

Studiengang: M.A. Sport, Medien und Kommunikationsforschung (M.A. MKF)
Prüfungsordnung: 01.04.2007 in der jeweils gültigen Fassung
Gültig für: Studienanfänger/innen ab Wintersemester 2008/09
Stand: August 2010

Modul-Nr.	FS	Modul Lehrveranstaltungen (Veranstaltungsart)	SWS	Credit Points/ Workload ¹	Erläuterungen
MKF1	1.	Wiss. Arbeiten I Wiss. Arbeiten, Erkenntnistheoretischer GL (VL) Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (Datenerhebungsverfahren) (SE) Datenanalyse I: Uni-, und Bivariate Verfahren, Inferenzstatistik (SE)	6 2 2 2	9/270	
MKF2	1.	Kommunikationsforschung I Ausgewählte Felder der Medienforschung (SE) Ausgewählte Felder der Kommunikationsforschung (SE) Ausgewählte Felder der Mediennutzungsforschung (SE)	6 2 2 2	9/270	
MKF3	1.	Medienpsychologie GL der Medien- und Werbepsychologie (VL) Kognitionspsychologie (SE) Ausgewählte Felder der Medienpsychologie (SE)	6 2 2 2	9/270	
MKF4	2.	Wiss. Arbeiten II Wiss. Projekt: Sport und Medien (SE) Datenanalyse II: Multivariate Verfahren (SE)	6 4 2	10/300	
MKF5	2.	Kommunikationsforschung II Ausgewählte Felder der Medienwirkungsforschung (SE) Ausgewählte Felder der Medieninhaltsforschung (SE) Ausgewählte Felder der Mediaforschung (SE)	6 2 2 2	9/270	
MKF6	2.	Medien, Sport u. sozialer Wandel Theorien des sozialen Wandels (VL) Medien als Indikator des sozialen Wandels (SE) Medien- und Sportsoziologie (VL)	6 2 2 2	8/240	
MKF7		Praktikum: wissenschaftliches Arbeiten nach 2. Semester in Vorlesungsfreier Zeit		6/180	
MKF8	3.	Medientheorien Ästhetik der Medien (SE) Kommunikation, Sport und Ethik (SE) Ausgewählte Felder der Medientheorien (VL) Historische Aspekte der Sportkommunikation (VL)	8 2 2 2 2	8/240	
MKF9	3.	Medien und Sport (Werbung, Sponsoring, PR) Produktion von medial vermitteltem Sport (SE) Rezeption von Sportmedien (SE) Sportmarketing (SE) Sportmedienangebot im internationalem Vergleich (SE)	8 2 2 2 2	11/330	
MKF10	3.	Ökonomie Schwerpunkt: Sport, Medienökonomie und Marketing Einführung in BWL, SP Marketing (VL) Werbung, PR, Sponsoring (SE) Ausgewählte Felder des Medienmanagements (SE) Ausgewählte Felder der Medienökonomie (SE)	8 2 2 2 2	11/330	
MKF11	4.	Master Thesis		30/900	
Gesamt			60	120/3600	

Abkürzungen: MKF = Medien und Kommunikationsforschung, FS = Fachsemester, KS=Kurs, SE = Seminar, SWS = Semesterwochenstunden, ÜB = Übung, VL = Vorlesung

Hinweise: Die genauen Angaben zu den Studien- und Prüfungsleistungen sowie den Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen sind im Modulhandbuch aufgeführt.

¹ Ein Credit Point (Leistungspunkt) entspricht einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden (Workload), der sowohl durch den Besuch von Lehrveranstaltungen als auch durch das Selbststudium (z.B. Vor- und Nachbereitung, Tutorien etc.) geleistet wird.