

Vorlesungsverzeichnis WS 2025/26

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 Bachelor-Studiengang Zweites Fach Medienmanagement

Kommunikationswissenschaft

Bachelor-Studiengang – Studienordnung 2023

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.08. bis 15.09.2025 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 15.09.2025 deaktiviert.*

Modul 1 – Einführung

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft und das wissenschaftliche Arbeiten (Baumann/Felgendreff) – 44080110

donnerstags, 11 – 13 Uhr

Tutorien 1 – 2: donnerstags, 14 – 18 Uhr, Beginn: 30.10.25

Tutorien 3 – 4: donnerstags, 14 – 18 Uhr, Beginn: 30.10.25

Einführung in Medienökonomie und Medienmanagement (Winter) – 44080120

genaue Termine werden am 6. Oktober bekannt gegeben

Einführung in die empirische Sozialforschung (Klimmt) – 44080130

genaue Termine werden am 6. Oktober bekannt gegeben

Modul 2 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft I

Medienstrukturen und Medienentwicklung (Weinmann) – 44082100

08.11., 10 - 15 Uhr, 17.11., 24.11., 08.12., 15.12., 05.01., jeweils 16 – 18 Uhr, 17.01., 10 – 15 Uhr

Modul 3 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft II

Medienrezeption und Medienwirkung (Possler) – 44083100

dienstags, 9 – 11 Uhr

Strategische Kommunikation (Baumann) – 44083200

dienstags, 11 – 13 Uhr

Modul 4 – Grundlagen Gesellschaftswissenschaften I

Grundlagen der Politikwissenschaft (Harmening) – 44084100

22.11.25, 11:00-14:00 Uhr, 29.11.25, 06.12.25, 13.12.25, jeweils 11:00-16:00 Uhr, 12.01.2026, 10:30 – 12:30 (Klausur)

Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften (Winter) – 44084200

montags, 9 – 13 Uhr 14-tägl., 12.01.2026, 10:30 – 12:30 (Klausur)

Modul 6 – Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft I

Statistik und Datenanalyse I (Machulla/Spreen) – 44086100

dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 1)

dienstags, 14 – 16 Uhr (Gruppe 2)

Befragung (Hefner) – 44086200

dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)

dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Modul 7 – Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft II

Ausgewählte Methoden: Methodenvergleich zur automatisierten Themenextraktion aus

großen Textkorpora – Von Topic Modelling bis LLM-Annotation (Kobilke) – 44087306

donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 8 – Methoden der empirische Kommunikationswissenschaft III

Statistik und Datenanalyse III (Possler/Klimmt) – 44088100

dienstags, 14 – 16 Uhr (Gruppe 1)

dienstags, 16 – 18 Uhr (Gruppe 2)

Qualitative Verfahren (Heitz/Fisse) – 44088200

mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 40

Modul 9 – Medienpraxis I

Praktikum Medienpraxis I (Spreen) – 4408710

mittwochs, 14 – 18 Uhr, 21.11., 10 – 16 Uhr: Career Expo (auch höhere Semester), einzelne Termine werden bekanntgegeben

Modul 10 – Medienpraxis II

Praktikum mit Kolloquium II (Spreen) – 4408810

mittwochs, 14 – 18 Uhr, 21.11., 10 – 16 Uhr: Career Expos (auch höhere Semester), einzelne Termine werden bekanntgegeben

Modul 11 – Werkstattseminar

Werkstattseminar (Teil 1): Messen, was das Nachrichtenpublikum (nicht) versteht:
Methodeninnovation in der Rezeptionsforschung am Beispiel geschlechtergerechter Sprache
(Schrimpff/Klimmt) – 44081004
donnerstags, 14 – 16 Uhr

Werkstattseminar (Teil 2): Moorleichen und saubere Energie: Wie Klimakommunikation
soziale und ökologische Vorteile vereint (Baumann/Hefner) – 44081003
dienstags, 14 – 16 Uhr

Modul 12 – Vertiefungsgebiet der Kommunikationswissenschaft I

Wahlpflicht Data Science: Wenn Worte Widerstand wecken – KI-gestützte Datensynthese
und Annotation zur Untersuchung psychologischer Reaktanz in politischen Alltagsgesprächen
(Kobilke) – 440812201
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Data Science: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 440812202
mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Data Science: Zwischen Kreativität und KI: Evidenzbasierte Kampagnenplanung
in der Gesundheitskommunikation (Memenga) – 440812203
dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Current Topics in Popular
Music Studies (Carbone) – 440812402
mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Musik-Konjunktoren zur
Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch
nutzen (Winter) – 440812403

