Vorlesungsverzeichnis SoSe 2025

Bei Widersprüchen zwischen diesem Überblick und dem Online-Vorlesungsverzeichnis gelten die Online-Angaben!

Besonders Termine der Leibniz Universität und der HMTMH können sich ändern, ohne dass es dem IJK mitgeteilt wird. Bitte informieren Sie sich regelmäßig auf den entsprechenden Seiten der Hochschulen!

Veranstaltungsüberblick

Kommunikationswissenschaft
Bachelor-Studiengang – Studienordnung 2023

Medienmanagement
Bachelor-Studiengang – Studienordnung 2018

Kommunikations- und Medienforschung
Master-Studiengang – Studienordnung 2018

Medien und Musik
Master-Studiengang – Studienordnung 2019

Veranstaltungen für den
Fächerübergreifenden Bachelorstudiengang Zweites Fach Medienmanagement –
Studienordnung ab 2011

Kommunikationswissenschaft

Bachelor-Studiengang – Studienordnung 2023

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.02. bis 15.03.2025 verbindlich für die IJK-Veranstaltungen an. Sie finden den Link auf unserer Website: <https://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/studiumsressourcen/vorlesungsverzeichnis-anmeldung/>
Der Link wird nach dem 15.03.2025 deaktiviert.*

Modul 2 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft I

Medieninhalte und Medienanbieter (Baumann) – 44082200
montags, 14 – 16 Uhr

Theorien und Modelle für Kommunikation, Medien und Management (Winter) – 44082300
07.04., 11 – 13 Uhr, 14.04., 9 – 11 Uhr, 05.05., 19.05., jeweils 9 – 13 Uhr, 20. – 22.05.
Blockveranstaltung, 02.06., 23.06., 07.07., jeweils 9 – 13 Uhr

Modul 3 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft II

--

Modul 4 – Grundlagen Gesellschaftswissenschaften I

--

Modul 5 – Grundlagen der Gesellschaftswissenschaften II

Grundlagen der Psychologie (Dreston) – 44085100
Digitale Sitzungen: 09.04., 07.05., 25.06., 02.07.
Präsenz-Sitzungen: 23.04., 21.05., 04.06.
jeweils 14 – 16 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Grundlagen der Soziologie (Heinze) – 44085200
30./31.05., 9 – 18 Uhr (in Präsenz), 14.06., 9 – 13 Uhr (digital)

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft I

--

Modul 7 – Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft II

Statistik und Datenanalyse II (Leuppert/Knop-Hülß) – 44087100

dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)

dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44087200

Dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)

Dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Ausgewählte Methoden: Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft (Jost) – 44087303

mittwochs, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 8 – Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft III

--

Modul 9 – Medienpraxis I

--

Modul 10 – Medienpraxis II

Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis (Krebs/Backhaus) – 440820

11.04., 25.04., 09.05., 23.05., 13.06., 20.06., 04.07. (Ersatztermin) und 18.07. Klausurtermin, jeweils 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 11 – Werkstattseminar

Werkstattseminar (Teil 1): Moorleichen und saubere Energie: Wie Klimakommunikation soziale und ökologische Vorteile vereint (Baumann/Knop-Hülß) – 44081003
dienstags, 14 – 16 Uhr

Werkstattseminar (Teil 2): Threatening Media (Meltzer/Machulla) – 44081002
dienstags, 14 – 16 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 12 – Vertiefungsgebiet der Kommunikationswissenschaft I

Basisseminar Data Science (Scheper) – 44081210

mittwochs, 9 – 13 Uhr, ab 28.05.

Wahlpflicht Data Science: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 4408122
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Basisseminar Management von Medien, Musik & Entertainment (Winter) – 44081230
07.04., 9 – 11 Uhr, 14.04., 11 – 13 Uhr, 28.04., 12.05., 26.05., 16.06., 30.06., jeweils 9 – 13
Uhr

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: „Selbstdiagnosen durch
Symptom-Reels?“ Die Wirkung des Phänomens von Alltags-Snippets zu psychischer
Erkrankung auf Social Media im Lichtkegel von Entertainment-Education und narrativer
Persuasion (Heitz) – 440812400
dienstags, 9 – 11 Uhr

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Media- & Social
Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 440812401
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Basisseminar Politische Kommunikation (Jost) – 44081250
mittwochs, 9 – 13 Uhr, 14-tägl.

