

Lehrveranstaltungen SoSe 2020

Institut für Kommunikationswissenschaft



Herzlich Willkommen im neuen Semester!

Auf den folgenden Seiten finden sich alle Lehrveranstaltungen, die im Sommersemester 2020 am Institut für Kommunikationswissenschaft angeboten werden.

Bitte haben Sie aufgrund der derzeitigen Situation Verständnis dafür, dass uns im Moment noch nicht alle endgültigen Informationen für einige Lehrveranstaltungen vorliegen. Aktuelle Änderungen werden regelmäßig auf unserer [Webseite](#) veröffentlicht oder direkt über die Kurse kommuniziert für die Sie sich wie gehabt über OPAL einschreiben können.

Hinweis: Die Einschreibung in die Vorlesungen ist für alle Studierende offen, Sie erhalten dafür keine Einladung.

Wir wünschen Ihnen für das neue Semester viel Kraft, viel Erfolg und beste Gesundheit!

Ihr IfK-Team

Lehrveranstaltungen im Bachelor-Studiengang
Medienforschung(/Medienpraxis)

Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Modul KW-K1, E1
Grundlagen der
Kommunikationsforschung

Do, 3. DS (11:10 – 12:40)

Der Bachelor-Studiengang "Medienforschung" bereitet auf Kommunikationsberufe in der Medienforschung und in der Medienpraxis vor. Unsere Studierenden werden nach dem Examen zum Beispiel als Journalisten oder PR-Berater, Medienforscher, Medienmanager oder -referenten arbeiten. Wenn man diese Berufe gleichzeitig kompetent und verantwortungsvoll ausüben will, benötigt man wissenschaftlich gesicherte Kenntnisse über die Prozesse der öffentlichen Kommunikation, ihre Ursachen, Abläufe und Wirkungen. Wie öffentliche Kommunikation einerseits (erfolgreich) für einzelne Kommunikatoren und Rezipienten andererseits (funktional) für die Gesellschaft als Ganzes ablaufen kann, untersucht die Kommunikationswissenschaft mit Hilfe theoretischer Modelle und empirischer Methoden. In der Vorlesung erhalten die Studierenden einen Überblick über die zentralen Begriffe und Systematiken, mit denen das Fach seinen Gegenstand beschreibt, über die wichtigsten Theorien mit denen Zusammenhänge dargestellt und erklärt werden, und über die wichtigsten empirischen Studien und ihre Untersuchungsverfahren, mit denen Zusammenhänge überprüft werden..

Die Vorlesung erörtert eingangs Grundbegriffe aus dem Feld der öffentlichen Kommunikation und erläutert, wie (medienvermittelte) Kommunikation grundlegend funktioniert. Darauf aufbauend werden Kernbefunde aus den wichtigsten Komponenten öffentlicher Kommunikation (Kommunikator- bzw. Journalismusforschung, Medieninhalte, Rezeptionsforschung, Wirkungsforschung und Mediaforschung) dargestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei Prozesse der durch Massenmedien vermittelten Kommunikation und wie sich diese im Zeitalter des Internets verändern.

Der zweite Teil der Veranstaltung in diesem Sommersemester ergänzt die Themen vom Wintersemester um folgenden Themen:

Der zweite Teil der Veranstaltung in diesem Sommersemester ergänzt die Themen vom Wintersemester um folgenden Themen:

Wirkungsforschung (I): Persuasionsforschung, Anfänge
Wirkungsforschung (II): Kognitive Effekte (und Wirkung politischer Kommunikation)
Wirkungsforschung (III): Emotionale Medienwirkungen
Wirkungsforschung (IV): Soziologische und sozialpsychologische Ansätze
Wirkungsforschung (V): Wirkungen von Gewaltdarstellungen
Wirkungsforschung (VI): Transaktion, Interaktion und differentielle Medieneffekte
Wirkungsforschung (VII): Mediatisierung und Digitalisierung
Mediaforschung (VIII): Printmedien und Rundfunk
Mediaforschung (IX): Online-Medien

Erwerb von Leistungspunkten

Klausur (Inhalte der Vorlesung und der Pflichtlektüre sind prüfungsrelevant)

Hinweis

Voraussichtlich Abruf von Präsentationen ohne Präsenztermine.

Die Klausur wird voraussichtlich in der Kernprüfungszeit von 20. Juli bis 15. August 2020 stattfinden. Der genaue Termin steht noch nicht fest und hängt von der weiteren Entwicklung der Covid-19-Pandemie und den Vorgaben der Universitätsleitung ab.