Xxx

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Repräsentation,
Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und
psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 440812404
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils x-x Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Wenn Worte Widerstand wecken – KI-gestützte
Datensynthese und Annotation zur Untersuchung psychologischer Reaktanz in politischen
Alltagsgesprächen (Kobilke) – 440812601
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 440812602

donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils x-x Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 440812603

xxx

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Bock auf Morgen? – Nachhaltigkeitsmarketing und -kommunikation live: Einblick in Theorie und Praxis (Hefner/Hutecker) – 440812604

donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Zwischen Kreativität und KI: Evidenzbasierte Kampagnenplanung in der Gesundheitskommunikation (Memenga) – 440812802

dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 440812803

donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils x-x Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Bock auf Morgen? – Nachhaltigkeitsmarketing und -kommunikation live: Einblick in Theorie und Praxis (Hefner/Hutecker) – 440812804

donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I: Wenn Worte Widerstand wecken – KI-gestützte Datensynthese und Annotation zur Untersuchung psychologischer Reaktanz in politischen Alltagsgesprächen (Kobilke) – 440812921

dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I: Zwischen Kreativität und KI: Evidenzbasierte Kampagnenplanung in der Gesundheitskommunikation (Memenga) – 440812922

dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 440812923

mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 440812924

dienstags, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 440812925
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils x-x Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft I: Bock auf Morgen? – Nachhaltigkeitsmarketing und -kommunikation live: Einblick in Theorie und Praxis (Hefner/Hutecker) – 440812926

donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 13 – Vertiefungsgebiet der Kommunikationswissenschaft II

Wahlpflicht Data Science: Wenn Worte Widerstand wecken – KI-gestützte Datensynthese und Annotation zur Untersuchung psychologischer Reaktanz in politischen Alltagsgesprächen (Kobilke) – 4408131101, 4408131102, 4408131103

dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Data Science: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 4408131104, 4408131105, 4408131106

mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Data Science: Zwischen Kreativität und KI: Evidenzbasierte Kampagnenplanung in der Gesundheitskommunikation (Memenga) – 4408131107, 4408131108, 4408131109

dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 4408131301, 4408131302, 4408131303

mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 4408131304, 4408131305, 4408131306

dienstags, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Management von Medien, Musik & Entertainment: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 4408131307, 4408131308, 4408131309
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils **x-x Uhr**
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Wenn Worte Widerstand wecken – KI-gestützte Datensynthese und Annotation zur Untersuchung psychologischer Reaktanz in politischen Alltagsgesprächen (Kobilke) – 4408131501, 4408131502, 4408131503
dienstags, 16 – 18 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 4408131504, 4408131505, 4408131506
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils **x-x Uhr**
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 4408131507, 4408131508, 4408131509
xxx
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Politische Kommunikation: Bock auf Morgen? – Nachhaltigkeitsmarketing und -kommunikation live: Einblick in Theorie und Praxis (Hefner/Hutecker) – 4408131510, 4408131511, 4408131512
donnerstags, 11 – 13 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Zwischen Kreativität und KI: Evidenzbasierte Kampagnenplanung in der Gesundheitskommunikation (Memenga) – 4408131701, 4408131702, 4408131703
dienstags, 11 – 13 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 4408131704, 4408131705, 4408131706
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils **x-x Uhr**
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Gesundheits- und Umweltkommunikation: Bock auf Morgen? – Nachhaltigkeitsmarketing und -kommunikation live: Einblick in Theorie und Praxis (Hefner/Hutecker) – 4408131707, 4408131708, 4408131709
donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Wenn Worte Widerstand wecken – KI-gestützte Datensynthese und Annotation zur Untersuchung psychologischer Reaktanz in politischen Alltagsgesprächen (Kobilke) – 44081xxxxx
dienstags, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Zwischen Kreativität und KI: Evidenzbasierte Kampagnenplanung in der Gesundheitskommunikation (Memenga) – 44081xxxxx
dienstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 44081xxxxx
mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 44081xxxxx

dienstags, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 44081xxxxx
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils x-x Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Wahlpflicht Ausgewählte Themen der Kommunikationswissenschaft II: Bock auf Morgen? – Nachhaltigkeitsmarketing und -kommunikation live: Einblick in Theorie und Praxis (Hefner/Hutecker) – 44081xxxxx
donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 14 – Individuelle Projekte im Vertiefungsgebiet

