (4 Lp 30/90)</li> <li>• <i>oder</i></li> <li>• PS Theorien des Journalismus/ Öffentlichkeitsarbeit [WP] (4 Lp 30/90)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ü Methoden: Befragung <i>oder</i> Beobachtung <i>oder</i> Inhaltsanalyse [WP] (4 Lp 30/90)</li> <li>• Ü Argumentations- und Präsentationstraining [P] (2 Lp 30/30)</li> </ul>
	Summe: 14 Lp PL: Hausarbeit	Summe: 14 Lp PL: Klausur (180 min)
5. + 6. Semester (Sommer-/Wintersemester)	<b>Mikromodul: Gruppen- und Organisationskommunikation</b>	
	<p><u>4 Vorlesungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• V Kommunikation und Recht [P] [Winter] (2 Lp 30/30)</li> <li>• V aus der Psychologie: Organisationspsychologie [WP] <i>oder</i> Sozialpsychologie I [WP] [Winter] (2 Lp 30/30)</li> <li>• V aus der Wirtschaftswissenschaft: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre [WP] (2 Lp) [Winter] <i>oder</i> Einführung in das Marketing [WP] [Sommer] <i>oder</i> Personal und Organisation (2 Lp 30/30)</li> <li>• V Technische Grundlagen der Telekommunikation <i>oder</i> eine weitere aus den Wirtschaftswissenschaften (BWL, Marketing, Personal und Organisation) (2 Lp 30/30)</li> <li>• C Examenscolloquium [W] (0 Lp) [Sommer]</li> <li>• <u>sowie 2 Proseminare [WP] aus den Bereichen (a) bis (f) [Winter/ Sommer]:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>(a) Gruppen- und Organisationskommunikation (3-4 Lp 30/60-90)</li> <li>(b) Telekommunikation und computervermittelte Kommunikation (3-4 Lp 30/60-90)</li> <li>(c) Wirtschaftskommunikation: Werbung und PR (3-4 Lp 30/60-90)</li> <li>(d) Politische Kommunikation (3-4 Lp 30/60-90)</li> <li>(e) Medienökonomie und Kommunikationsmanagement (3-4 Lp 30/60-90)</li> <li>(f) Regulierung und Selbstregulierung von Kommunikation (3-4 Lp 30/60-90)</li> </ol> </li> </ul>	
Summe: 15 Lp		PL: Klausur (180 min)

6. FS.	• Fachmodulprüfung (30 Min. mündlich)	2 Lp
	• Praktikum/ Praktika (Gesamtumfang 360 Stunden)	12 Lp
6. FS.	• ggf. schriftliche B.A.-Arbeit (30-60 Seiten)	10 Lp

## B.A. KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Information für Studierende mit der Kombination B.A. Germanistik/ Kommunikationswissenschaft:  
Im BM Sprachwissenschaft (Germanistik) müssen Studierende anstelle des Seminars „Einführung in die Sprachwissenschaft (GK A)“, wenn es in der KoWi belegt und geprüft wird/wurde, ein Ersatzseminar aus der Germanistik absolvieren, das dann als Teil der Germanistik-Klausur geprüft wird. Im gegenteiligen Fall müssen Studierende, die den GK A bereits in der Germanistik belegt haben (und dort geprüft wurden), auch ein Ersatzseminar aus der Germanistik belegen. Dieses Ersatzseminar ist dann aber Teil der KoWi-Modulklausur „Interdisziplinäre Bezüge der KoWi“. Diese Studierenden müssen sich unbedingt zu Semesterbeginn mit dem KoWi-Sekretariat in Verbindung setzen.

### Ersatzseminare:

- Mo 16-18  
**4004015** Grundlagen der linguistischen Semantik (Seminar)  
**Pavla Schäfer**, Rubenowstr. 2b, SR 1 [Alte Augenklinik Anbau]  
*oder*
- Di 10-12  
**4004016** Das Vertrauensphänomen aus pragmalinguistischer Sicht. Theorien und Methoden (Seminar)  
**Pavla Schäfer**, Rubenowstr. 2b, SR 1 [Alte Augenklinik Anbau]