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Polistische Kommunikation: Media- & Social Entrepreneurship
(Leuppert/Possler) – 440812600
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Basisseminar Gesundheits- und Umweltkommunikation (Baumann) – 44081270
dienstags, 11 – 13 Uhr

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: „Selbstdiagnosen durch Symptom-
Reels?“ Die Wirkung des Phänomens von Alltags-Snippets zu psychischer Erkrankung auf
Social Media im Lichtkegel von Entertainment-Education und narrativer Persuasion (Heitz) –
440812800
dienstags, 9 – 11 Uhr

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Media- & Social Entrepreneurship
(Leuppert/Possler) – 440812801
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 13 – Vertiefungsgebiet der Kommunikationswissenschaft II

--

Modul 14 – Individuelle Projekte im Vertiefungsgebiet

Projektstätigkeit: Training Emotionaler Kompetenzen und weitere Tools: Hintergrundwissen und Werkzeuge für mentale Gesundheit und resilientes Studieren (Hefner)
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 16

Modul 15 – Community Engagement/Peer Education

Projektstätigkeit: Training Emotionaler Kompetenzen und weitere Tools: Hintergrundwissen und Werkzeuge für mentale Gesundheit und resilientes Studieren (Hefner)
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 16

Modul 16, 17, 18 – Bachelorarbeit

Begleitkolloquium (Baumann/Jost/Meltzer/Winter) – 44081710
montags, 16 – 18 Uhr

Medienmanagement

Bachelor-Studiengang – Studienordnung 2018

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.02. bis 15.03.2025 verbindlich für die IJK-Veranstaltungen an. Sie finden den Link auf unserer Website: <https://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/studiumsressourcen/vorlesungsverzeichnis-anmeldung/>
Der Link wird nach dem 15.03.2025 deaktiviert.*

Modul 3 – Medieninhalte und Anbieter

Medieninhalte und Medienanbieter (Baumann) – 44053100
montags, 14 – 16 Uhr

Modul 6 – Theorie und Praxis des Medienmanagements

Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 4056601
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr, 09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06., ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 7 – Theorie und Praxis der Medienökonomie

Theorien und Modelle für Kommunikation, Medien und Management (Winter) – 44057100
07.04., 11 – 13 Uhr, 14.04., 9 – 11 Uhr, 05.05., 19.05., jeweils 9 – 13 Uhr, 20. – 22.05.
Blockveranstaltung, 02.06., 23.06., 07.07., jeweils 9 – 13 Uhr

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 4057609
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr, 09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06., ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 8: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und des Medienrechts

Nebenfachmodul BWL B (Uni-Bezeichnung: Grundlagen der BWL III oder IV) (Bruns, Universität Hannover) – 44058200
Einführung für BWL III und BWL IV: 09.04.2024, 18:15 – 19:45 Uhr
BWL III
donnerstags, 16:15 – 17.45 Uhr

BWL IV

freitags, 10.15 – 11.45 Uhr

Die genauen Termine für BWL III und IV werden Ende März bei StudIP bekannt gegeben. Bitte melden Sie sich daher rechtzeitig dort an.

Achtung: Verbindliche Termine siehe unter www.qis.verwaltung.uni-hannover.de

Bitte melden Sie sich grundsätzlich zu den von Ihnen gewählten BWL-Veranstaltungen (I oder II, III oder IV) über Stud.IP an. Dort haben Sie Zugang zu allgemeinen Informationen (z. B. Anmeldefristen und -verfahren, Klausurtermine) und zu den vorlesungsbegleitenden Unterlagen.

Am Ende des Semesters melden Sie sich – ebenfalls über StudIP – zur Klausur an. Die Anmeldung bei Herrn Dr. Bruns ist immer erforderlich, damit er die Klausur entsprechend planen kann. Denken Sie bitte an die Einhaltung der bei Stud.IP gesetzten Anmeldefristen.