Zwischen Kontrolle und Wandel: Mediensysteme in der MENA-Region (Leuppert/Klimmt)
15.10., 13 – 14 Uhr, 24.10., 07.11., 21.11., 05.12., 09.01., jeweils 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 16, 17, 18 – Bachelorarbeit

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

Medienmanagement

Bachelor-Studiengang – Studienordnung 2018

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.08. bis 15.09.2025 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 15.09.2025 deaktiviert.*

Modul 7 – Theorie und Praxis der Medienökonomie

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 44057630
donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils **x-x Uhr**
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 44057632
mittwochs, 16 – 18 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 44057634
mittwochs, 9 – 11 Uhr
Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 8 – Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und des Medienrechts

Nebenfachmodul BWL A (Uni-Bezeichnung: Grundlagen der BWL I oder II) (Bruns, Universität Hannover) – 44058100
donnerstags, 16:15 – 17:45 Uhr, Königsworther Platz 1, VII-002
genaue (Start-)Termine bitte direkt über das Vorlesungsverzeichnis der Leibniz-Uni einsehen
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre II (76002)
freitags, 10:15 – 11:45 Uhr, Königsworther Platz 1, VII-002
genaue (Start-)Termine bitte direkt über das Vorlesungsverzeichnis der Leibniz-Uni einsehen

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.

Modul 12 – Qualitative und ausgewählte kommunikationswissenschaftliche Methoden

Ausgewählte Erhebungsmethoden: Methodenvergleich zur automatisierten Themenextraktion aus großen Textkorpora – Von Topic Modelling bis LLM-Annotation (Kobilke) – 44051416
donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 13 – Werkstattseminar

Werkstattseminar (Teil 1): Messen, was das Nachrichtenpublikum (nicht) versteht: Methodeninnovation in der Rezeptionsforschung am Beispiel geschlechtergerechter Sprache (Schrumpff/Klimmt) – 44051615
donnerstags, 14 – 16 Uhr

Werkstattseminar (Teil 2): Moorleichen und saubere Energie: Wie Klimakommunikation soziale und ökologische Vorteile vereint (Baumann/Hefner) – 44051614
dienstags, 14 – 16 Uhr

Modul 15 – Tutorium und Projekte

Tutorium

Zwischen Kontrolle und Wandel: Mediensysteme in der MENA-Region (Leuppert/Klimmt)
15.10., 13 – 14 Uhr, 24.10., 07.11., 21.11., 05.12., 09.01., jeweils 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

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, maximal 10 LP aus einer der Kategorien (1) oder (2) erworben werden.

Auch bei Ernst.FM kann mitgearbeitet werden.

Modul 18 – Bachelorarbeit

Vorbereitung auf die Abschlussarbeit (Baumann/Klimmt/Meltzer/Winter) – 44014568901
montags, 16 – 18 Uhr

Kommunikations- und Medienforschung

Master-Studiengang – Studienordnung 2018

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.08. bis 15.09.2025 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 15.09.2025 deaktiviert.*

Modul 1 – Forschungsprojekt 1: Kommunikations- und Medienforschung

Wenn der Bot diskutiert: Wie wirkt sich Künstliche Intelligenz auf die Emotionen und den Verlauf von politischen Gesprächen aus? (Kobilke/Klimmt) – 44061652
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Music and Youth Identities (Carbone/Meltzer) – 44061653
mittwochs, 11 – 13 Uhr und 14 – 16 Uhr

Musikkonjunkturen in ihrem Verlauf rekonstruieren, verstehen und co-organisieren
(Winter/NN) – 44061654
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Modul 2 – Forschungsprojekt 2: Kommunikations- und Medienforschung

Wenn der Bot diskutiert: Wie wirkt sich Künstliche Intelligenz auf die Emotionen und den Verlauf von politischen Gesprächen aus? (Kobilke/Klimmt) – 44062655
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Music and Youth Identities (Carbone/Meltzer) – 44062656
mittwochs, 11 – 13 Uhr und 14 – 16 Uhr

