

STUDIENABLAUFPLAN

6	Bachelorarbeit (in der Regel im Erstfach)			
5	Fachpraktikum sechswöchiges Fachpraktikum			
4	Praxis der Medien Vorlesung nach Wahl	Praxis der Medien Seminar nach Wahl	Praxis der Medien Seminar nach Wahl	
3	Geschichte und Analyse Medien Vorlesung nach Wahl	Geschichte und Analyse Medien Seminar nach Wahl	Geschichte und Analyse Medien Seminar nach Wahl	
2	Empirische Medien- und Kommunikationsforschung: Vorlesung, begleitendes Seminar und Tutorium			
1	Kommunikations- und Medienwissenschaftliche Grundlagen: Grundlagenvorlesung, Seminar und Tutorium			
Semester				
LP: Leistungspunkte nach ECTS-System (Maß für Lern-, Vor- und Nachbereitungsaufwand; 1 LP = ca. 30 Zeitstunden)				

Universität Rostock
 PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT
Institut für Medienforschung
Studienfachberatung
 August-Bebel-Straße 28
 18055 Rostock
 Dr. Andy Räder
 fsb.komewi.bachelor.phf@uni-rostock.de
 www.imf.uni-rostock.de

STUDENT SERVICE CENTER
Allgemeine Studienberatung
 Parkstraße 6
 18057 Rostock
 + 49 (0)381 498-1230
 studium@uni-rostock.de
 www.uni-rostock.de/studium

Stand: September 2022



Kommunikations- und
Medienwissenschaft

Bachelor of Arts
Zweifach

ABSCHLUSS

- Bachelor of Arts (B.A.)

STUDIENFORM

- grundständig (mit erstem berufsqualifizierenden Abschluss)
- Teilstudiengang im Zwei-Fach-Bachelor (muss kombiniert werden)
- nur als Zweitfach möglich

REGELSTUDIENZEIT

- 6 Semester

STUDIENBEGINN

- immer zum Wintersemester (01. 10.)

STUDIENFELDER

- Sprach-/ Geisteswissenschaften

FORMALE VORAUSSETZUNGEN

- Hochschulzugangsberechtigung (z. B. Abitur)
- Deutschkenntnisse C1 (GER)

WEITERFÜHRENDE STUDIENMÖGLICHKEITEN AN DER UNIVERSITÄT ROSTOCK

- Master of Arts in Kommunikations- und Medienwissenschaft

GEGENSTAND UND ZIEL

Kommunikations- und Medienwissenschaftler analysieren die Wirkungen der Medien, Formen der Mediennutzung, die Entstehungsgeschichte der Medien, Strukturen der Medienlandschaft, narrative und genrespezifische Funktionsweisen der Medien sowie den derzeitigen Wandel durch die Digitalisierung. Das Bachelorstudium Kommunikations- und Medienwissenschaft als Zweifach beschäftigt sich also mit der Entstehung und der Wirkung medienvermittelter Kommunikation.

EIGNUNG UND VORAUSSETZUNGEN

Für ein Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaften gibt es keine fachspezifischen Voraussetzungen. Ein grundsätzliches Interesse an Medien, deren Inhalten und neuen Medienformen sollte jedoch gegeben sein.

STUDIENABLAUF

1. Semester

Kommunikations- und Medienwissenschaftliche Grundlagen: Die grundlegenden Fragen nach Medienwirkung und Mediennutzung, Medienstruktur und Mediensystemen, Theorien öffentlicher Kommunikation und Medienwandel werden in diesem Modul behandelt.

2. Semester

Empirische Medien- und Kommunikationsforschung: Die Studierenden sollen ein Gespür für kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschungsthemen entwickeln und dabei eigene Fragestellungen formulieren, die sie mithilfe der erlernten empirischen Medienforschungsmethoden lösen.

3. Semester

Geschichte und Analyse der Medien: Dieses Modul beschäftigt sich mit der historischen Entwicklung der Medien, der

Entwicklung einzelner Medien (wie z. B. dem Fernsehen) und Genres (wie z. B. dem Kinderfilm) bis hin zur kritischen Analyse einzelner Medieninhalte.

4. Semester

Praxis der Medien: Vermittlung von Medienpraxis in einschlägigen beruflichen Feldern wie Organisationskommunikation, Marketing, Werbung, Digitale Medien, Filmfestivals oder Öffentlichkeitsarbeit; erste journalistische Erfahrungen für die Bereiche Fernsehen, Radio und Presse.

5. Semester

Fachpraktikum: In dem berufsfeldzentrierten Fachpraktikum erwerben die Studierenden praktische Kenntnisse in den verschiedensten Feldern der medialen Kommunikation wie Journalismus, Unternehmenskommunikation/PR und Werbung.

TÄTIGKEITSFELDER

Der Bachelorstudiengang ist keine medienpraktische Ausbildung, sondern ein akademisches Studium. Das Studium qualifiziert für diejenigen medienbezogenen Berufsfelder, die mit der Planung und Konzeption von öffentlicher Kommunikation und Medienangeboten befasst sind. Dazu zählen insbesondere Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations (PR), Organisationskommunikation, Medienplanung, Medienforschung und Werbung. Dabei bereitet der Studiengang die Studierenden auf die Berufsfelder in den traditionellen aber auch digitalen Medien vor.