



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN



D3. Modulhandbuch

Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

(120 ECTS-Punkte)

Auf Basis der Prüfungs- und Studienordnung vom 07. Mai 2014

88/306/---/M0/H/2013

Stand: 6. Juli 2015

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen und Erklärungen.....	3
Modul: P 1 Internationale Strategische Kommunikation	4
Modul: P 2 Anwendungs- und Wirkungskontexte der Public Relations.....	6
Modul: WP 1 Öffentlichkeitsarbeit politischer, wirtschaftlicher, und non-profit Organisationen.....	8
Modul: WP 2 Public Relations und Persuasionskommunikation	10
Modul: WP 3 Publizistik und Journalistik	12
Modul: WP 4 Medienwirkung und Mediennutzung	14
Modul: P 3 Praxis der (internationalen) Öffentlichkeitsarbeit.....	16
Modul: P 4 Public Relations-Wirkungs- und Erfolgsforschung sowie international vergleichende Public Relations-Forschung.....	18
Modul: P 5 Masterprojekt I: Konzeption und Design eines Public Relations-spezifischen Forschungsprojekts	20
Modul: P 6 Masterprojekt II: Durchführung, Analyse und Präsentation eines Public Relations-spezifischen Forschungsprojekts.....	22
Modul: P 7 Praktikum	24
Modul: P 8 Mastermodul	26
Modul: P 9 Verknüpfung von Theorie und Praxis der Public Relations	28

Abkürzungen und Erklärungen

CP	Credit Points, ECTS-Punkte
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
h	Stunden
SoSe	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
WiSe	Wintersemester
WP	Wahlpflicht
P	Pflicht
LV	Lehrveranstaltungen

1. Die Beschreibung der zugeordneten Modulteile erfolgt hinsichtlich der jeweiligen Angaben zu ECTS-Punkten folgendem Schema: Nicht eingeklammerte ECTS-Punkte werden mit Bestehen der zugehörigen Modulprüfung oder Modulteilprüfung vergeben. Eingeklammerte ECTS-Punkte dienen lediglich der rechnerischen Zuordnung.
2. Bei den Angaben zum Zeitpunkt im Studienverlauf kann es sich in Abhängigkeit von den Angaben der Anlage 2 der Prüfungs- und Studienordnung um feststehende Regelungen oder um bloße Empfehlungen handeln. Im Modulhandbuch wird dies durch die Begriffe "Regelsemester" und "Empfohlenes Semester" kenntlich gemacht.
3. Bitte beachten Sie: Das Modulhandbuch dient einer Orientierung für Ihren Studienverlauf. Für verbindliche Regelungen konsultieren Sie bitte ausschließlich die Prüfungs- und Studienordnung in ihrer jeweils geltenden Fassung. Diese finden Sie auf www.lmu.de/studienangebot unter Ihrem jeweiligen Studiengang.

Modul: P 1 Internationale Strategische Kommunikation

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Seminar	P 1.1 Theorie und Praxis der internationalen Public Relations	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 1.2 Internationale und Interkulturelle Kommunikation	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).

Wahlpflichtregelungen Keine

Teilnahmevoraussetzungen Keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 1

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte In diesem Modul werden die theoretischen Grundlagen für das Verständnis internationaler PR und strategischer Kommunikation gelegt. Dabei stehen neben eigenen Theorie-Ansätzen der PR auch PR-relevante Aspekte allgemein kommunikationswissenschaftlicher Theorien sowie theoretische Ansätze verwandter Disziplinen im Blickfeld (z. B. berufssoziologische oder genderspezifische Aspekte des PR-Berufsfeldes, Professionalisierungstheorie, organisationssoziologische und organisationspsychologische Aspekte, Theorie/Modelle des Journalismus, Theorie/Modelle der Entstehung öffentlicher Meinung, Theorien der interkulturellen Kommunikation, etc). Zugleich kontrastieren die Lehrveranstaltung (LV) dieses Moduls das theoretische Wissen mit empirischen Befunden aus der internationalen PR- und Kommunikationsforschung.