Musikkonjunkturen in ihrem Verlauf rekonstruieren, verstehen und co-organisieren
(Winter/NN) – 44062657
mittwochs, 14 – 18 Uhr

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

Wenn der Bot diskutiert: Wie wirkt sich Künstliche Intelligenz auf die Emotionen und den Verlauf von politischen Gesprächen aus? (Kobilke/Klimmt) – 44063650
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Music and Youth Identities (Carbone/Meltzer) – 44063651
mittwochs, 11 – 13 Uhr und 14 – 16 Uhr

Musikkonjunkturen in ihrem Verlauf rekonstruieren, verstehen und co-organisieren
(Winter/NN) – 44063652
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Modul 4 – Fortgeschrittene kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden

Multivariate Statistik und Datenanalyse (Leuppert) – 44064100
donnerstags, 14 – 16 Uhr

Ausgewählte empirische Methoden: Methodenvergleich zur automatisierten
Themenextraktion aus großen Textkorpora – Von Topic Modelling bis LLM-Annotation
(Kobilke) – 44064621
donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 5 – Theorien und Strategien des Medienmanagements

Ausgewählte Bereiche des strategischen Medienmanagements: Aktuelle Entwicklungen in
Medien- und Musikwirtschaft (Winter) – 44065624
13.10., 20.10., danach ab 03.11.25 14-tägl., jeweils 9 – 13 Uhr; Exkursion: 11 – 14.11.2025

Ausgewählte Bereiche des strategischen Medienmanagements: Current Topics in Popular
Music Studies (Carbone) – 44065630
mittwochs, 9 - 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 6 – Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen

Statistik und Datenanalyse I (Machulla/Spreen) – 44066622
dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 14 – 16 Uhr (Gruppe 2)

Statistik und Datenanalyse III (Possler/Klimmt) – 44066623
dienstags, 14 – 16 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 16 – 18 Uhr (Gruppe 2)

Befragung (Hefner) – 44066624
dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Qualitative Verfahren (Heitz/Fisse) – 44066634
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 40

Medienstrukturen und Medienentwicklung (Weinmann) – 44066647
08.11., 10 - 15 Uhr, 17.11., 24.11., 08.12., 15.12., 05.01., jeweils 16 – 18 Uhr, 17.01., 10 – 15
Uhr

Zwischen Kontrolle und Wandel: Mediensysteme in der MENA-Region (Leuppert/Klimmt) – 44066772

15.10., 13 – 14 Uhr, 24.10., 07.11., 21.11., 05.12., 09.01., jeweils 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 7 – Examensmodul

Vorbereitung auf die Abschlussarbeit (Baumann/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 15.08. bis 15.09.2025 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 15.09.2025 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

Wenn der Bot diskutiert: Wie wirkt sich Künstliche Intelligenz auf die Emotionen und den Verlauf von politischen Gesprächen aus? (Kobilke/Klimmt) – 44071641
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Music and Youth Identities (Carbone/Meltzer) – 44071642
mittwochs, 11 – 13 Uhr und 14 – 16 Uhr

Musikkonjunkturen in ihrem Verlauf rekonstruieren, verstehen und co-organisieren (Winter/NN) – 44071643
mittwochs, 14 – 18 Uhr

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

Wenn der Bot diskutiert: Wie wirkt sich Künstliche Intelligenz auf die Emotionen und den Verlauf von politischen Gesprächen aus? (Kobilke/Klimmt) – 44072645
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Music and Youth Identities (Carbone/Meltzer) – 44072646
mittwochs, 11 – 13 Uhr und 14 – 16 Uhr

Musikkonjunkturen in ihrem Verlauf rekonstruieren, verstehen und co-organisieren (Winter/NN) – 44072647
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Modul 3a – Projekt 3: Medien und Musik

Wenn der Bot diskutiert: Wie wirkt sich Künstliche Intelligenz auf die Emotionen und den Verlauf von politischen Gesprächen aus? (Kobilke/Klimmt) – 44073637
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Music and Youth Identities (Carbone/Meltzer) – 44073638
mittwochs, 11 – 13 Uhr und 14 – 16 Uhr

Musikkonjunkturen in ihrem Verlauf rekonstruieren, verstehen und co-organisieren
(Winter/NN) – 44073639
mittwochs, 14 – 18 Uhr