Methoden der empirischen Sozialforschung II

N. N.

Modul KW-K2

Grundlagen Forschungsmethoden

Di, 4. DS (13:00 – 14:30)

Die Vorlesung bietet einen Überblick über die Vorgehensweisen, Probleme und Möglichkeiten der empirischen Sozialforschung. Ausgehend von der wissenschaftstheoretischen Einbettung der empirischen Sozialforschung und den Problemen bei der Begriffsbildung und der Operationalisierung werden die gängigen Methoden der Datenerhebung und der Stichprobenziehung dargestellt. Der Komplex qualitative Forschungsmethoden führt über methodologische Grundlagen an Interviewertechniken heran, zeigt andere Möglichkeiten der Befragung auf und vermittelt Datenaufbereitung und Techniken der Textinterpretation.

Erwerb von Leistungspunkten

Klausur (90 min)

In diesem Kurs wird Marketing als zentraler Anknüpfungspunkt der Studierenden an die unternehmerische Praxis vermittelt. Die Inhalte des Kurses umfassen die Definitionen von Marketing, seinem Umfeld und seiner Wirkungsfelder. Alle wichtigen Formen des Marketings werden erörtert und vorgestellt, insbesondere auch Online-Marketingformen.

Die Studierenden erlernen über praktische Übungen die Themen Markenpositionierung, Marketing-Strategie, Marketing-Mix, Zielgruppenanalyse, Wettbewerbsbetrachtung und Differenzierung.

Sie erhalten Einblick in die Gesetzmäßigkeiten und Erfolgsfaktoren von erfolgreichen Marketing-Kampagnen in verschiedenen medialen Umsetzungen.

Das Seminar sieht für alle Seminartermine praktische Einblicke und Übungen zu den Themen Kampagnenplanung, Content Creation, Markenpositionierung, Semantische Analyse, Texte für Produkte, formale Analysen, Suchmaschinenoptimierung vor.

Mit Behandlung des Marketing-Mix bekommt der Student auch noch einen Crashkurs insbesondere für Startup-Aktivitäten und Entrepreneurship.

Der Dozent selbst ist Unternehmensgründer und betreut(e) Startups auf ihrem Weg zu etablierten Unternehmen.

Erwerb von Leistungspunkten

w. n. b. g.

Termine

w. n. b. g.

Science Communication II

Prof. Dr. Sven Engesser

Modul MeFoMepra 5/KW-K3, E3
Wissenschaftskommunikation

Mo, 4. DS (13:00 – 14:30)

Angesichts der Covid-19-Pandemie steht die Relevanz der Wissenschaftskommunikation derzeit wohl außer Frage. Wie kommunizieren Regierung und Behörden ihre Entscheidungen. Wie vermitteln die Massenmedien die komplexen Sachverhalte? Welchen Einfluss haben die Botschaften auf die Bevölkerung? Diesen und weiteren Fragen geht die Vorlesung nach. Darüber hinaus bietet sie eine Einführung in das breite und vielfältige Forschungsfeld der Wissenschaftskommunikation. Die Vorlesung geht darauf ein, wie in der Wissenschaft, aus der Wissenschaft heraus und über Wissenschaft kommuniziert wird. Zur Veranschaulichung werden neben der Covid-19-Pandemie Beispiele aus Gesundheit, Umwelt und Technik herangezogen. Schließlich vermittelt die Vorlesung, wie Wissenschaftskommunikation kritisch hinterfragt und normativ bewertet werden kann.

Erwerb von Leistungspunkten

Klausur

Hinweis

Der Ablaufplan wird über OPAL bereitgestellt.

Die Präsentationen der einzelnen Sitzungen werden als Videocast zur Verfügung gestellt und sind über OPAL abrufbar. Die das Wintersemester 2019/20 und das Sommersemester 2020 umfassende Klausur wird voraussichtlich in der Kernprüfungszeit von 20. Juli bis 15. August 2020 stattfinden. Der genaue Termin steht noch nicht fest und hängt von der weiteren Entwicklung der Covid-19-Pandemie und den Vorgaben der Universitätsleitung ab.

Inhaltsanalyse A & B & C

Alina Fenn,
Lisa Weidmüller

Modul MeFoMePra 6
Forschungsmethoden

A Di, 4. DS (13:00 – 14:30)
B Mi, 3. DS (11:10 – 12:40)
C Do 4. DS (13:00 – 14:30)

Die Inhaltsanalyse gehört zum klassischen kommunikationswissenschaftlichen Methodeninventar. In der Veranstaltung werden aufbauend auf den Methoden-Vorlesungen des ersten und zweiten Semesters zunächst die theoretischen Grundlagen und Standards der Methode vorgestellt. Dabei wird auch auf methodologische Neuerungen, Probleme und Forschungslücken innerhalb der Inhaltsanalyse eingegangen. Parallel wird in kleinen Projektgruppen praxisnah die Durchführung einer klassischen (quantitativen) Inhaltsanalyse von der ersten Forschungsidee bis hin zum Pretest erprobt.

