

# Stundenplan

Fachbereich Medien- und  
Kommunikationswissenschaft

Studienjahr 2009/10

**HERBSTSEMESTER 2009**

Stundenplan für das Herbstsemester 2009

**MONTAG**

Zeit/Ort	1. Jahr B.-A.	Zeit/Ort	B.A. 2. Jahr	Zeit/Ort	B.A. 3. Jahr / LIZENTIAT 4. Jahr	Zeit/Ort	MASTER STUDIENGANG
08-10		08-10		08-10		08-10	
10-12		<b>10-13</b> Beginn: 21.9.09 D130	Filme zum Praxisseminar Film und Fernsehen	<b>10-13</b> Beginn: 21.9.09 D130	Filme zum Praxisseminar Film und Fernsehen	10-12	
13-15		13-15		13-15 Beginn: 21.9.09 B207	D. Beck HS Aktuelle Forschung zur Sportberichterstattung	13-15	
15-17		<b>15-19</b> Beginn: 21.9.09 D130	K. Saurer Praxisseminar Film und Fernsehen	<b>15-19</b> Beginn: 21.9.09 D130	K. Saurer Praxisseminar Film und Fernsehen	15-17	

## Stundenplan für das Herbstsemester 2009

## DIENSTAG

Zeit/Ort	1. Jahr B.-A.	Zeit/Ort	B.A. 2. Jahr	Zeit/Ort	B.A. 3. Jahr / LIZENTIAT 4. Jahr	Zeit/Ort	MASTER STUDIENGANG
08-10 <b>A230</b> (+F230)	D. Bourgeois Journalisme et nouveaux médias	08-10 E140	L. Bosshart Journalistische Berufsfeld- forschung	08-10		08-10	
10-12 F207	S. Kolb Proseminar	10-12 F230	J. Trebbe Forschungsseminar Empirische Datenanalyse	10-12 A140	D. Ingenhoff Medienökonomie	10-12 E130	P. Schönhagen Journalismus: Geschichte, Forschung, Theorie Vorlesung (1 / 6)
13-15 F207	M. Prinzing Proseminar	13-15 G230	J.-B. Held Introduction au journalisme (presse écrite)	13-15		13-15 D230 Beginn: 22.9.09	G. Müller Multivariate Statistik (2)
15-17 J. Deiss 002 ausser 3.11. + 1.12.09 A120	J. Hupfeld Einführung in die (Sozial-)Psychologie	<b>15-19</b> D130	W. Obert Kommunikations- strategien I	<b>15-19</b> D130	W. Obert Kommunikations- strategien I	15-17 F207	S. Kolb Seminar Kommerzielles Fernsehen mit öff. Leistungsauftrag in der Schweiz (1 / 3)

Stundenplan für das Herbstsemester 2009

**MITTWOCH**

Zeit/Ort	1. Jahr B.-A.	Zeit/Ort	B.A. 2. Jahr	Zeit/Ort	B.A. 3. Jahr / LIZENTIAT 4. Jahr	Zeit/Ort	MASTER STUDIENGANG
08-10 A140	M. Zürcher Einführung in die Soziologie	09-13 D130	W. Obert Kommunikations- strategien I Gruppe 2	09-13 D130	W. Obert Kommunikations- strategien I Gruppe 2	08-10	
10-12 F207	M. Prinzing Proseminar	10-12		10-12 E130	J. Trebbe HS Nachrichtenwert- forschung	10-12 B205	D. Ingenhoff VL (Medialisierte) Organi- sationskommunikation: Theorie und Empirie (5)
<b>11-13</b> B207	M. Lauber Proseminar	12-13		12-13		13-15 F130	D. Bourgeois Séminaire: Nouveaux médias, technologies et usages (3/ 4 / 6)
13-15 B205	D. Beck Proseminar	13-15 C120	O. Sidler / C. Govoni Medienrecht	13-15 B207	L. Bosshart HS Journalismus im Umbruch	13-15 F207	M. Prinzing Seminar: Medien in der Kritik, Kritik in den Medien (1 / 6)
15-17 A230	M. Lauber Grundlagen Pressepraxis Gruppe 1	15-17 E120 Beginn: 23.9.09	G. Müller Statistik / Datenanalyse für Sozialwissenschaft	15-17		15-17	
17-19						17-19 B207 B205 E130	<b>Lizentiats-/ MA-Kolloquium</b> L. Bosshart D. Ingenhoff P. Schönhagen J.Trebbe

