

Vorlesungsverzeichnis SoSe 2026

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

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 15.03.2026 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 15.03.2026 deaktiviert.

Modul 2 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft I

Medieninhalte und Medienanbieter (Freytag) – 44082200
mittwochs, 11 – 13 Uhr

Theorien und Modelle für Kommunikation, Medien und Management (Winter) – 44082300
13.04.26, 11 – 13 Uhr, 20.04.26, 9 – 11 Uhr, 27.04., 9 – 13 Uhr, 04.05., 9 – 13 Uhr,
01.06., 9 – 13 Uhr, 08.06., 9 – 13 Uhr, 22.06., 9 – 13 Uhr, 06.07. Klausur

Modul 5 – Grundlagen der Gesellschaftswissenschaften II

Grundlagen der Psychologie (Dreston) – 44085100
mittwochs, 14 – 16 Uhr, ausgewählte Termine online
Maximale Teilnehmer*innen: 30

Grundlagen der Soziologie (Heinze) – 44085200
11.04., 29./30.05., jeweils 9 – 18 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 7 – Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft II

Statistik und Datenanalyse II (Leuppert/Machulla) – 44087100
dienstags, 14 – 18 Uhr
Ausgewählte Termine finden als Einzelsitzung statt. Details werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.
14.07.25, 14 – 16 Uhr Datenanalyseprojekt

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44087200
dienstags, 11 – 13 Uhr

Ausgewählte Methoden: Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft – am Beispiel der (digitalen) Bystanderforschung (Obermaier) – 44087303
mittwochs, 9 – 11 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 25

Modul 10 – Medienpraxis II

Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis (Krebs/Backhaus) – 4408820

17.04., 24.04., 08.05., 22.05., 12.06., 26.06., 03.07. (Ersatztermin), jeweils 14 – 18 Uhr,

17.07., 15 – 17 Uhr (Klausurtermin)

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 11 – Werkstattseminar

Werkstattseminar (Teil 1): Wir, die Anderen und der Sound dazwischen: Musik und Intergruppenkonflikte (Meltzer/Machulla) – 44081005

mittwochs, 14 – 16 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Werkstattseminar (Teil 2): Werkstattseminar (Teil 2): Messen, was das Nachrichtenpublikum (nicht) versteht: Methodeninnovation in der Rezeptionsforschung am Beispiel

geschlechtergerechter Sprache (Klimmt/Schrimpff) – 44081004

donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 12 – Vertiefungsgebiet der Kommunikationswissenschaft I

Basisseminar Data Science (Scheper) – 44081210

dienstags, 11 – 13 Uhr

Wahlpflicht Data Science: Die Revolution der Suche: Wie KI Customer Journeys im digitalen Marketing radikal verändert. Zukunftswege für das Online-Marketing (Torke/Klimmt) –

4408122006

10.04., 9 – 13 Uhr, 29.05., 10 – 17 Uhr, 26.06., 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408122001

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion),

10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Basisseminar Management von Medien, Musik & Entertainment (Winter) – 44081230

13.04., 9 – 11 Uhr, 20.04., 11 – 13 Uhr, 11.05., 9 – 13 Uhr, 18.05., 9 – 13 Uhr, 15.06., 9 – 13 Uhr, 29.06., 9 – 13 Uhr

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408124001

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Die Revolution der Suche: Wie KI Customer Journeys im digitalen Marketing radikal verändert. Zukunftswege für das Online-Marketing (Torke/Klimmt) – 4408124006

10.04., 9 – 13 Uhr, 29.05., 10 – 17 Uhr, 26.06., 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Basisseminar Politische Kommunikation (Hefner) – 44081250

dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408126001

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Digitale Gewalt – Faktoren, Folgen und Coping aus Sicht von Betroffenen und Rezipierenden (Obermaier) – 4408126006

mittwochs, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Basisseminar Gesundheits- und Umweltkommunikation (Freytag) – 44081270

dienstags, 9 – 11 Uhr

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408128001

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Digitale Gewalt – Faktoren, Folgen und Coping aus Sicht von Betroffenen und Rezipierenden (Obermaier) – 4408128006

mittwochs, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I

Basisseminar Data Science (Scheper) – 44081210

dienstags, 11 – 13 Uhr

Basisseminar Management von Medien, Musik & Entertainment (Winter) – 44081230

13.04.26, 9 – 11 Uhr, 20.04., 11 – 13 Uhr, weitere Termine werden bekannt gegeben

Basisseminar Politische Kommunikation (Hefner) – 44081250

dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Basisseminar Gesundheits- und Umweltkommunikation (Freytag) – 44081270

dienstags, 9 – 11 Uhr

Die Revolution der Suche: Wie KI Customer Journeys im digitalen Marketing radikal verändert. Zukunftswege für das Online-Marketing (Torke/Klimmt) – 4408129201