Die Lehrveranstaltung wird im SoSe2020 aufgrund der aktuellen Lage als online Seminar umgesetzt. D.h. die Seminarinhalte werden wöchentlich als Video-Präsentationen durch die Dozentinnen zur Verfügung gestellt (voraussichtlich auf OPAL).

Zusätzlich finden regelmäßige virtuelle "Präsenzveranstaltungen" und Konsultationen statt (voraussichtlich per Skype oder Zoom). Die erste Sitzung in der KW 16 (13.04.-19.04.2020) wird als virtuelle "Präsenzveranstaltung" stattfinden. Nähere Informationen zur konkreten Umsetzung erhalten Sie rechtzeitig von Ihrer jeweiligen Dozentin. Alle weiteren "Präsenztermine" werden in Absprache mit den Studierenden festgelegt.

Erwerb von Leistungspunkten

Teilleistungen im Portfolio (Arbeitsaufwand ca. 150 Stunden)

- Abgabe zu Theorie & Forschungsstand (20%)
- Abgabe zu Operationalisierung und Auswertungsstrategie (20%)
- Codebuch (25%)
- Abgabe zu Pretest, Reliabilitätsberechnung, Überarbeitung des Codebuchs (10%)
- Paper (25%)

Hinweis

Sie benötigen außerdem:

- technische Ausstattung zum Abspielen und Anhören von Videos
- Video-Konferenz-Tools (bspw. Skype, Zoom)
- Gruppenarbeits-Tools (bspw. Etherpad)

Achtung: Diese Tool-Auswahl ist vorläufig und wird in der ersten Sitzung gemeinsam mit den Studierenden abgestimmt, angepasst und ergänzt.

Umfrageforschung A & B

Julia Hoffmann

Modul MeFoMePra 6
Forschungsmethoden

A Di, 4. DS (13:00 - 14:30)

B Mi, 3. DS (11:10 – 12:40)

Wie gestalte ich einen guten Fragebogen? Wie formuliere ich Fragen richtig? Wie und wo erreiche ich am besten meine Befragten? Und wie viele Personen muss ich für eine repräsentative Befragung überhaupt erreichen? Die Antworten auf diese Fragen sind für eine erfolgreiche Durchführung von Umfragen von erheblicher Bedeutung. Aufbauend auf dem grundlegenden Wissen der Methodenvorlesung soll in diesem Seminar eine vertiefende Beschäftigung mit der Umfrageforschung stattfinden. Dabei wird sich das Seminar nicht in theoretischer Literaturarbeit erschöpfen, sondern wir werden uns in kleinen Gruppen ganz praktisch mit Frageformulierungen, Skalen, Fragebogendramaturgie und Feldarbeit beschäftigen. Begriffe wie etwa Filterführung, Rotation, Likert-Skala, Semantisches Differential, Eisbrecherfrage, Online-Panel, Halo-Effekt sollten für die Teilnehmer am Ende des Semesters keine Fremdwörter mehr sein.

Die Lehrveranstaltung wird größtenteils online via OPAL ablaufen. Dazu werden verschiedene Werkzeuge eingesetzt, mit denen sich die Studierenden an der Erarbeitung des Stoffes beteiligen. Zum geplanten Veranstaltungstermin gibt es zudem virtuelle Präsenztermine in denen Raum für Fragen, Diskussionen und Konsultationen ist.

Erwerb von Leistungspunkten

Teilleistungen im Portfolio (Arbeitsaufwand ca. 150 Stunden)

Teilleistungen:

- Textbesprechung in Form eines Wiki-Artikels (15%)
- Instrument (Fragebogen) (30%)
- Pretestergebnisse & Auswertungsstrategie (30%)
- Online-Tests (20%)
- Beteiligung am Onlineseminar (5%)

Hinweis

Sie benötigen außerdem:

- Computer & Internetanschluss (ggf. [VPN-Client](#)) zur Beschaffung von Pflichtliteratur

Politische Kommunikation (Praxis)

Dirk Reelfs

Modul MeFoMePra 7a
Politische Kommunikation

Fr, 2. DS (9:20 – 10:50)

w. n. b. g.

Erwerb von Leistungspunkten

w. n. b. g.

Termine

w. n. b. g.

Publikumsforschung A & B

Ayanda Rogge

Modul MeFoMePra 7b
Publikumsforschung

A Mi, 4. DS (13:00 – 14:30)

Raum: BZW / A152

B Do, 5. DS (14:50 – 16:20)

Raum: BZW / A154

Minderheiten in der Publikumsforschung

Das Seminar Publikumsforschung beschäftigt sich in diesem Semester mit spezifischen Zielgruppen als Nutzer*innen von Kulturangeboten und entsprechenden medialen Kanälen. Zu den spezifischen Zielgruppen gehören Minderheiten wie Menschen mit Beeinträchtigungen, Alleinerziehende, LGBTQIA, Menschen mit Migrationshintergrund, aber auch Menschen mit prekärer sozialer Herkunft – kurz, Menschen, die nicht immer in der Konzipierung von Kulturangeboten mitgedacht werden.