Stundenplan für das Herbstsemester 2009

**DONNERSTAG**

Zeit/Ort	1. Jahr B.-A.	Zeit/Ort	B.A. 2. Jahr	Zeit/Ort	B.A. 3. Jahr / LIZENTIAT 4. Jahr	Zeit/Ort	MASTER STUDIENGANG
08-10		08-10		08-10		08-10	
<b>11-13</b> A230	M. Lauber Grundlagen Pressepraxis Gruppe 2	10-12 F207	S. Kolb Forschungsseminar Inhaltsanalyse	10-12 B207	D. Bourgeois Séminaire Economie des médias	10-12	
13-15 Beginn 24.9.09 J. Deiss 002 17.12.09 G230	G. Müller Einführung in die polit. Soziologie: Gesellschaft, Politik und Staat	<b>15-17</b> B207	M. Lauber Forschungsseminar Befragung	13-15		13-15 F207	S. Kolb VL: Spez. Methoden der Medien-Inhalts- forschung (2 / 3)
15-17 J.Deiss 002	P.Schönhagen Einf. in die Medien- und Kommunikations- wissenschaft	15-17 F207	E. Herger Praxisseminar Presse	15-17 F207	E. Herger Praxisseminar Presse	15-17 F205	J. Trebbe MA Seminar Medien und Migranten (3 / 4)

## Stundenplan für das Herbstsemester 2009

## FREITAG

Zeit/Ort	1. Jahr B.-A.	Zeit/Ort	B.A. 2. Jahr	Zeit/Ort	B.A. 3. Jahr / LIZENTIAT 4. Jahr	Zeit/Ort	MASTER STUDIENGANG
08-10		08-10		08-10		08-10	
10-12 et 13-15	U. Dahinden Introduction à la recherche de l'audience et des effets des médias	10-12 E120	G. Müller Statistik / Datenanalyse für Sozialwissenschaft	10-12		10-12	
G140	Tous les quinze jours début : 18.9.09 fin : 11.12.09 (=Medienwirkungs- und Publikumsforschung, wird im FS 2010 in deutscher Sprache angeboten)	<b>13-17</b> E130	S. Aeverbeck Medienethik Daten: 18.9.09; 2.10.09; 16.10.09; 6.11.09; 13.11.09; 4.12.09; 11.12.09	<b>13-17</b> E130	S. Aeverbeck Medienethik Daten: 18.9.09; 2.10.09; 16.10.09; 6.11.09; 13.11.09; 4.12.09; 11.12.09	13-15	
15-17						15-17	