P 1.1 Theorie & Praxis der internationalen PR

In dieser LV werden grundlegende Modelle, Theorien und empirischen Befunde der PR-Forschung erarbeitet und das konzeptuelle Instrumentarium des Forschungsfelds vorgestellt. Dabei können disziplinär unterschiedliche PR-Theorieansätze (kommunikationswissenschaftliche, organisationssoziologische, politikwissenschaftliche und/oder wirtschaftswissenschaftliche) auf Mikro-, Meso- und Makro-

Ebene thematisiert und im Hinblick auf spezifische Ansätze der internationalen PR-Forschung (z. B. der Determinationshypothese, der Intereffikationstheorie oder dem sog. Verständigungsorientierten Ansatz der PR) sowie Erkenntnissen aus der Erforschung der Berufspraxis internationaler strategischer Kommunikation hinterfragt werden.

P 1.2 Internationale & Interkulturelle Kommunikation

Diese LV thematisiert insbesondere die theoretischen Grundlagen und praktischen Herausforderungen internationaler sowie interkultureller Kommunikation. Aufbauend auf einem allgemeinen Verständnis der Besonderheiten kulturüberschreitenden kommunikativen Handelns soll hier insbesondere auf die Bedeutung nationaler und kultureller Unterschiede in der strategischen Wirtschaftskommunikation (Marketing, Werbung, PR) eingegangen werden. Daneben können auch Ansätze der internationalen politischen Kommunikations- und Kulturforschung herangezogen werden.

Qualifikationsziele	Das Modul vermittelt ein fundiertes Verständnis dessen, was PR als spezifische Form der öffentlichen Kommunikation (insbesondere im internationalen Kontext) auszeichnet, durch: <ul style="list-style-type: none"> • die Vermittlung der theoretischen Grundlagen für das Verständnis internationaler PR und strategischer Kommunikation sowie • die Kontrastierung des theoretischen Wissens mit empirischen Befunden aus der internationalen PR- und Kommunikationsforschung.
Form der Modulprüfung	Klausur (45-90 min) bzw. Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 2 Anwendungs- und Wirkungskontexte der Public Relations

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tur-nus	Präsenzzeit	Selbststu-dium	ECTS
Seminar	P 2.1 Business Planning und Project Management	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Seminar	P 2.2 Mediatisierung und Journalistische Praxis im internationalen Vergleich	WiSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Keine
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>Public Relations sind nur im Zusammenhang mit einer Vielzahl externer Abhängigkeiten, Interdependenzen und Zwänge zu verstehen. In diesem Modul werden die wichtigsten gesellschaftlichen Spannungsfelder thematisiert, innerhalb derer PR stattfindet und wirkt. Dabei gilt ein besonderes Augenmerk den jeweiligen Interaktions-beziehungen zwischen PR und den verwandten Bereichen des Journalismus, der (Medien-) Ökonomie und des Organisationsmanagements.</p> <p><i>P 2.1 Business Planning & Project Management</i></p> <p>In dieser Veranstaltung werden grundlegende Kenntnisse über die ökonomische Einbettung von PR- und Kommunikati-onstätigkeiten in unternehmerisches Handeln vermittelt. Dabei stehen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der PR-Tätigkeit (z. B. Business Planning, Budgeting, Controlling) ebenso im Mittelpunkt wie die Anbindung strategischer Kommunikation an das Projekt- und Unternehmensmanagement von Wirtschafts- und anderen Organisationen.</p>

P 2.2 Mediatisierung & Journalistische Praxis im internationalen Vergleich

Eine, wenn nicht die zentrale Leistung der PR besteht in der Interaktion mit Massenmedien, innerhalb derer Journalisten eine herausragende Stellung einnehmen. In dieser Lehrveranstaltung wird fundiertes Wissen über das Zusammenspiel strategischer Kommunikatoren und (journalistischer wie anderer) medialer Multiplikatoren vermittelt und insbesondere im internationalen Vergleich und Hinblick auf Veränderungen in der Rolle der Medien (z. B. Mediatisierung) kontextualisiert. Dabei vermittelt diese LV sowohl theoretische Kenntnisse (z.B. aus der Selektions- und Nachrichtenwertforschung, Medienökonomie, etc.) als auch praxisnahe Kenntnisse der Abläufe und des Umgangs mit PR-induzierten Informationen in Medienorganisationen.