Übergeordnete Fragen, mit denen wir uns beschäftigen wollen, sind:

- Welchen Problemen stehen diese Publika beim Besuch klassischer Kulturstätten gegenüber?
- Welche Kulturangebote nehmen Sie stattdessen wahr und was kann das Kulturmanagement von diesen Alternativen lernen?

Um uns diesen Fragen zu nähern, werden wir uns zu Beginn mit den Methoden der Publikumsforschung vertraut machen. Im Rahmen eines Fallbeispiel sollen Sie anschließend die Position eines Kulturanbieters einnehmen und ein Problem einer Minderheitengruppe mit den Methoden der empirischen Sozialforschung untersuchen. Ziel des Seminars ist es, ihre Überlegungen und methodischen Lösungsansätze in einem Konzept durchzudenken.

Erwerb von Leistungspunkten

Seminararbeit

Hinweis

Zur Realisierung der digitalen Lehre werden die Studierenden gebeten, sich einen Computer mit Audio-, Video- und Mikrofonfunktion sowie Internetverbindung zu organisieren.

Die virtuellen Präsenztermine werden über die Plattform Zoom abgehalten. Sofern sich der Bedarf nach einer alternativen Kommunikationsweise (neben Emails) ergeben sollte, werden die Studierenden gebeten Slack zu installieren (unter Vorbehalt).

Das Seminar findet wöchentlich statt. Aufgrund der COVID-19 Pandemie wird die Lehre virtuell starten – voraussichtlich in der Woche nach Ostern.

Wir beginnen mit einer Einführung in die Methoden der Publikumsforschung. Danach folgt ein gemeinsames Brainstorming zu möglichen Minderheiten-Publika und Problemen, die diese Gruppe interessieren könnten. Der Hauptteil des Seminars wird darin bestehen, dass sich die Studierenden sich Fallbeispiel überlegen, in dem sie die Rolle einer Kultureinrichtung einnehmen. Aufgabe wird es sein, ein Konzept vorzustellen, wie das zuvor identifizierte Problem durch die Methoden der Publikumsforschung untersucht werden kann. Je Seminarsitzung wird ein Fallbeispiel vorgestellt und im (virtuellen) Plenum diskutiert bzw. reflektiert. Die Gestaltung dieser Diskussion wird von den Studierenden geleitet. Das Konzept sowie die Diskussionssynopse sollen am Ende im Rahmen einer Seminararbeit eingereicht werden.

Öffentlichkeitsarbeit - Theorie A & B

Antje Odermann & Ayanda Rogge

Modul MeFoMePra 8a
Öffentlichkeitsarbeit

Fr 4. DS (13:00 -14:30)

wöchentlich

Öffentlichkeitsarbeit bzw. Public Relations (PR) – beide Begriffe werden synonym verwendet – haben sich in den letzten Jahrzehnten zu einem wichtigen Bereich öffentlicher Kommunikation entwickelt, in dem Organisationen mit ihren Bezugsgruppen Beziehungen pflegen, sich in Szene setzen, Glaubwürdigkeit und Vertrauen aufbauen etc. Der Begriff Kommunikationsmanagement dient teilweise ebenfalls als Synonym für dieses Tätigkeitsfeld, akzentuiert aber auch seinen regelnden und strategischen Charakter im Dienst der jeweiligen Organisation. Kommunikationsmanager bzw. PR-Praktiker versuchen dabei, auf den Journalismus als Vermittlungsinstanz einzuwirken, nutzen aber immer schon und zunehmend auch eigene Medien bzw. Instrumente, sind in sozialen Netzwerken aktiv etc. Laut eines gesellschaftstheoretischen Ansatzes stellt PR einen konstitutiven Faktor der pluralistischen Demokratie dar (Ronneberger). Aber auch organisations- oder marketingbezogene sowie andere Verständnisse spielen eine wichtige Rolle. Das Seminar führt in Theorie(n) und Systematik der PR als strategischer Kommunikation überblicksartig ein.

Im Rahmen des Seminars sollen die Studierenden eine Podcast-Reihe erstellen, die entlang einer zentralen Theorie der ÖA strukturiert wird. Neben dieser Haupttheorie sollen die Studierenden weitere Theorien erörtern und deren Synopse im Gespräch vorstellen. Weiterhin soll der Podcast an einem konkreten Fallbeispiel ausgerichtet sein, um einen praktischen Bezug zu den vorgestellten Theorien herzustellen.

Um eine erste Idee für die Gestaltung des Podcasts zu bekommen, empfehlen wird den ZEIT WISSEN Podcast oder das NDR Coronavirus-Update mit Prof. Christian Drosten.