## Studienpläne

### „Medien- und Kommunikationswissenschaft“ als Bachelor-Hauptfach

90 ECTS, Abschluss als Bachelor in Sozialwissenschaften mit Hauptfach „Medien- und Kommunikationswissenschaft“.

Jahr	Veranstaltung	SWS	ECTS
1	Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, HS)	2	3
	Medienwirkungs- und Publikumsforschung (Vorlesung, FS)	2	3
	Kommunikations- und Mediengeschichte (Vorlesung, FS)	2	3
	Proseminar Medienkunde (inkl. Proseminararbeit, empfohlen im HS)	2	6
	Methoden der empirischen Sozialforschung (Vorlesung, FS)	4	6
	6 ECTS aus den folgenden sozialwissenschaftlichen Einführungsvorlesungen (ein Kurs ergibt 3 ECTS): Einführung in die Soziologie (HS); Einführung in die (Sozial-)Psychologie (HS); Einführung in die politische Soziologie (HS)	4	6
	Grundlagen Pressepraxis (Praxiskurs, HS)	2	3
	Grundlagen Radio- und TV-Praxis (Praxiskurs, FS)	2	3
2	Journalistische Berufsfeldforschung (Vorlesung, HS)	2	3
	Medien, Politik und Demokratie (Vorlesung, FS)	2	3
	Theorie und Praxis der Public Relations (Vorlesung, FS)	2	3
	Medienrecht (Vorlesung, HS)	2	3
	Forschungsseminar (inkl. Seminararbeit, empfohlen im FS)	2	9
	Statistik/Datenanalyse für Sozialwissenschaften (Vorlesung, HS)	4	6
	6 ECTS aus den folgenden Wahlkursen und Praxisseminaren (ein Kurs ergibt in der Regel 3 ECTS): Praxisseminar Presse (HS und FS); Praxisseminar Radio (HS und FS); Praxisseminar Film und Fernsehen (HS und FS); Praxis der Public Relations (FS); Kommunikationsstrategien (HS und FS); Medienrecht 2 (FS); Kommunikations- und Medienethik (HS); Unternehmenskommunikation (HS); Wirtschaftsgeschichte (HS); Gender Studies	4	6
			Total: 33
3	Medienökonomie (Vorlesung, HS)	2	3
	Hauptseminar (HS oder FS)	2	3
	3 ECTS aus Wahlkursen und Praxisseminaren	2	3
	Diplomarbeit		15
			Total: 24

SWS = Semesterwochenstunden, ECTS = Kreditpunkte, HS = Herbstsemester, FS = Frühjahrssemester

- Zur Erlangung der ECTS-Kreditpunkte sind benotete Leistungsnachweise (z. B. Prüfungen oder schriftliche Arbeiten) in jeder einzelnen Lehrveranstaltung zu erbringen. Das Hauptfach gilt als abgeschlossen, wenn alle oben aufgeführten Kurse erfolgreich absolviert wurden und die Diplomarbeit als genügend bewertet wurde.
- Proseminare und Forschungsseminare werden jeweils in beiden Semestern angeboten. Es wird aber empfohlen, das Proseminar im Herbstsemester des 1. Jahres und das Forschungsseminar im Frühjahrssemester des 2. Jahres zu belegen.
- Drei ECTS aus dem Bereich Wahlkurse und Praxisseminare können auf Antrag durch ein zweimonatiges Praktikum (mit schriftlichem Praktikumsbericht) im Journalismus, der Öffentlichkeitsarbeit oder der Medien-, Markt- und Meinungsforschung erworben werden.

## Bachelor-Nebenfächer „Medien- und Kommunikationswissenschaft“

### Grosses Nebenfach (60 ECTS)

Dieser Studienplan gilt für Medien- und Kommunikationswissenschaft als grosses Nebenfach in einem Bachelor-Studium mit einem Hauptfach an einer anderen Fakultät:

Jahr	Veranstaltung	SWS	ECTS
1	Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, HS)	2	3
	Proseminar Medienkunde (inkl. Proseminararbeit, empfohlen im FS)	2	6
	Methoden der empirischen Sozialforschung (Vorlesung, FS)	4	6
	6 ECTS aus den folgenden sozialwissenschaftlichen Einführungsvorlesungen (ein Kurs ergibt 3 ECTS): Einführung in die Soziologie (HS); Einführung in die (Sozial-)Psychologie (HS); Einführung in die politische Soziologie (HS)	4	6
			Total: 21
2	Medienwirkungs- und Publikumsforschung (Vorlesung, FS)	2	3
	Kommunikations- und Mediengeschichte (Vorlesung, FS)	2	3
	Forschungsseminar (inkl. Seminararbeit, empfohlen im HS)	2	9
	Statistik/Datenanalyse für Sozialwissenschaften (Vorlesung, HS)	4	6
			Total: 21
3	Journalistische Berufsfeldforschung (Vorlesung, HS)	2	3
	Medien, Politik und Demokratie (Vorlesung, FS)	2	3
	Medienrecht (HS) oder Medienökonomie (HS) oder Theorie und Praxis der Public Relations (FS)	2	3
	Hauptseminar (inkl. Seminararbeit, HS oder FS)	2	9
			Total: 18