### 3. MODUL Interpersonale Kommunikation (10 Lp) > StO 2010 + PSO 2012

- Mi 16-18  
**5801702** Sozialpsychologie II (Vorlesung)  
**Edzard Glitsch**, F.-Mehring-Str. 47, Hörsaal (Institut für Psychologie)
- Do 8-10  
**4004027** Linguistik der gesprochenen Sprache (Vorlesung)  
**Christina Gansel**, Rubenowstr. 3, Hörsaal
- Mo 10-12  
**4004028** Einführung in die Gesprächsanalyse (Seminar)  
**Birte Arendt**, Rubenowstr. 3, Hörsaal  
*oder*
- Mo 10-12  
**4004029** Einführung in die Gesprächsanalyse (Seminar)  
**Christina Gansel**, Rubenowstr. 3, R 1.05  
*oder*
- Mo 12-14  
**4011060** Theorien interpersonaler Kommunikation A (Seminar/ Grundkurs)  
**Dirk Arnold** (Lehrbeauftragter), Rubenowstr. 1, Hörsaal 2  
*oder*
- Do 12-14  
**4011062** Theorien interpersonaler Kommunikation B (Seminar/ Grundkurs)  
**Henriette Schade**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 4
- 4011064** Körper- und Stimmtraining (Übung)  
**Hedwig Golpon**; Wollweberstr. 1, Hörsaal [Alte Frauenklinik]; jeweils max. 15 TN:  
Anmeldung über HIS LSF :01.03.-02.04.2013  
Gruppe A: Mi, 12.15 -15.00 – Start: 10.04.2013 (6 Veranstaltungen hintereinander)  
Gruppe B: Do, 10.00 -13.30 – Start: 11.04.2013 (5 Veranstaltungen hintereinander)  
Gruppe C: Mi, 12.15 -15.00 – Start: 29.05.2013 (6 Veranstaltungen hintereinander)

## 6. MODUL Öffentliche Kommunikation II (8 Lp) > StO 2010 + PSO 2012

- Do 16-18  
4011066 Mediennutzung und Medienwirkung (Grundkurs)  
**Ingrid Uhlemann**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 1
- Di 8-10  
4011068 Theorien der Kommunikationswissenschaft: Öffentlichkeit (Grundkurs/ Seminar)  
**Patrick Donges**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 3  
*oder*
- Block  
4011070 Theorien der Kommunikationswissenschaft: Journalismus (Grundkurs/ Seminar)  
**Peter Marx** (Lehrbeauftragter); Termine: Do, 16.05.2013, Wollweberstr.1, SR 142;  
Fr, 31.05.2013, Wollweberstr. 1, SR 143; Sa, 01.06.2013, Rubenowstr. 3, R 1.05; jeweils 10-17 Uhr

## 7. MODUL Methoden der Kommunikationswissenschaft II (6 Lp) > StO 2010 + PSO 2012

- 4011072 Forschungsmethoden: Befragung / Inhaltsanalyse (Seminar/ Übung)  
**Ingrid Uhlemann/ Anne Zimdars**, Anmeldung über HIS LSF: 01.03.-22.03.2013, max. 16 TN  
Zu belegen sind eine Gruppe (Befragung A, B oder C oder Inhaltsanalyse A, B oder C) UND das dazugehörige Plenum! Plenum und Übung finden jeweils 14täglich im Wechsel statt.  
Die Anmeldung für eine Gruppe beinhaltet automatisch das dazugehörige Plenum!  
Bitte geben Sie bei der Anmeldung mindesten 3 Prioritäten an!
- Datenauswertung (im Multi-Media-Hörsaal, F.-Hausdorff-Str. 12, URZ)  
für die Gruppen Befragung: Fr/Sa 31.05./01.06.2013 (Fr 12-16, Sa 9-16 Uhr) und  
für die Gruppen Inhaltsanalyse: Fr/Sa 07.06./08.06.2013 (Fr 12-16, Sa 9-16 Uhr)
- Di 12-14 Plenum Befragung, Rubenowstr. 2b, SR 1; Beginn 1. Vorlesungswoche  
[*Achtung*: 1. Termin findet im Hörsaal 4, Rubenowstr. 1 statt.]
- Di 12-14 **Gruppe 1**: Befragung A, Ingrid Uhlemann; Rubenowstr. 2b, SR 1; Beginn 2. Vorlesungswoche  
Di 12-14 **Gruppe 2**: Befragung B, Anne Zimdars; Rubenowstr. 2b, SR 3; Beginn 2. Vorlesungswoche  
Di 14-16 **Gruppe 3**: Befragung C, Anne Zimdars; Rubenowstr. 2b, SR 3; Beginn 2. Vorlesungswoche
- Do 8-10 Plenum Inhaltsanalyse, Rubenowstr. 2b, SR 1; Beginn 1. Vorlesungswoche  
Mi 12-14 **Gruppe 4**: Inhaltsanalyse A, Ingrid Uhlemann; Rubenowstr. 2b, SR 3; Beginn 2. Vorlesungswoche  
Mi 14-16 **Gruppe 5**: Inhaltsanalyse B, Ingrid Uhlemann; Rubenowstr. 2b, SR 3; Beginn 2. Vorlesungswoche  
Do 8-10 **Gruppe 6**: Inhaltsanalyse C, Ingrid Uhlemann; Rubenowstr. 2b, SR 1; Beginn 2. Vorlesungswoche
- Ein paralleler Besuch des APT Gruppe B (Mi 12-16) ist terminlich möglich!*
- Argumentations- und Präsentationstraining – Textproduktion und Textanalyse  
in der mündlichen Kommunikation (Übung)
- 4011076 **Klaus-Jürgen Grothe**, Rubenowstr. 3, R 1.21; i.d.R 14-täglich; max. 16 TN,  
Anmeldung über HIS LSF: 25.02.-28.03.2013
- Di 8-12 Gruppe A: Beginn: 02.04.2013  
Mi 12-16 Gruppe B: Beginn: 03.04.2013  
Do 12-16 Gruppe C: Beginn: 11.04.2013  
Fr 8-12 Gruppe D: Beginn: 12.04.2013  
Fr 12-16 Gruppe E: Beginn: 12.04.2013  
Mo 12-16 Gruppe F: Beginn: 15.04.2013
- Block  
4011096 Performative Recherche – Öffentliche Präsentation (Übung)  
**Hedwig Golpon**, max. 10 TN; Anmeldung über HIS LSF: 01.03.-02.04.2013  
Start: Do, 11.04.2013, 18.00 Uhr; Bahnhofstr. 51, Seminarraum [Historisches Institut]