Erwerb von Leistungspunkten

Teilleistungen im Portfolio (Arbeitsaufwand ca. 60 Stunden):

In jeder Podcast-Reihe sollen Studierende rotierend drei Rollen einnehmen:

- 1.) **Der/Die Moderator*in:** Hat einen Blick für das Große und Ganze und strukturiert über gezielte Fragen verschiedene Aspekte des Dachthemas.
- 2.) **Der/Die Expert*in:** Übernimmt die fachliche-professionelle Einordnung des Themas und beleuchtet Argument wissenschaftlich fundiert.
- 3.) **Der/die Response Gebende:** Reagiert mit positiven und skeptischen bzw. kritischen Fragen und Kommentaren, die sich aus der Fachliteratur und anderen Medien ergeben.

Eingangs wird eine Übersicht mit der Hauptliteratur zu den Öffentlichkeitstheorien zur Verfügung gestellt. Sie erstellen in ihren Gruppen ihren Podcast unter Einbezug weiterführender Literatur und eines praktischen Fallbeispiels. Jeder Podcast soll 20-30 Minuten dauern.

Hinweis

Zur Realisierung der digitalen Lehre werden die Studierenden gebeten, sich einen Computer mit Audio-, Video- und Mikrofonfunktion sowie Internetverbindung zu organisieren.

Die virtuellen Präsenztermine werden über die Plattform Zoom abgehalten. Studierende, die aufgrund technischer Gegebenheiten keinen Podcast erstellen können, haben die Alternative ihre Diskussion schriftlich einzureichen. Möglichkeiten zur Aufzeichnung eines Podcastes und alles Weitere werden am Anfang des Seminars besprochen. Aufgrund der COVID-19 Pandemie wird die Lehre virtuell starten – voraussichtlich in der Woche nach Ostern.

Öffentliche Meinung

Thomas Petersen

Modul MeFoMePra 8a, 8b, E4

Öffentliche Meinung

Mo, voraussichtlich 14-tägig
2. & 3. DS (09:20 – 12:40)

Nur wenige Begriffe sind gleichzeitig so geläufig und werden dennoch so wenig verstanden wie der Begriff „öffentliche Meinung.“ Öffentliche Meinung scheint überall zu sein: Politiker berufen sich auf sie und fürchten sie gleichzeitig, Medien formulieren den Anspruch, sie zu vertreten. Sie trägt und stürzt Regierungen. Doch was ist öffentliche Meinung eigentlich? Dieser Frage soll in der Vorlesung nachgegangen werden. Es werden verschiedene Konzepte öffentlicher Meinung vorgestellt und den Fragen nachgegangen, wie öffentliche Meinung zustande kommt, wie sie sich verändert und woraus sie ihre Kraft bezieht. Es wird besprochen werden, wer die Akteure im Prozess der öffentlichen Meinung sind, wie man öffentliche Meinung messen kann und warum dieses Thema für das Verständnis der Funktion moderner Gesellschaften und besonders für die Kommunikationswissenschaft von so zentraler Bedeutung ist.

Erwerb von Leistungspunkten

Klausur (90min)

Hinweis

Voraussichtlich Abruf von Präsentationen ohne Präsenztermine

Öffentliche Meinung A & B

Antje Odermann

Modul MeFoMePra 8b
Öffentliche Meinung

Di, 3. DS (11:10 - 12:40)

Do, 4. DS (13:00 – 14:30)

Das Seminar „Öffentliche Meinung“ baut inhaltlich auf der Vorlesung „Öffentliche Meinung“ auf. Während die Vorlesung die theoretischen Grundlagen vermittelt und demokratietheoretische sowie allgemein gesellschaftliche Themen in Bezug zur Meinungsforschung behandelt, geht es im Seminar darum, die Veränderungen der Prozesse öffentlicher Meinungsbildung und damit verbunden der Entstehung neuer Kommunikationsstrukturen und Öffentlichkeiten näher zu beleuchten, die Herausforderungen der Messung von Öffentlicher Meinung im Zuge der Digitalisierung sowie empirische Kenntnisse zu diskutieren und einzuordnen.

Basis der Auseinandersetzung bilden Grundlagentexte sowie aktuelle Studien mit Fokus auf den Themenkomplex Internet und Social Media.

Am Ende des Kurses sollten die Studierenden das Zusammenspiel von Medien, öffentlicher Meinung und Politik verstehen und mit den relevanten Konzepten und Dynamiken der öffentlichen Meinung vertraut sein. Darüber hinaus soll der kritische Umgang mit Studien und Forschungsergebnissen im Feld der öffentlichen Meinung geschult werden.