Es gibt zwei voneinander unabhängige Meldezeiträume, in denen sich die Studierenden für Prüfungsleistungen anmelden können.

- **In dem Semester, in dem die Veranstaltung angeboten wird, findet die Klausur am Ende des Semesters/letzte VL-Woche statt. Über den Meldezeitraum werden die Studierenden über Stud.IP und in den Klausurvorbereitungen informiert.**
- **Im jeweils nachfolgenden Semester wird die Klausur etwa Mitte des Semesters angeboten, je nach Prüfungsperiode der Fakultät/der LUH. Hier werden die Studierenden über Stud.IP über den Meldezeitraum informiert.**

Um den Schein Grundlagen der BWL II/Nebenfachmodul BWL B zu erwerben, muss entweder die Veranstaltung Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre III oder Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre IV an der Leibniz-Universität Hannover besucht werden.

Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis (Krebs/Backhaus) – 4408300

11.04., 25.04., 09.05., 23.05., 13.06., 20.06., 04.07. (Ersatztermin) und 18.07. Klausurtermin, jeweils 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 10 – Quantitative Methoden und Datenanalyse II

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44087200

Dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)

Dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Modul 12 – Qualitative und ausgewählte kommunikationswissenschaftliche Methoden

Ausgewählte Erhebungsmethoden: Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft (Jost) – 44051406

mittwochs, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 13 – Werkstattseminar

Werkstattseminar (Teil 1): Moorleichen und saubere Energie: Wie Klimakommunikation soziale und ökologische Vorteile vereint (Baumann/Knop-Hülß) – 44051614
dienstags, 14 – 16 Uhr

Werkstattseminar (Teil 2): Threatening Media (Meltzer/Machulla) – 44051613
dienstags, 14 – 16 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 15 – Tutorium und Projekte

Projektstätigkeit: Training Emotionaler Kompetenzen und weitere Tools: Hintergrundwissen und Werkzeuge für mentale Gesundheit und resilientes Studieren (Hefner)
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 16

Projektbezogene CP können in zwei Kategorien erworben werden:

1. Unterstützung und Mitwirkung an wissenschaftlicher Forschung des IJK (Vorbereitung, Durchführungen, Auswertung und Dokumentation von Forschungsarbeiten unter Anleitung; Mitwirkung an empirischen Untersuchungen des IJK als Teilnehmer/in)
2. Projektorganisation und Veranstaltungsarbeit (Mitwirkung an Veranstaltungen und nichtforschungsbezogenen Aktivitäten, Organisation des IJK-Forums und anderer Veranstaltungen des IJK und externer Partner; Engagement für die PR-AG und andere studentische Arbeitsgemeinschaften/Teams)

17 LP für Projektstätigkeiten müssen in beiden Kategorien erworben werden, wobei mindestens vier LP aus jeder Kategorie stammen müssen. Es können also maximal 10 LP aus einer der Kategorien (1) oder (2) erworben werden.

Modul 18 – Bachelorarbeit

Vorbereitung auf die Bachelorarbeit (Baumann/Jost/Meltzer/Winter) – 44050901
montags, 16 – 18 Uhr

Kommunikations- und Medienforschung

Master-Studiengang – Studienordnung 2018

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.02. bis 15.03.2025 verbindlich für die IJK-Veranstaltungen an. Sie finden den Link auf unserer Website: <https://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/studiumsressourcen/vorlesungsverzeichnis-anmeldung/>
Der Link wird nach dem 15.03.2025 deaktiviert.*

Modul 1 – Forschungsprojekt 1: Kommunikations- und Medienforschung

More than a feeling? Die Rolle von Emotionen im politischen Informationsverhalten (Jost/Spreen) – 44061649
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Agency-Festivalsituationen planen, erforschen, evaluieren und verstehen (Winter/Rhein) – 44061650
mittwochs, 14 – 18 Uhr, 28.04., 05.05., 12.05., jeweils 16 – 18 Uhr