## 9. MODUL Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft > StO 2010 + PSO 2012

- Di 10-12  
**4011078** Stakeholdermanagement (Seminar)  
**Stefan Wehmeier**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 4
- Mo 8-10  
**4010024** Autonomie und Reklame (Seminar)  
**Micha Werner** (Institut für Philosophie), Rubenowstr. 1, Hörsaal 4
- Sa/So-Block  
**4011080** Medienmärkte und Kommunikationsstrategien – Einführung in die Mediaplanung (Seminar)  
**Ingo Knuth** (Lehrbeauftragter), **Rubenowstr. 3, R 1.22; max. 25 TN;**  
**Anmeldung über HIS LSF: 01.03.-18.04.2013;**  
**Termine: Fr, 26.04.2013, 14-16; Sa/So, 08./09.06.2013, 9-18**
- zusätzlich:  
Di 14-16  
**40110104** Examenskolloquium für B.A.-Studierende  
**Stefan Wehmeier/ Ingrid Uhlemann**, F.-Loeffler-Str. 70, SR 4 [Wirtschaftswiss.]

## MIKROMODUL Gruppen- und Organisationskommunikation > StO 2005 (15 Lp insgesamt im 5./6. FS)

- Do 10-12  
**2201012** Marketing (BWL I) (Vorlesung)  
**Hans Pechtl**, Makarenkostr., Hörsaal
- Do 12-14  
**2201014** Marketing (Übung)  
**Daniel Hunold**, Makarenkostr., Hörsaal, 14-täglich
- Di 10-12  
**4011078** Stakeholdermanagement (Seminar)  
**Stefan Wehmeier**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 4
- Sa/So-Block  
**4011080** Medienmärkte und Kommunikationsstrategien – Einführung in die Mediaplanung (Seminar)  
**Ingo Knuth** (Lehrbeauftragter), **Rubenowstr. 3, R 1.22; max. 25 TN;**  
**Anmeldung über HIS LSF: 01.03.-18.04.2013;**  
**Termine: Fr, 26.04.2013, 14-16; Sa/So 08./09.06.2013, 9-18**
- zusätzlich:  
Di 14-16  
**40110104** Examenskolloquium für B.A.-Studierende  
**Stefan Wehmeier/ Ingrid Uhlemann**, F.-Loeffler-Str. 70, SR 4 [Wirtschaftswiss.]



## Kommentarteil

Do 10-12 Marketing (BWL I) (Vorlesung)

**2201012 Hans Pechtl**, Makarenkostr., Hörsaal

Die Vorlesung gibt einen Überblick über Instrumente und Techniken des Marketings. Behandelt werden verschiedene Marketingkonzepte, Ansätze der Marktsegmentierung und Marketingstrategien. Ferner geht die Veranstaltung auf ausgewählte Entscheidungsprobleme bei einzelnen Marketing-Instrumenten und im Marketing-Mix ein.

Do 8-10 Linguistik der gesprochenen Sprache (Vorlesung)

**4004027 Christina Gansel**, Rubenowstr. 3, Hörsaal

Auf die Unterschiede von gesprochener und geschriebener Sprache hat als Erster der Sprachwissenschaftler Otto Behaghel (1899) verwiesen. Dass es mehr als 60 Jahre bis zur Entwicklung einer Linguistik der gesprochenen Sprache gedauert hat, hängt mit der Entwicklung technischer Möglichkeiten zur Aufzeichnung gesprochener Sprache und zum wiederholten Hören der Aufnahmen zusammen. Denn nur beim wiederholten Hören und auf der Grundlage von Transkriptionen können Merkmale gesprochener Sprache wahrgenommen, segmentiert und beschrieben werden. Nichts in der mündlichen Kommunikation ist überflüssig oder verwirrend, ganz im Gegenteil – es hat kommunikative Funktion und unterliegt Konventionen (Erwartungs-Erwartungen).