### Kleines Nebenfach (30 ECTS)

Dieser Studienplan gilt für Medien- und Kommunikationswissenschaft als kleines Nebenfach (30 ECTS) in einem Bachelor-Studium mit einem Hauptfach an einer anderen Fakultät oder mit dem Hauptfach "Sociologie" in der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät:

Jahr	Veranstaltung	SWS	ECTS
1	Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft (Vorlesung, HS)	2	3
	Proseminar Medienkunde (inkl. Proseminararbeit, HS oder FS)	2	6
	Medienwirkungs- und Publikumsforschung (Vorlesung, FS)	2	3
			Total: 12
2+3	Journalistische Berufsfeldforschung (Vorlesung, HS)	2	3
	Medien, Politik und Demokratie (Vorlesung, FS)	2	3
	Forschungsseminar (inkl. Seminararbeit, HS oder FS)	2	9
	Medienrecht (HS) oder Medienökonomie (HS) oder Theorie und Praxis der Public Relations (FS)	2	3
			Total: 18

Für beide Nebenfächer gilt:

- Zur Erlangung der ECTS-Kreditpunkte sind benotete Leistungsnachweise (z. B. Prüfungen oder schriftliche Arbeiten) in jeder einzelnen Lehrveranstaltung zu erbringen. Das Nebenfach gilt als abgeschlossen, wenn alle oben aufgeführten Kurse erfolgreich absolviert worden sind.

- Proseminare und Forschungsseminare werden jeweils in beiden Semestern angeboten. Es wird aber empfohlen, das Proseminar im Frühjahrssemester des 1. Jahres und das Forschungsseminar im Herbstsemester des 2. Jahres zu belegen.
- Falls im Hauptfach eine **hinreichende Methodenausbildung** angeboten wird, werden anstelle des Methodenkurses Vorlesungen über insgesamt 6 ECTS aus dem Angebot des Hauptfachs „Medien- und Kommunikationswissenschaft“ besucht, die nicht Teil des Pflichtprogramms im Nebenfach sind. Wählbar sind:
  - eine dritte sozialwissenschaftliche Einführungsvorlesung (Einführung in die Soziologie, Einführung in die (Sozial-)Psychologie, Einführung in die politische Soziologie)
  - weitere medienwissenschaftliche Vorlesungen aus den folgenden Kursen: Medienrecht, Medienökonomie, Theorie und Praxis der Public Relations (im Nebenfach muss normalerweise nur eine dieser Vorlesungen besucht werden)
  - Grundlagen Pressepraxis und/oder Grundlagen Radio- und TV-Praxis
  - Wahlkurse: Unternehmenskommunikation, Wirtschaftsgeschichte, Medienrecht 2 oder ein Praxisseminar, sofern vorgängig der entsprechende Grundlagenkurs (Presse-, Radio/TV-Praxis, Theorie und Praxis der Public Relations) besucht wurde

Gleiches gilt für den **Statistikurs**, falls das Hauptfach eine hinreichende Statistik-Ausbildung bietet. Über die Anerkennung äquivalenter Kurse aus dem Programm anderer Studienfächer entscheidet **der für den Methoden- bzw. Statistikkurs zuständige Dozent**. Die Studierenden werden gebeten, **die Wahl ihrer Ersatzkurse dem Dekanat der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät zu melden**, damit sie zu den Prüfungen in den entsprechenden Kursen zugelassen werden können.

- Studierende der Philosophischen Fakultät, die Medien- und Kommunikationswissenschaft im Nebenfach belegen, müssen sich nicht für jede Vorlesung in diesem Fach einzeln anmelden. Voranmeldungen sind nur notwendig.
  1. für die *Seminare und Praxiskurse*, für die sich auch die Hauptfachstudierenden anmelden müssen (Anmeldung über die Website des Departements);
  2. für *Lehrveranstaltungen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät*, die nicht vom Departement für Gesellschaftswissenschaften selbst angeboten werden (Anmeldung über die Website der Fakultät);
  3. für Lehrveranstaltungen, die zum *Erwerb von Softskills-Kreditpunkten* dienen (Anmeldung über die Website der Fakultät).