Im Rahmen des Seminars erstellen die Studierenden eine Podcast-Reihe, die entlang einer zentralen Theorie der Öffentlichen Meinung strukturiert wird. Neben dieser Haupttheorie sollen die Studierenden weitere Ansätze und Studien erörtern und deren Synopse Bestandteil des Gespräches sein. Weiterhin soll der Podcast an einem konkreten Fallbeispiel ausgerichtet sein, um einen praktischen Bezug zu den vorgestellten Theorien herzustellen.

Um eine erste Idee für die Gestaltung eines Podcasts zu bekommen, werden der BredowCast, @mediasres (DLF) sowie das NDR Coronavirus-Update mit Prof. Christian Drosten empfohlen-

Erwerb von Leistungspunkten

Teilleistungen im Portfolio (Arbeitsaufwand ca. 60 Stunden):

In jeder Podcast-Reihe sollen Studierende rotierend drei Rollen einnehmen:

- 1.) **Der/Die Moderator*in:** Hat einen Blick für das Große und Ganze und strukturiert über gezielte Fragen verschiedene Aspekte des Dachthemas.
- 2.) **Der/Die Expert*in:** Übernimmt die fachliche-professionelle Einordnung des Themas und beleuchtet Argument wissenschaftlich fundiert.
- 3.) **Der/die Response Gebende:** Reagiert mit positiven und skeptischen bzw. kritischen Fragen und Kommentaren, die sich aus der Fachliteratur und anderen Medien ergeben.

Eingangs wird eine Übersicht mit der Pflichtliteratur zu den Theorien der Öffentlichen Meinung zur Verfügung gestellt. Sie erstellen in Ihren Gruppen Ihren Podcast unter Einbezug weiterführender Literatur und eines praktischen Fallbeispiels. Jeder Podcast soll 20-30 Minuten dauern.

Hinweis

Zur Realisierung der digitalen Lehre werden die Studierenden gebeten, sich einen Computer mit Audio-, Video- und Mikrofonfunktion sowie Internetverbindung zu organisieren.

Nach Bedarf finden Sprechstunden telefonisch oder über Zoom statt. Studierende, die aufgrund technischer Gegebenheiten keinen Podcast erstellen können, haben die Alternative ihre Diskussion schriftlich einzureichen. Das Seminar beginnt voraussichtlich in der Woche nach Ostern. Möglichkeiten zur Aufzeichnung eines Podcastes und alles Weitere werden am Anfang des Seminars erläutert und abgestimmt..

Lehrveranstaltungen im Master-Studiengang
Angewandte Medienforschung

Grundlagen der Angewandten Medienforschung - Praxis

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Modul AnMeFo 2

Grundlagen der Angewandten
Medienforschung

Das Seminar wird als eineinhalbtägige Blockveranstaltung durchgeführt, die zum Teil den Charakter eines Workshops hat.

Die Studierenden bekommen einen Überblick über verschiedene Berufs- und Unternehmensfelder aus dem Sektor der Angewandten Medienforschung. (z. B. Kommunikationsberatung, Marktforschung, Mediaforschung-, Mediaplanung, Kampagnen-Controlling, Medien und im Kommunikationsmanagement ...) . Der Schwerpunkt liegt auf Methoden und Fallbeispielen zur angewandten Forschung, die Aufgaben im Medienbereich und kommunikationsrelevanten Teilen aus anderen gesellschaftlichen Bereichen erfüllt.

Praxisbeispiele angewandter kommunikations-, medien- und sozialwissenschaftlicher Forschung werden durch Praktiker vorgestellt.

Zusammen mit den Studierenden können auch Fallbeispiele dialogisch bearbeitet werden.

Erwerb von Leistungspunkten

Teilnahme

Termine

**Das Seminar wird ins Sommersemester 2021 verschoben.
Es findet am Fr. 23. April 2021 (ganztags) und am Samstag 24. April
(vormittags) statt.**

Medieninhaltsforschung II

Prof. Dr. Sven Engesser

Modul AnMeFo 3a
Medieninhaltsforschung

Mo, 3. DS (11:10 -
12:40)

Raum: BZW / A152

Das Seminar illustriert die Medieninhaltsforschung am Thema „Taktiler Internet“. Unter diesem Begriff wird die kommende Generation des Internets mit 5G-Standard verstanden, die eine annähernd verzögerungsfreie Interaktion mit Maschinen ermöglichen soll. Das Seminar geht der Frage nach, wie die Massenmedien über dieses Thema berichten, wie sie darüber berichten sollen und wie sich beides inhaltsanalytisch messen lässt. Die Teilnehmenden konzipieren eine entsprechende Inhaltsanalyse vom Forschungsproblem bis zur Instrumententwicklung. Die gewonnenen Erkenntnisse lassen sich vom behandelten Thema auf andere Bereiche übertragen und in vielerlei Hinsicht praktisch anwenden.