Das Ziel der Vorlesung ist es von daher, die Spezifik mündlicher Kommunikation und gesprochener Sprache in Opposition zu schriftlicher Kommunikation und geschriebener Sprache zu erklären. Es wird zu zeigen sein, welche kommunikativen Praktiken sich unter den Bedingungen mündlicher Kommunikation entwickeln. Daraus werden Eigenschaften gesprochener Sprache auf allen sprachlichen Ebenen abgeleitet (Phonetik, Prosodie, syntaktische Konstruktionen, Lexik und Semantik, Formulierungsverfahren).

### Literatur:

Fiehler, Reinhard/Barden, Birgit/Elstermann, Mechthild/Kraft, Barbara (2004): Eigenschaften gesprochener Sprache. Theoretische und empirische Untersuchungen zur Spezifik mündlicher Kommunikation. Tübingen: Niemeyer  
Schwitalla, Johannes (<sup>3</sup>2006): Gesprochenes Deutsch. Eine Einführung. Berlin: Erich Schmidt

Mo 10-12 Einführung in die Gesprächsanalyse (Seminar)

**4004028 Birte Arendt**, Rubenowstr. 3, Hörsaal

**4004029 Christina Gansel**, Rubenowstr. 3, R 1.05

Einer der erfolgreichsten Neuansätze der modernen Linguistik, der in die Forschungen der Kommunikationswissenschaft zu institutioneller und informeller Kommunikation hineinreicht, ist die Gesprächsanalyse. Sprachliche Kommunikation wird hier nicht auf Einzelaspekte (Grammatik, Semantik usw.) reduziert, sondern als Teil komplexer Interaktion behandelt. Das Seminar führt in Grundlagen und Kategorien der Methode der Gesprächsanalyse ein und verbindet die praktische Analysearbeit mit theoretischer Diskussion. Grundlage für die Gesprächsanalysen bilden authentischer Gespräche, an denen Gesprächsstrukturen wie der Sprecherwechsel, Imagearbeit oder Reparaturen verdeutlicht werden.

Das Seminar geht von der Bereitschaft zur Übernahme von Referaten aus. Zudem ist die Feintranskription eines ein- bis zweiminütigen Gesprächsausschnittes zu erbringen.

### Literatur:

Brinker, Klaus/Sager, Sven F. (1989): Linguistische Gesprächsanalyse. Eine Einführung. Berlin.  
Redder, Angelika/Ehlich, Konrad (Hrsg.) (1994): Gesprochene Sprache. Transkripte und Tondokumente. Tübingen (Phonai; 41).

Mo 8-10 Autonomie und Reklame (Seminar)

**4010024 Micha Werner** (Institut für Philosophie), Rubenowstr. 1, Hörsaal 4

Reklame und andere Formen kommerzieller Kommunikation spielen in westlichen Gesellschaften, in denen sowohl Rede- und Meinungsfreiheit als auch Vertragsfreiheit und Freiheit der Geschäftsausübung als wichtige Grundfreiheiten anerkannt sind, eine wesentliche Rolle. Gleichwohl ist Reklame (in spezifischen Ausprägungen) immer wieder auch Gegenstand gesellschaftlicher Kontroversen und moralischer Kritik. In diesem Proseminar werden wir uns auf die in der Wirtschaftsethik prominent diskutierte Frage nach dem Verhältnis von Werbung und Autonomie konzentrieren. Dabei werden wir zum einen untersuchen, ob und inwieweit bestimmte Werbemethoden die Fähigkeit individueller Rezipienten zu autonomen Entscheidungen beeinflussen können. Zum anderen werden wir fragen,

welchen Einfluss das System der Werbung als ganzes auf die Autonomie von Bürgerinnen und Bürgern sowie auf die kollektive Autonomie politischer oder kultureller Gemeinschaften ausübt. Im Rahmen dieser Überlegungen werden wir uns, gestützt auf aktuelle Beiträge zum Thema, sowohl mit verschiedenen Autonomiekonzepten als auch mit spezifischen Werbemethoden auseinandersetzen.