Armutszeugnis: Wie Medien Armut darstellen (Meltzer/Freytag) – 44061651
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 2 – Forschungsprojekt 2: Kommunikations- und Medienforschung

More than a feeling? Die Rolle von Emotionen im politischen Informationsverhalten (Jost/Spreen) – 44062652
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Agency-Festivalsituationen planen, erforschen, evaluieren und verstehen (Winter/Rhein) – 44062653
mittwochs, 14 – 18 Uhr, 28.04., 05.05., 12.05., jeweils 16 – 18 Uhr

Armutszeugnis: Wie Medien Armut darstellen (Meltzer/Freytag) – 44062654
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 3 – Forschungsprojekt 3: Kommunikations- und Medienforschung oder Medien und Musik

More than a feeling? Die Rolle von Emotionen im politischen Informationsverhalten (Jost/Spree) – 44063647
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Agency-Festivalsituationen planen, erforschen, evaluieren und verstehen (Winter/Rhein) – 44063648
mittwochs, 14 – 18 Uhr, 28.04., 05.05., 12.05., jeweils 16 – 18 Uhr

Armutszeugnis: Wie Medien Armut darstellen (Meltzer/Freytag) – 44063649
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 4 – Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden

Ausgewählte empirische Methoden: Von TikTok bis YouTube Shorts: Qualitative Analyse audiovisueller Medien mit der Visual-Verbal Video Analysis (Freytag) – 44064620
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Modul 5 – Theorien und Strategien des Medienmanagements

Theorien für strategisches Management (Winter) – 44065100
montags, 14 – 16 Uhr

Ausgewählte Bereiche des strategischen Managements: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 44055621
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr, 09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen

Statistik und Datenanalyse II (Leuppert/Knop-Hülß) – 44066638
dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44066639
Dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)
Dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Training Emotionaler Kompetenzen und weitere Tools: Hintergrundwissen und Werkzeuge für mentale Gesundheit und resilientes Studieren (Hefner) – 44066767
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 16

Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 44066768

08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 7 – Examensmodul

Vorbereitung auf die Masterarbeit (Baumann/Jost/Meltzer/Winter) – 44014568901

montags, 16 – 18 Uhr

Medien und Musik

Master-Studiengang – Studienordnung 2019

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.02. bis 15.03.2025 verbindlich für die IJK-Veranstaltungen an. Sie finden den Link auf unserer Website: <https://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/studiumsressourcen/vorlesungsverzeichnis-anmeldung/>
Der Link wird nach dem 15.03.2025 deaktiviert.*

Bitte achten Sie im Online-Vorlesungsverzeichnis auf die Veranstaltungsorte. Die Veranstaltungen im Bereich Musikwissenschaft werden vorwiegend NICHT an der Expo Plaza stattfinden!

Die Uhrzeiten im Bereich Musikwissenschaft sind ebenfalls feste Zeiten, also s.t.-Zeiten!

Für die Veranstaltungen, die vom Bereich Musikwissenschaft verantwortet werden, kann es u. U. Terminänderungen geben, die in diesem Überblick nicht genannt werden. Bitte informieren Sie sich ständig über das Online-Vorlesungsverzeichnis!

Modul 1 – Projekt 1: Medien und Musik

More than a feeling? Die Rolle von Emotionen im politischen Informationsverhalten (Jost/Spreen) – 44071638
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Agency-Festivalsituationen planen, erforschen, evaluieren und verstehen (Winter/Rhein) – 44071639
mittwochs, 14 – 18 Uhr, 28.04., 05.05., 12.05., jeweils 16 – 18 Uhr

Armutszeugnis: Wie Medien Armut darstellen (Meltzer/Freytag) – 44071640
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 2 – Projekt 2: Medien und Musik oder Kommunikations- und Medienforschung