10.04., 9 – 13 Uhr, 29.05., 10 – 17 Uhr, 26.06., 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Digitale Gewalt – Faktoren, Folgen und Coping aus Sicht von Betroffenen und Rezipierenden (Obermaier) – 4408129202

mittwochs, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408129208

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 13 – Vertiefungsgebiet der Kommunikationswissenschaft II

Wahlpflicht Data Science: Die Revolution der Suche: Wie KI Customer Journeys im digitalen Marketing radikal verändert. Zukunftswege für das Online-Marketing (Torke/Klimmt) –

4408131104, 4408132104, 4408133104

10.04., 9 – 13 Uhr, 29.05., 10 – 17 Uhr, 26.06., 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Data Science: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) –

4408131105, 4408132105, 4408133105

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Die Revolution der Suche: Wie KI Customer Journeys im digitalen Marketing radikal verändert. Zukunftswege für das Online-Marketing (Torke/Klimmt) – 4408131304, 4408132304, 4408133304
10.04., 9 – 13 Uhr, 29.05., 10 – 17 Uhr, 26.06., 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408131305, 4408132305, 4408133305
09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr
Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Digitale Gewalt – Faktoren, Folgen und Coping aus Sicht von Betroffenen und Rezipierenden (Obermaier) – 4408131506, 4408132506, 4408133506
mittwochs, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408131505, 4408132505, 4408133505
09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr
Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Digitale Gewalt – Faktoren, Folgen und Coping aus Sicht von Betroffenen und Rezipierenden (Obermaier) – 4408131705, 4408132705, 4408133705
mittwochs, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408131704, 4408132704, 4408133704
09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr
Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Die Revolution der Suche: Wie KI Customer Journeys im digitalen Marketing radikal verändert. Zukunftswege für das Online-Marketing (Torke/Klimmt) – 4408135007, 4408137007, 4408139007

10.04., 9 – 13 Uhr, 29.05., 10 – 17 Uhr, 26.06., 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 4408135008, 4408137008, 4408139008

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Digitale Gewalt – Faktoren, Folgen und Coping aus Sicht von Betroffenen und Rezipierenden (Obermaier) – 4408135009, 4408137009, 4408139009

mittwochs, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 16, 17, 18 – Bachelorarbeit

Begleitkolloquium (Klimmt/Meltzer/Winter) – 44081710

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 15.03.2026 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 15.03.2026 deaktiviert.*

Modul 1 – Forschungsprojekt 1: Kommunikations- und Medienforschung

Imagined Bonds, Real Effects? Parasoziale Beziehungen und ihr Einfluss auf alltägliches Verhalten (Klimmt/Fisse/Memenga) – 44061655
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Gemeinsam fühlen wir uns stark? Emotionen und kollektives Handeln in digitalen Medien (Obermaier/Spreen) – 44061656
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Strategien, Herausforderungen und Chancen deutscher Musikstädte im Vergleich (Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf & Mannheim) (Winter/Preitauer) – 44061657
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 2 – Forschungsprojekt 2: Kommunikations- und Medienforschung

Imagined Bonds, Real Effects? Parasoziale Beziehungen und ihr Einfluss auf alltägliches Verhalten (Klimmt/Fisse/Memenga) – 44062658
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Gemeinsam fühlen wir uns stark? Emotionen und kollektives Handeln in digitalen Medien (Obermaier/Spreen) – 44062659
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Strategien, Herausforderungen und Chancen deutscher Musikstädte im Vergleich (Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf & Mannheim) (Winter/Preitauer) – 44062660
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

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

Imagined Bonds, Real Effects? Parasoziale Beziehungen und ihr Einfluss auf alltägliches Verhalten (Klimmt/Fisse/Memenga) – 44063653

mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Gemeinsam fühlen wir uns stark? Emotionen und kollektives Handeln in digitalen Medien (Obermaier/Spreen) – 44063654

dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Strategien, Herausforderungen und Chancen deutscher Musikstädte im Vergleich (Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf & Mannheim) (Winter/Preitauer) – 44063655

mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 4 – Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden

Ausgewählte empirische Methoden: Aufbereitung eines Forschungsstands: Methoden der empirischen Literatursynthese (Heitz) – 44064622

dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

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/Weber) – 44065621

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen

Statistik und Datenanalyse II (Leuppert/Machulla) – 44066638

dienstags, 14 – 18 Uhr

Ausgewählte Termine finden als Einzelsitzung statt. Details werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

14.07.25, 14 – 16 Uhr Datenanalyseprojekt

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44066639
dienstags, 11 – 13 Uhr

Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 44066768
09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion),
10.07., 9 – 15 Uhr
Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Ausgewählte Methoden: Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft – am Beispiel der (digitalen) Bystanderforschung (Obermaier) – 44066778
mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 25

Modul 7 – Examensmodul

Vorbereitung auf die Abschlussprüfung (Klimmt/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 15.03.2026 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 15.03.2026 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

Imagined Bonds, Real Effects? Parasoziale Beziehungen und ihr Einfluss auf alltägliches Verhalten (Klimmt/Fisse/Memenga) – 44071644
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Gemeinsam fühlen wir uns stark? Emotionen und kollektives Handeln in digitalen Medien (Obermaier/Spree) – 44071645
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Strategien, Herausforderungen und Chancen deutscher Musikstädte im Vergleich (Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf & Mannheim) (Winter/Preitauer) – 44071646
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

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

Imagined Bonds, Real Effects? Parasoziale Beziehungen und ihr Einfluss auf alltägliches Verhalten (Klimmt/Fisse/Memenga) – 44072648
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Gemeinsam fühlen wir uns stark? Emotionen und kollektives Handeln in digitalen Medien (Obermaier/Spree) – 44072649
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Strategien, Herausforderungen und Chancen deutscher Musikstädte im Vergleich (Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf & Mannheim) (Winter/Preitauer) – 44072650
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 3a – Projekt 3: Medien und Musik

Imagined Bonds, Real Effects? Parasoziale Beziehungen und ihr Einfluss auf alltägliches Verhalten (Klimmt/Fisse/Memenga) – 44073640
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Gemeinsam fühlen wir uns stark? Emotionen und kollektives Handeln in digitalen Medien (Obermaier/Spree) – 44073641
dienstags, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Strategien, Herausforderungen und Chancen deutscher Musikstädte im Vergleich (Berlin, Hamburg, Hannover, Düsseldorf & Mannheim) (Winter/Preitauer) – 44073642
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 4 – Kommunikations- und musikwissenschaftliche Forschungsmethoden

Ausgewählte kommunikationswissenschaftliche Forschungs- und Analysemethoden:
Aufbereitung eines Forschungsstands: Methoden der empirischen Literatursynthese (Heitz) – 44074625
dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

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/Weber) – 44075610
09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr
Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen (IFM)

Workshop: Orientierung (Klimmt/Winter) – 44076601
15.04.25, 13 – 14 Uhr s.t.

Statistik und Datenanalyse II (Leuppert/Machulla) – 44076618
dienstags, 14 – 18 Uhr
Ausgewählte Termine finden als Einzelsitzung statt. Details werden zu Semesterbeginn bekannt gegeben.
14.07.25, 14 – 16 Uhr Datenanalyseprojekt

Inhaltsanalyse (Hefner) – 44076626
dienstags, 11 – 13 Uhr

Ausgewählte Methoden: Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft – am Beispiel der (digitalen) Bystanderforschung (Obermaier) – 44076768
mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 25

Media- & Social Entrepreneurship (Leuppert/Weber) – 44076758
09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr, 18.06., 14 – 18 Uhr, 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr
Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 7 – Examensmodul

Kolloquium zur Vorbereitung auf die Masterarbeit und ihre Verteidigung
(Klimmt/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 (Freytag) – 44082200
mittwochs, 11 – 13 Uhr

Modul 5 – Theorie und Praxis des Medienmanagements

Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements: Media- & Social Entrepreneurship
(Leuppert/Weber) – 4056601

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr (alternativ: 19.06.), 18.06., 14 – 18 Uhr (alternativ: 14.05. oder 21.05., 14-18 Uhr), 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 6 – Theorie und Praxis der Medienökonomie

Theorien und Modelle für Kommunikation, Medien und Management (Winter) – 44057100

13.04.26, 11 – 13 Uhr, 20.04.26, 9 – 11 Uhr, 27.04., 9 – 13 Uhr, 04.05., 9 – 13 Uhr, 01.06., 9 – 13 Uhr, 08.06., 9 – 13 Uhr, 22.06., 9 – 13 Uhr, 06.07. Klausur

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Media- & Social Entrepreneurship
(Leuppert/Weber) – 4057609

09.04., 14 – 16 Uhr, 16.04., 14 – 18 Uhr, 23.04., 14 – 16 Uhr, 30.04., 14 – 18 Uhr, 08.05., 9 – 13 Uhr, 22.05., 9 – 14 Uhr (alternativ: 19.06.), 18.06., 14 – 18 Uhr (alternativ: 14.05. oder 21.05., 14-18 Uhr), 22.06. – 23.06. ganztägig (Exkursion), 10.07., 9 – 15 Uhr

Alle Termine sind vorläufig, der finale Seminarplan wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Projektstätigkeit

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/>

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

Ziel sind 4 CPs.