Theorien interpersonaler Kommunikation A + B (Seminar/ Grundkurs)

**4011060** Mo 12-14; **Dirk Arnold** (Lehrbeauftragter), Rubenowstr. 1, Hörsaal 2

**4011062** Do 12-14: **Henriette Schade**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 4

Wie lässt sich die Kommunikation zwischen zwei Menschen theoretisch beschreiben? Und: wie können wir Verständigung verstehen? Ausgehend von der alltäglichen Face-to-face-Kommunikation beschäftigt sich dieses Seminar aus kommunikationssoziologischer und -psychologischer Perspektive mit dem Prozess der interpersonalen Kommunikation. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen auf der Grundlage verschiedener Erklärungs- und Beschreibungsansätze einen fundierten Theorieüberblick gewinnen. Diskutiert werden dabei u.a. die folgenden Ansätze: Palo Alto-Schule (Watzlawick et al.), Symbolischer Interaktionismus (G. H. Mead) oder Rahmenanalyse (E. Goffman). Die Bereitschaft zum Erbringen eines aktiven Beitrages an der Gestaltung des Seminars wird vorausgesetzt.

Körper- und Stimmtraining (Übung)

**4011064** **Hedwig Golpon**; Wollweberstr. 1, Hörsaal [Alte Frauenklinik];

*Basiselemente der Rhetorik: Körper, Stimme, Sprache und Auftreten*

Ob es sich um einen Seminarvortrag, eine Laudatio, eine Projektdarstellung oder einen Fachvortrag handelt, die Grundregeln für einen guten Auftritt sind immer dieselben.

Wir fragen uns: Was heißt es, körperlich präsent zu sein? Wie klingt meine Stimme, reicht sie zum Zuhörer hinüber? Was bedeutet Blickkontakt und Interaktion? Wie kann man verständlicher, dynamischer, überraschender, lauter und klangvoller reden? Es wird geübt, spontan zu reden, Vorgesprochenes vorzutragen und rhetorischen Vorbildern zu folgen. In vielfältigen Übungen werden die natürlichen Ausdrucks- und Gestaltungsmittel, sowie das Aktionsrepertoire verknüpfend erweitert.

- o Das Zusammenspiel von Körper, Atmung und Stimme
  - o Das Ausdruckspotential
  - o Die Resonanzräume variable Stimmführung
  - o Verständlichkeit, Anschaulichkeit und Interaktivität im öffentlichen Vortrag
- Seminarvorträge und andere Redesituationen gehen zukünftig leichter von der Hand.  
Alles zusammen genommen hilft, Inhalte anregend zu präsentieren und kräftiger zu vertreten.

Do 16-18 Mediennutzung und Medienwirkung (Grundkurs)

**4011066** **Ingrid Uhlemann**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 1

Auf die Frage, ob und wie die Medien auf das Publikum wirken, gibt es verschiedenste Antworten. Die Forschungsergebnisse variieren je nach Wirkungsbegriff, Wirkungsebene, theoretischem Ansatz und empirischer Umsetzung. Grundlegend für Wirkungen ist allerdings die Nutzung von Medien. Im Grundkurs werden zunächst verschiedenen Aspekte der Mediennutzungs- und Rezeptionsforschung behandelt. Daran schließt sich die Frage nach verschiedenen Wirkungsmodellen an, die zum Themengebiet Medienwirkungsforschung überleitet. Auch hierzu werden verschiedene Ansätze und Ergebnisse des Forschungsbereichs vorgestellt.

Zum Grundkurs gibt es einen Reader, der im Copyshop dpc erhältlich sein wird.

Di 8-10 Theorien der Kommunikationswissenschaft: Öffentlichkeit (Grundkurs/ Seminar)

**4011068** **Patrick Donges**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 3

Das Seminar behandelt kommunikations- u. andere sozialwissenschaftliche Theorien der Öffentlichkeit. Ausgehend von „Klassikern“ der Öffentlichkeitstheorie wie Habermas und Luhmann werden verschiedene theoretische Konzepte und Modelle vorgestellt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Frage, wie sich Öffentlichkeit und öffentliche Kommunikation durch das Internet verändern. Das Seminar ist als Lektürekurs angelegt. Dementsprechend soll gemeinsam ein Verständnis der Texte erarbeitet und (nach kurzen Referaten) kritisch diskutiert werden.

Block Theorien der Kommunikationswissenschaft: Journalismus (Grundkurs/ Seminar)

**4011070 Peter Marx** (Lehrbeauftragter)

Wer steuert, wer beeinflusst die öffentliche Kommunikation? Sind es Journalisten, Pressestellen, PR-Agenturen alleine oder wird der Einfluss dieser Kommunikations-Zuträger schlicht und ergreifend weit überschätzt? Wie unabhängig sind Journalisten überhaupt bei der Auswahl der Themen, der Bewertung von Ereignissen etc, mit der sie die öffentliche Kommunikation zu beeinflussen versuchen. Fragen, die wir in diesem Seminar nachgehen. Wir untersuchen die Stilformen des deutschen Journalismus und die Präsentation gleicher Themen in den unterschiedlichen Medien. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Frage, wie sich Öffentlichkeit und öffentliche Kommunikation durch das Internet verändern.