Erwerb von Leistungspunkten

Teilleistungen im Portfolio

- Projektarbeit (50%)
- Präsentation als Videocast (30%)
- Mitarbeit am Codebuch (20%)

Hinweis

Der Ablaufplan wird über OPAL bereitgestellt.

Angesichts der Covid-19 Pandemie bestehen die Leistungsnachweise für das Sommersemester 2020 abweichend von der ursprünglichen Planung jetzt aus einem Portfolio. Dieses setzt sich aus (1) einer kurzen Projektarbeit, (2) einer Präsentation als Videocast und (3) der Mitarbeit am Codebuch zusammen. Alle drei Bestandteile werden als Gruppenarbeit erbracht.

Die Projektarbeit dokumentiert die Ergebnisse, theoretischen Grundlagen und methodische Vorgehensweise der jeweiligen Arbeitsgruppe. Sie umfasst pro Person fünf Seiten. Abgabetermin ist der 15. August 2020 als PDF per E-Mail.

Die Präsentation als Videocast stellt die Ergebnisse, theoretischen Grundlagen und methodische Vorgehensweise der jeweiligen Arbeitsgruppe vor. Sie dauert 15-20 Minuten. Sie wird mit PowerPoint (o. ä.) erstellt und mit OBS Studio (o. ä.) als Videocast aufgezeichnet. Zur Einführung in OBS (<https://obsproject.com>) siehe das [Tutorial](#) von Prof. Lasch.

Die Präsentation wird bis zum 6. Juli 2020 auf OPAL hochgeladen. Die Mitarbeit am Codebuch erfolgt durch kollaborative Textverarbeitung auf [Google Docs](#) und wird durch den Instant-Messenger-Dienst Slack (medieninhalte.slack.com) koordiniert.

Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen II

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Modul AnMeFo 3c
Kontrolle von
Kommunikationsmaßnahmen

Mo, 4. DS (13:00 – 14:30)

Raum: BZW/A255

Für korporative Akteure (Unternehmen oder nicht erwerbswirtschaftliche Organisationen) sind Ziele der strategischen Kommunikation wesentlich und werden mit fortschreitender gesellschaftlicher Medialisierung zunehmend wichtiger.

Ziele sind aber nur sinnvoll wenn man sie kontrolliert und so den Erfolg des eigenen Agierens prüfen kann: Seien es die gesellschaftspolitische oder Marktkommunikation von Unternehmen, die politische Kommunikation von Parteien und Politiker*innen, die Mitteilung einer Universität in sozialen Medien oder Gesundheitsinformationen der BZgA, von Krankenkassen oder Kliniken. Wurde das Unternehmen in der Tageszeitung erwähnt oder hat sich ein Post in Social Media verbreitet, haben der Bericht in der Tageszeitung oder der Post in einem Sozialen Netzwerk Media die geplanten Adressaten erreicht? Hat eine Kommunikationsmaßnahme den Erfolg bewirkt, der geplant war, also ändert sich z.B. das Verhalten in der Bevölkerung in Sachen Mobilität? – beispielhafte Fragen aus diesem Zusammenhang, deren Beantwortung aber nicht trivial ist und methodische und theoretische Fertigkeiten erfordert. Sie sollen im Laufe des Moduls „Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen“ vermittelt werden, das auf zwei Semester angelegte ist.

Das Seminar ‚Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen - Theorie‘ hat im Wintersemester 2019/2020 zunächst in die Theorie und Methodologie der Kontrolle und Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen eingeführt. Dabei wurden folgende Themen behandelt:

- die Rolle und der Wertbeitrag von öffentlicher Kommunikation für Organisationen, je nach Ebene des Kommunikationscontrollings,
- Zielgrößen im Kommunikationscontrolling,

- Unterschiede zwischen durchschnittlichen kausalen und differentiellen Effekten und wie man differentielle Effekte priorisiert. Dieses Instrumentarium wird im Sommersemester dazu eingesetzt an praktischen Beispielen die Erfolge von Kommunikationsmaßnahmen zu evaluieren. Im ersten Teil dieses Seminars werden die konkreten Fallstudien festgelegt und eventuell zusätzliche speziell notwendige Methodenkenntnisse vermittelt. Im zweiten Teil werden Untersuchungsanlagen zur Kommunikationskontrolle für die ausgewählten Fallbeispiele erarbeitet. Im dritten Teil werden Daten erhoben, im vierten Teil ausgewertet. Die drei letztgenannten Teile bilden zusammen die Projektarbeit, die als Prüfungsleistung zu erbringen ist.

Erwerb von Leistungspunkten

Projektarbeit

Hinweis

Die Veranstaltung beginnt am Mo. 20. April 2020.

Sie wird als virtuelle Präsenzveranstaltung zu bestimmen Terminen mit einem Tool für Telekonferenzen durchgeführt, dass ohne zusätzliche Software per Browser zugänglich ist. Die weiteren Termine und eine eventuelle Blockung werden in der ersten Sitzung in Absprache mit den Studierenden festgelegt.