Modul 3b – Ausgewählte musikwissenschaftliche Bereiche

HMTMH

Modul 4 – Kommunikations- und musikwissenschaftliche Forschungsmethoden

Ausgewählte kommunikationswissenschaftliche Forschungs- und Analysemethoden:
Methodenvergleich zur automatisierten Themenextraktion aus großen Textkorpora – Von
Topic Modelling bis LLM-Annotation (Kobilke) – 44074624
donnerstags, 11 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 30

Modul 5 – Strategisches Medien- und Musikmanagement

Aktuelle Entwicklungen in Medien- und Musikwirtschaft (Winter) – 44075100
13.10., 20.10., danach ab 03.11.25 14-tägl., jeweils 9 – 13 Uhr; Exkursion: 11 – 14.11.2025

Aktuelle Themen des strategischen Medien- und Musikmanagements: Current Topics in
Popular Music Studies (Carbone) – 44075630
mittwochs, 9 – 11 Uhr

Modul 6 – Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen (IFM)

Workshop: Orientierung (Klimmt/Winter) – 44076601
08.10.2025, 13:00 s.t. - 14:00 Uhr

Entwicklung individueller Forschungs- und Managementkompetenzen

Statistik und Datenanalyse I (Machulla/Spreen) – 44076617
dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 14 – 16 Uhr (Gruppe 2)

Statistik und Datenanalyse III (Possler/Klimmt) – 44076619
dienstags, 14 – 16 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 16 – 18 Uhr (Gruppe 2)

Befragung (Hefner) – 44076627
dienstags, 9 – 11 Uhr (Gruppe 1)
dienstags, 11 – 13 Uhr (Gruppe 2)

Qualitative Verfahren (Heitz/Fisse) – 44076628
mittwochs, 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 40

Medienstrukturen und Medienentwicklung (Weinmann) – 44076629
08.11., 10 - 15 Uhr, 17.11., 24.11., 08.12., 15.12., 05.01., jeweils 16 – 18 Uhr, 17.01., 10 – 15
Uhr

Zwischen Kontrolle und Wandel: Mediensysteme in der MENA-Region (Leuppert/Klimmt) –
44076765

15.10., 13 – 14 Uhr, 24.10., 07.11., 21.11., 05.12., 09.01., jeweils 9 – 13 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Modul 7 – Examensmodul

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

Veranstaltungen für den Fächerübergreifenden Bachelorstudiengang Zweites Fach Medienmanagement – Studienordnung ab 2018

Für alle Veranstaltungen des IJK gilt:

*Bitte melden Sie sich vom 15.08. bis 15.09.2025 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 15.09.2025 deaktiviert.*

Modul 1 – Medienstrukturen und Medienentwicklung

Medienstrukturen und Medienentwicklung (Weinmann) – 44052100

08.11., 10 - 15 Uhr, 17.11., 24.11., 08.12., 15.12., 05.01., jeweils 16 – 18 Uhr, 17.01., 10 – 15 Uhr

Modul 3 – Grundlagen der Kommunikationswissenschaft II

Medienrezeption und Medienwirkung (Possler) – 44054100

dienstags, 9 – 11 Uhr

Modul 4 – Strategische Kommunikation

Strategische Kommunikation (Baumann) – 44083200

dienstags, 11 – 13 Uhr

Modul 6 – Theorie und Praxis der Medienökonomie

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Repräsentation, Identifikation, Well-Being? Wie Hintergrundmusik in der Werbung Genderstereotype und psychisches Wohlbefinden der Rezipient*innen beeinflusst (Machulla/Herget) – 44057630

donnerstags, 16 – 18 Uhr, 01.11., 15.11., 10.12., jeweils x-x Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Musik-Konjunkturen zur Profilierung und aktiven Vernetzung im Berufsfeld erforschen, verstehen und strategisch nutzen (Winter) – 44057632

mittwochs, 16 – 18 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Ausgewählte Bereiche der Medienökonomie: Current Topics in Popular Music Studies (Carbone) – 44057634

mittwochs, 9 – 11 Uhr

Maximale Teilnehmer*innen: 20

Projektstätigkeit

Bitte informieren Sie sich über die wechselnden Angebote und die jeweilige Anzahl der Credit Points auf unserer Homepage: <http://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/studium/projektangebote/>

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

Ziel sind 4 CPs.