Bei allen anderen Lehrveranstaltungen ist die Anmeldung zur Abschlussklausur vor der jeweiligen Prüfungssession ausreichend.

### ***Masterstudiengang Kommunikationswissenschaft und Medienforschung***

Der Master of Arts in Kommunikationswissenschaft und Medienforschung wendet sich an Studierende, die ihre wissenschaftlichen Fähigkeiten um vertiefte kommunikationswissenschaftliche Kenntnisse und angewandte Forschungskompetenzen erweitern wollen. Im Studienprogramm werden Vorlesungen und Masterkurse aus sechs Themengebieten angeboten:

1. Allgemeine und systematische Kommunikationswissenschaft
2. Methoden der empirischen Kommunikationsforschung
3. Medienanalysen und Medieninhaltsforschung
4. Rezeptions- und Wirkungsforschung
5. Organisationskommunikation und Public Relations
6. Journalismus

Darüber hinaus sind fakultative Zusatzprogramme mit den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern und dem Fach Informatik der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät sowie mit anderen sozialwissenschaftlichen Fächern an den Universitäten Bern und Genf in der Planung.

**Berufsmöglichkeiten:** Das Studienangebot zielt auf die Vermittlung wissenschaftlicher Kenntnisse und Methoden für Führungskräfte, Kader und selbständige Positionen in den Berufsfeldern Journalismus, Medienmanagement und Medienpolitik, Öffentlichkeitsarbeit und Organisationskommunikation, Mediaplanung und Medienforschung. Durch Praktika, die im Studienprogramm angerechnet werden, sollen frühzeitig Verbindungen und Kontakte zu Unternehmen und Behörden, Verlagen, Programmveranstaltern und Neuen Medien hergestellt werden.

**Studienplan:** Das Masterstudium umfasst 90 ECTS, die in Vorlesungen und Veranstaltungen aus den o.g. Themengebieten erworben werden. Die Belegung der Themengebiete wird durch ein Studienreglement vorgeschrieben, die einzelnen Veranstaltungen sind frei wählbar. Die Dauer ist auf drei bis vier Semester ausgelegt. Durch die studienbegleitende Belegung eines der fakultativen Zusatzprogramme (30 ECTS) kann ein erweiterter Mastertitel erworben werden.

Veranstaltungen	ECTS
<i>Mastervorlesungen:</i> - eine Vorlesung aus Themengebiet 1 - eine Vorlesung aus Themengebiet 2 - eine Vorlesung aus Themengebiet 3 oder 4 - eine Vorlesung aus Themengebiet 5 oder 6	12
<i>Masterseminare:</i> drei Seminare aus drei verschiedenen Themengebieten	9
<i>Seminararbeiten:</i> zwei Seminararbeiten zu je 6 ECTS, eine mit grösserem empirischen Aufwand zu 9 ECTS	21
ein Praktikum (4 Wochen) mit Praktikumsbericht	6
eine Vorlesung aus einem Master-Zusatzprogramm oder aus dem Bachelorstudium, sofern sie nicht bereits für jene Programme angerechnet wurde	3
eine Vorlesung aus einem anderen Fach (gemäss Liste)	3
<i>frei wählbare ECTS-Punkte:</i> - Mastervorlesungen aus dem Hauptprogramm - Vorlesungen aus den Zusatzprogrammen oder dem Bachelorstudium - Vorlesungen aus einem anderen Fach - ein weiteres 4-wöchiges Praktikum	6
Masterarbeit (inkl. Forschungskolloquium)	30
	Total: 90
Fakultative Master-Zusatzprogramme	30
	Total: 120

Der Masterstudiengang steht allen Studierenden offen, die im Bachelorstudium Medien- und Kommunikationswissenschaft als Hauptfach oder als Nebenfach mit mindestens 60 ECTS belegt haben. Genauere Informationen u. a. betreffend die Zulassungsbestimmungen für Studierende mit einem Fachhochschulabschluss finden sich auf unserer Website (<http://www.unifr.ch/mukw/mukw07/index.php?page=master>).