More than a feeling? Die Rolle von Emotionen im politischen Informationsverhalten (Jost/Spreen) – 44072642
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Agency-Festivalsituationen planen, erforschen, evaluieren und verstehen (Winter/Rhein) – 44072643

mittwochs, 14 – 18 Uhr, 28.04., 05.05., 12.05., jeweils 16 – 18 Uhr

Armutszeugnis: Wie Medien Armut darstellen (Meltzer/Freytag) – 44072644

mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 3a – Projekt 3: Medien und Musik

More than a feeling? Die Rolle von Emotionen im politischen Informationsverhalten

(Jost/Spreen) – 44073634

dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Agency-Festivalsituationen planen, erforschen, evaluieren und verstehen (Winter/Rhein) – 44073635

mittwochs, 14 – 18 Uhr, 28.04., 05.05., 12.05., jeweils 16 – 18 Uhr

Armutszeugnis: Wie Medien Armut darstellen (Meltzer/Freytag) – 44073636

mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 4 – Kommunikations- und musikwissenschaftliche Forschungsmethoden

Ausgewählte kommunikationswissenschaftliche Forschungs- und Analysemethoden: Von TikTok bis YouTube Shorts: Qualitative Analyse audiovisueller Medien mit der Visual-Verbal Video Analysis (Freytag) – 44074623

mittwochs, 11 – 13 Uhr

Modul 5 – Strategisches Medien- und Musikmanagement

Theorien für strategisches Medien- und Musikmanagement (Winter) – 44075200

montags, 14 – 16 Uhr

Aktuelle Themen des strategischen Medien- und Musikmanagements: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 44075610

08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr, 09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06., ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen (IFM)

Workshop: Orientierung (Winter/Meltzer) – 44076601
09.04., 13 – 14 Uhr

Statistik und Datenanalyse II (Leuppert/Knop-Hülß) – 44076618
dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44076626
Dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)
Dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Training Emotionaler Kompetenzen und weitere Tools: Hintergrundwissen und Werkzeuge für mentale Gesundheit und resilientes Studieren (Hefner) – 44076756
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 16

Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Possler) – 44076758
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 7 – Examensmodul

Kolloquium zur Vorbereitung auf die Masterarbeit und ihre Verteidigung
(Baumann/Jost/Meltzer/Winter) – 4407901
montags, 16 – 18 Uhr

Veranstaltungen für den Fächerübergreifenden Bachelorstudiengang Zweites Fach Medienmanagement – Studienordnung 2018

Modul 2 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft I

Medieninhalte und Medienanbieter (Baumann) – 44082200
montags, 14 – 16 Uhr

Modul 5 – Theorie und Praxis des Medienmanagements

Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements: Media- & Social Entrepreneurship
(Leuppert/Possler) – 4056601
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Theorie und Praxis der Medienökonomie

Theorien und Modelle für Kommunikation, Medien und Management (Winter) – 44057100
07.04., 11 – 13 Uhr, 14.04., 9 – 11 Uhr, 05.05., 19.05., jeweils 9 – 13 Uhr, 20. – 22.05.
Blockveranstaltung, 02.06., 23.06., 07.07., jeweils 9 – 13 Uhr

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Media- & Social Entrepreneurship
(Leuppert/Possler) – 4057609
08.04., 10.04., 15.04., 18.00–20.00 Uhr, 25.04., 10.00–13.00 Uhr, 29.04., 18.00–20.00 Uhr,
09.05., 09.00–13.00 Uhr, 20.05., 18.00–20.00 Uhr, 06.06., 10.00–14.00 Uhr, 26.06.–27.06.,
ganztägig: Exkursion, 11.07., 10.00–14.00 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Projektstätigkeit

Projektstätigkeit: Training Emotionaler Kompetenzen und weitere Tools: Hintergrundwissen
und Werkzeuge für mentale Gesundheit und resilientes Studieren (Hefner)
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 16

Bitte informieren Sie sich über die wechselnden Angebote und die jeweilige Anzahl der
Credit Points auf unserer Homepage: [http://www.ijk.hmt-
hannover.de/de/studium/projektangebote/](http://www.ijk.hmt-hannover.de/de/studium/projektangebote/)

Bitte informieren Sie sich auch hierzu unter oben genannten Link auf der Website.

Ziel sind 4 CPs.