Sie benötigen:

- Vernetzter Computer
- VPN-Client ins Netz der TU Dresden

Datenanalyse III

Prof. Dr. Lutz M. Hagen

Modul AnMeFo 4 Datenanalyse

Do, 4. DS (13:00 – 14:30)

Raum: PC Pool / BZW

Der Kurs befasst sich mit fortgeschrittenen multivariaten Verfahren die entweder der Kausalanalyse oder der Datenreduktion dienen. Er vertieft vorhandene Kenntnisse in der Datenanalyse und in der Bedienung von SPSS.

Im ersten Teil werden folgende Verfahren grob vorgestellt:
Kausalanalytisch: Logistische Regression, Moderation, Mediation,
Strukturgleichungsmodelle und Verfahren der Zeitreihenanalyse
Datenreduzierend: Faktoranalyse und Clusteranalyse.

Im zweiten Teil werden ausgewählte Verfahren vertieft behandelt und durch die Studieren zur Lösung von Aufgaben angewendet.

Qualifikationsziele: Die Studierenden beherrschen nach Abschluss des Moduls höhere statistische Verfahren und können sicher und effektiv mit dem statistischen Auswertungsprogrammen SPSS umgehen. Darüber hinaus kennen sie spezialisierte Verfahren der statistischen Datenanalyse und können diese anwenden.

Voraussetzungen: grundlegende Kenntnisse statistisch deskriptiver Verfahren und Verfahren der Regressions- und Varianzanalyse. Grundlegende Kenntnisse in der Bedienung von SPSS.

Erwerb von Leistungspunkten

Teilleistungen im Portfolio (im Umfang von 60 Stunden)

- SPSS Aufgabe 1 (20%)
- SPSS Aufgabe 2 (20%)
- SPSS Aufgabe 3(20%)
- SPSS Aufgabe 4 (20%)
- SPSS Aufgabe 5 (20%)

Hinweis

Die Lehrveranstaltung wird als Online-Präsenzkurs mit einem Tool für Telekonferenzen zu festen Terminen durchgeführt.

Sie benötigen:

- Vernetzter Computer
- VPN-Client ins Netz der TU Dresden
- eigene, legale SPSS-Installation, Version 20 oder höher, mindestens Studentenlizenz
- hier kostenlos verfügbar (bis zum 15.06.20):
<https://www.ibm.com/account/reg/de-en/signup?formid=urx-19774>

Forschungspraxis

Prof. Dr. Sven Engesser

Modul AnMeFo 5
Forschungsprojekt

Di, 3. DS (11:10 – 12:40)

Alle Informationen zu dieser Lehrveranstaltung werden über OPAL bekanntgegeben.

Reflexion empirischer Forschungsprozesse

Prof. Dr. Lutz M. Hagen, Prof. Dr.
Sven Engesser, Dr. Anna-Maria
Schielicke & Betreuer des IfK

Modul AnMeFo 6
Reflexion empirischer
Forschungsprozesse

BLOCK Mi, 4. – 6. DS
(13:00 – 18:10)

Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die inhaltlichen und formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Abschlussarbeit und wissen, was es bedarf, diese Anforderungen beim Verfassen ihrer Arbeit zu erfüllen. Insbesondere sind die Studierenden für forschungspraktische Probleme im Verlauf einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit sensibilisiert und können Lösungswege erkennen.

Erwerb von Leistungspunkten

- Videocast-Präsentation des Konzepts zur Masterarbeit (unbenotet)
- Response (unbenotet)
- Feedback-Runde mit Gutachter/-innen und Wissenschaftlichen Mitarbeiter/-innen (unbenotet)

Weitere Informationen dazu folgen nach der Einschreibung.

Termine

27.05.2020

10.06.2020

08.07.2020

23.09.2020

AQUA I / Sonstiges

Wahlpflicht: Tutorium Datenanalyse

Kristin Pomsel

MeFoMePra 10, AnMeFo4, AnMeFo6

Mi, 5. DS (14:50 – 16:20)

Datenanalyse in empirischen Projekten

Die Veranstaltung **bietet Studierenden der (höheren) Bachelor- und Mastersemester die Möglichkeit, Inhalte der Seminare Datenanalyse I – III** zu wiederholen und Fragen zur statistischen Auswertung ihrer Forschungsprojekte oder Abschlussarbeiten zu besprechen.

Themensammlung im Opal-Forum bis 27. April 2020

- Wiederholung/Besprechung der gewünschten Themen zu virtuellen Präsenzterminen (siehe Stundenplan)
- Möglichkeit der (virtuellen) Konsultation in kleineren Gruppen oder einzeln (Termine nach Vereinbarung)
- Die virtuellen Präsenztermine beginnen am 04. Mai.