Das Seminar ist als Lektürekurs angelegt. Dementsprechend soll gemeinsam ein Verständnis der Texte erarbeitet und (nach kurzen Referaten) kritisch diskutiert werden. Voraussetzung ist deshalb die regelmäßige Lektüre.

Für den Start in das Seminar empfiehlt sich die Lektüre von "Das journalistische Ich" (Monika Hedmann) und "Die Souffleure der Mediengesellschaft" (Weischenberg, Malik, Scholl). Zu den Seminartagen sind jeweils die tagesaktuellen Zeitungen Bild, Ostsee-Zeitung, Nordkurier und Frankfurter Allgemeine mitzubringen (bitte untereinander absprechen.)

Forschungsmethoden – Befragung / Inhaltsanalyse (Seminar/ Übung)

**4011072 Ingrid Uhlemann/ Anne Zimdars**

### *Befragung*

Die verschiedenen Formen des Befragens bzw. des Interviews gehören zu den am häufigsten in der empirischen Medienforschung eingesetzten Methoden. In der Übung wird an einem konkreten Beispiel aus der Medienforschung die Konzeption einer standardisierten Befragung von der Forschungsfrage bis zum einsatzfähigen Fragebogen eingeübt. Dabei kommen die Lehrinhalte zur Befragung des Methodengrundkurses zur Anwendung. Innerhalb der einzelnen Übungsgruppen werden alle Arbeitsgruppen an einem gemeinsamen Projekt arbeiten, wobei im Plenum für alle gemeinsam wichtige Informationen besprochen werden, während in den Gruppentreffen an den jeweiligen Teilfragen gearbeitet wird. Die Übung wird mit der Datenauswertung im URZ (31.05. + 01.06.2013) abgeschlossen. Die Präsentation der Ergebnisse wird im Zuge der Übung „Argumentations- und Präsentationstraining“ von Herrn Grothe erarbeitet. Präsentationstermine werden während des Semesters festgelegt.

### *Inhaltsanalyse*

Die systematische Analyse von Medieninhalten gehört zu den wichtigsten Methoden der empirischen Medienforschung. In der Übung sollen an einem konkreten Beispiel die verschiedenen Arbeitsschritte zur Entwicklung eines inhaltsanalytischen Messinstruments für eine standardisierte Inhaltsanalyse durchgeführt werden. Dabei werden alle Arbeitsgruppen innerhalb einer Gruppe an einem gemeinsamen Projekt arbeiten, wobei im Plenum für alle gemeinsam wichtige Informationen besprochen werden, während in den Gruppentreffen an den jeweiligen Teilfragen gearbeitet wird. Die Übung wird mit der Datenauswertung im URZ (07.06. + 08.06.2013) abgeschlossen.

Die Präsentation der Ergebnisse wird im Zuge der Übung „Argumentations- und Präsentationstraining“ von Herrn Grothe erarbeitet. Präsentationstermine werden während des Semesters festgelegt.

Argumentations- und Präsentationstraining – Textproduktion und Textanalyse ... (Übung)

**4011076 Klaus-Jürgen Grothe**, Rubenowstr. 3, R 1.21

Kommunikative Situationen der Mündlichkeit können unterschiedlich modellhaft beschrieben werden. Ausgehend von Grundmodellen (Bühler, Schulz von Thun, Pawlowski) werden einzelne Äußerungssituationen aus verschiedenen Kommunikationsräumen und situativen Kontexten näher betrachtet. Ziel ist das Sensibilisieren für kommunikative Prozesse und rhetorische Wirkungsbereiche sowie die Entwicklung von Kompetenzen in der Analyse von Sprechhandlungen auf unterschiedlichen Ebenen mit dem Schwerpunkt argumentativer Strategien. Sprechhandlungen werden dabei als komplexe und prozesshafte kommunikative Tätigkeit in den Dimensionen der Angemessenheit und Effektivität (Adäquatheit und Ziel-Mittel-Relation) begriffen.

Auf der Basis entsprechender Grundlagenliteratur (Auszüge) werden in Elementarübungen über Beobachtung und Analyse gewonnene Kenntnisse exemplarisch in eigenen Rede- und Präsentationsbeiträgen angewendet und (teilweise videogestützt) und zur Diskussion gestellt. Phasen der gemeinsamen Reflexion dienen dabei der Heranbildung von Beobachtungs- und Analysekompetenzen sowie der Kritikfähigkeit.

Den Schwerpunkt der letzten Kurstermine bilden das Realisieren von komplexen Kommunikationssituationen sowie die adressatenorientierte Darstellung von Analyseergebnissen in Präsentationssituationen. Hierbei werden thematisch die Ergebnisse der LV „Forschungsmethoden“ im MM Methoden der Kommunikationswissenschaft den Gegenstand zu erarbeitender Team-Präsentationen bilden.

