

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 2010/11

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.+3.	Wiss. Arbeiten II 2. Wiss. Projekt: Sport und Medien (SE) 2. Datenanalyse II: Multivariate Verfahren (SE) 3. Wiss. Projekt: Sport und Medien Teil 2 (SE)	8 4 2 2	11/330	
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.	Mediatisierung und sozialer Wandel im Sport Ausgewählte Felder der Medientheorien (VL) Mediatisierung im Sport (SE) Ästhetisierung und Visualisierung im Sport (SE)	6 2 2 2	8/240	
MKF7	3.	Praktikum: wissenschaftliches Arbeiten nach 2. Semester in Vorlesungsfreier Zeit		6/180	
MKF8	2.+3.	Medienpraxis 2. Medienwerkstatt I (Print) (SE) 3. Medienwerkstatt II (AV-Medien) (SE) 3. Medienwerkstatt III (Online) (SE)	6 2 2 2	7/210	
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	2.+3.	Ökonomie Schwerpunkt: Sport, Medienökonomie und Marketing 2. Einführung in BWL, SP Marketing (VL) 3. Werbung, PR, Sponsoring (SE) 2. Ausgewählte Felder des Medienmanagements (SE) 3. Ausgewählte Felder der Medienökonomie (SE)	8 2 2 2 2	11/330	
MKF11	4.	Master Thesis Masterthesis Kolloquium	2 2	30/900	
Gesamt			62	120/3600	

Abkürzungen: MKF = Sport, 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.