Grundlagenliteratur:

Langer/ Schulz von Thun/ Tausch (?2002): Sich verständlich ausdrücken. München  
Göttert, Karl-Heinz (1978): Argumentation – Grundzüge ihrer Theorie... . Tübingen  
Toulmin, Steven (?1996): Der Gebrauch von Argumenten. Beltz Athenäum

Di 10-12 Stakeholdermanagement (Seminar)

**4011078 Stefan Wehmeier**, Rubenowstr. 1, Hörsaal 4

Der Begriff „Stakeholder“ hat seit Mitte der 80iger Jahre in der Wissenschaft und in der Öffentlichkeit massiv an Bedeutung gewonnen. Das Seminar setzt sich mit dem Begriff aus unterschiedlichen Perspektiven auseinander. Zunächst werden Ansätze des strategischen Managements diskutiert, da der Begriff dort seine wissenschaftlichen Wurzeln hat. Anschließend kommen Ansätze der Kommunikationsforschung zum Tragen, da der Begriff in den 90iger Jahren in die Unternehmenskommunikation und Public Relations diffundiert ist. Daneben sollen kritische Perspektiven zum dem Ansatz ebenso diskutiert werden, wie einzelne kleine Fallstudien, die von den Studentinnen und Studenten recherchiert werden sollen.

Sa/So-Block Medienmärkte und Kommunikationsstrategien – Einführung in die Mediaplanung (Seminar)

**4011080 Ingo Knuth** (Lehrbeauftragter), Rubenowstr. 3, R 1.22

Erfolgreiche Werbekampagnen hängen nicht nur von ihrer kreativen Umsetzung ab, sondern auch von der Effizienz und Effektivität ihrer Verbreitung und dem gezielten Einsatz der zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle. Zweck aller Mediaplanung ist es, einen optimalen Lösungsweg für ein oder mehrere Kommunikationsziele zu finden und die Botschaft zum richtigen Zeitpunkt, über die geeigneten Werbeträger, mit der richtigen Häufigkeit und einem gegebenen Etat an die jeweiligen Zielgruppen heranzutragen sowie die Wirkungen des Medieneinsatzes abzubilden. Ziel der Veranstaltung ist es, Grundlagen, Instrumentarien und Trends der Mediaplanung aufzuzeigen, sowie die Besonderheiten und Wirkungen der wesentlichen Mediengattungen zu unterstreichen. Zudem beinhaltet die Veranstaltung eine Anwendung des zuvor erworbenen Basiswissens. Hier sind die Teilnehmer aufgefordert, selbstständig eine Mediastrategie zu erarbeiten und abschließend zu präsentieren.

Literaturempfehlungen:

ARD-Werbung (2012): Media-Perspektiven Basisdaten – Daten zur Mediensituation in Deutschland 2011, Frankfurt, M.: Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften.  
Koschnick, W. J. (2003): Focus-Lexikon Werbeplanung, Mediaplanung, Marktforschung, Kommunikationsforschung, Mediaforschung, München: Focus-Magazin-Verlag. (online abrufbar: <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.html>)  
Löffler, J.-T. (2004): MEDIA – Planung für Märkte, Hamburg: Axel Springer AG, Mediaservice.  
Marx, A. (2008): Media für Manager, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH.  
Reitze, H. et. al. (2011): Massenkommunikation VIII – Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2010, Baden-Baden: Nomos-Verlag-Gesellschaft.  
Unger, F. (2006): Mediaplanung – Voraussetzungen, Auswahl und Entscheidungslogik, In: Scholz, C. (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement, Berlin: Springer, S. 735-760.  
Unger, F./Durante, N.-V./Gabrys, E. (2007): Mediaplanung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, Berlin: Springer.  
SevenOne Media (2012): Navigator Mediennutzung 2012, Unterföhring, SevenOne Media GmbH.  
(online abrufbar: [https://www.sevenonemedia.de/web/sevenone/research\\_mediennutzung\\_navigator-mediennutzung](https://www.sevenonemedia.de/web/sevenone/research_mediennutzung_navigator-mediennutzung))  
Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (2012): Werbung in Deutschland, Berlin: Verl. Ed. ZAW.

Block Performative Recherche – Öffentliche Präsentation (Übung)

**4011096 Hedwig Golpon**, Start: Do, 11.04.2013, 18.00 Uhr; Bahnhofstr. 51, Seminarraum

Ein Projekt, das nach der Auswahl eines gemeinsamen Interessengegenstandes mit der Recherche beginnt. Im Rahmen dieses Projekts werden Studierende der Kommunikationswissenschaft in Archiven stöbern, Zeitzeugen befragen, Filme drehen, Texte bearbeiten und ihre Ergebnisse zur öffentlichen Präsentation bringen. Es geht dabei auch um die Frage, wie (biographisches) Erzählen Identität konstituiert und welche Perspektiven auf reale, historische Ereignisse durch eine mündliche Erzähltradition entstehen.

Mögliches Arbeitsthema: Generationsübergreifende Mediennutzung

Bitte beachten: Interessenten für diesen Kurs sollten zuvor schon das Körper- und Stimmtraining absolviert haben.

Mi 16-18 Sozialpsychologie II (Vorlesung)

**5801702 Edzard Glitsch**, F.-Mehring-Str. 47, Hörsaal (Institut für Psychologie)

Die Vorlesung gibt einen Überblick über die traditionellen Themengebiete der Sozialpsychologie, die sich auf kognitive, motivationale und emotionale Aspekte der in sozialen Gruppierungen interagierenden Personen beziehen.

Eingeführt wird in die Theorien zur sozialen Interaktion und Kommunikation (z. B. Austauschtheorie, two step flow of communication) und zur sozialen Gruppe. Im Mittelpunkt stehen hier Konzepte wie Gruppenstruktur, Macht und Führung, Bindung und Identifikation sowie interpersonelle und intergrupale Konflikte. Ferner wird auf Probleme von Konformität, Devianz, Gewalt sowie der Gesundheits- und Kriminalprävention eingegangen.

## Sommersemester 2013

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
8-10	S Autonomie und Reklame; Prof. Werner	GK/S Theorien der KoWi; Prof. Donges Ü APT A; K.-J. Grothe	9-11 Sprechzeit: Prof. Donges	V Linguistik der gesprochenen Sprache; Prof. Gansel Ü/S Plenum Methoden: Inhalts- analyse; Dr. Uhlemann, 14t. Ü/S Methoden: Inhaltsanalyse 3; Dr. Uhlemann, 14t.	Ü APT D; K.-J. Grothe
10-12	S Gesprächsanalyse A + B; Prof. Gansel, Dr. Arendt	S Stakeholdermanagement; Prof. Wehmeier Ü APT A; K.-J. Grothe		V Marketing; Prof. Pechtl Ü KST B; H. Golpon 10-11 Sprechzeit: H. Schade 10-11 Sprechzeit: Dr. Uhlemann 11-12 Sprechzeit: A. Zimdars	Ü APT D; K.-J. Grothe
12-14	GK/S Theorien interpersonaler Kommunikation A; D. Arnold, LB Ü APT F; K.-J. Grothe	Ü/S Plenum Methoden: Befragung; Dr. Uhlemann/A. Zimdars, 14t. Ü/S Methoden: Befragung 1; Dr. Uhlemann, 14t. Ü/S Methoden: Befragung 2; A. Zimdars, 14t.	Ü KST A/C; H. Golpon Ü APT B; K.-J. Grothe Ü/S Methoden: Inhaltsanalyse 1; Dr. Uhlemann, 14t.	GK/S Theorien interpersonaler Kommunikation B; H. Schade Ü APT C; K.-J. Grothe Ü KST B; H. Golpon	Ü APT E; K.-J. Grothe
14-16	Ü APT F; K.-J. Grothe 15-16 Sprechzeit: Dr. Uhlemann	Ü/S Methoden: Befragung 3; A. Zimdars, 14t. K Examenskolloquium B.A.; Prof. Wehmeier/Dr. Uhlemann	Ü KST A/C; H. Golpon Ü/S Methoden: Inhaltsanalyse 2; Dr. Uhlemann, 14t. Ü APT B; K.-J. Grothe 14-15 Sprechzeit: J. Jünger	Ü APT C; K.-J. Grothe	Ü APT E; K.-J. Grothe
16-18		16-17.30 Sprechzeit: Prof. Wehmeier 18-19 Sprechzeit: O. Raaz	V Sozialpsychologie II; Dr. Glitsch 16-17 Sprechzeit: K.-J. Grothe	GK Medienwirkung/ Mediennut- zung; Dr. Uhlemann	<u>Blockveranstaltungen</u> S Medienethik in der Onlinekom- munikation (J. Holten, LB) S Theorien und Konzepte des Journalismus (P. Marx, LB) S Medienmärkte (Ingo Knuth, LB)

3. Modul Interpersonale Kommunikation (PSO 2012/ StO 2010) = 2. Fachsemester

6. Modul Öffentliche Kommunikation II (PSO 2012/ StO 2010); 7. Modul Methoden der KoWi II (PSO 2012/ StO 2010) = 4. Fachsemester

9. Modul Forschungsfelder der KoWi (PSO 2012/ StO 2010) + MM Gruppen- und Org.komm. (StO 2005) = 5./6. Fachsemester