Qualifikationsziele	Studierende werden durch den Besuch des Moduls in die Lage versetzt, <ul style="list-style-type: none"> • Public Relations im Kontext einer Vielzahl von externen Abhängigkeiten, Interdependenzen und Zwängen zu verstehen. • die wichtigsten gesellschaftlichen Spannungsfelder, innerhalb derer PR stattfindet und wirkt, zu reflektieren. • die Interaktionsbeziehungen zwischen PR und den verwandten Bereichen des Journalismus, der (Medien-) Ökonomie und des Organisationsmanagements, zu durchdringen.
Form der Modulprüfung	Klausur (45-90 min) bzw. Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: WP 1 Öffentlichkeitsarbeit politischer, wirtschaftlicher, und non-profit Organisationen

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tur-nus	Präsenzzeit	Selbststu-dium	ECTS
Hauptse-minar	WP 1.1 Public Relations von Or-ganisationen	WiSe	30 h (2 SWS)	240 h	(9)
Seminar	WP 1.2 Forschung zu Public Re-lations von Organisationen	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Wahlpflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen Das Modul ist ein Wahlpflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).

Wahlpflichtregelungen Das Modul kann unter Beachtung folgender Regeln gewählt werden: Aus den Wahlpflichtmodulen WP 1 bis WP 4 ist ein Wahlpflichtmodul zu wählen.

Teilnahmevoraussetzungen Keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 1

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte Dieses Wahlpflichtmodul beschäftigt sich den Besonderheiten von Public Relations im Kontext politischer (oder weiter gefasst non-profit) Kommunikation. Anhand konkreter Beispiele aus den Kampagnen- oder Routineaktivitäten in- wie ausländischer gesellschaftlich-politischer Akteure werden die Übertragbarkeit und Aussagekraft der meist im Zusammenhang gewerblicher PR entwickelten Theorieansätze hinterfragt und insbesondere die Veränderungen aus der Kommunikatorperspektive beleuchtet; aber auch die veränderte Rolle von Öffentlichkeiten (etwa in Wahlkämpfen oder bei Social Marketing Kampagnen) und Mediatoren (z. B. in der streng reglementierten Wahlberichterstattung) können Gegenstand der Vertiefung sein.

WP 1.1 Politische Öffentlichkeitsarbeit

In dieser LV werden die in Modul 1 und 2 erarbeiteten theoretischen Ansätze und sozialen Kontexte von PR auf konkrete Fallbeispiele in der politischen und non-profit PR angewandt und vertieft. Aufbauend auf diese grundlegende Erarbeitung

des Gegenstandes können eigene Forschungsfragen aufgeworfen werden, die im zugehörigen Forschungsseminar weiter verfolgt werden. Die konkreten Themen werden im jeweiligen Veranstaltungsprogramm benannt.

WP 1.2 Forschung in der Politischen Öffentlichkeitsarbeit

In dieser Veranstaltung werden gegenstandsbezogen empirische und nicht-empirische Forschungsmethoden erarbeitet und erprobt. Dabei werden konkrete Erhebungsverfahren (Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung) theoretisch vermittelt und praktisch eingeübt.

Qualifikationsziele	<p>Studierende werden durch den Besuch dieses Wahlpflichtmoduls in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Besonderheiten von Public Relations im Kontext politischer (oder weiter gefasst non-profit) Kommunikation zu reflektieren, • die Übertragbarkeit und Aussagekraft der meist im Zusammenhang gewerblicher PR entwickelten Theoriesätze zu hinterfragen und • insbesondere die Veränderungen aus der Kommunikatorperspektive zu beleuchten, • aber auch die veränderte Rolle von Öffentlichkeiten (etwa in Wahlkämpfen oder bei Social Marketing Kampagnen) und Mediatoren (z.B. in der streng reglementierten Wahlberichterstattung) zu bewerten. <p>Der konkrete Umgang mit einem forschungspraktischen Problem (WP 1.2) soll den Studierenden grundlegende praktische Fertigkeiten sowie reflexive Kompetenzen im Umgang mit Forschungsmethoden und Forschungsliteratur vermitteln, auf denen sie im Modul 4 und 5 aufbauen können.</p>
Form der Modulprüfung	Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: WP 2 Public Relations und Persuasionskommunikation

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tur-nus	Präsenzzeit	Selbststu-dium	ECTS
Hauptse-minar	WP 2.1 Persuasionskommunika-tion	WiSe	30 h (2 SWS)	240 h	(9)
Seminar	WP 2.2 Forschung in der Persu-asionskommunikation	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Wahlpflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen Das Modul ist ein Wahlpflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).

Wahlpflichtregelungen Das Modul kann unter Beachtung folgender Regeln gewählt werden: Aus den Wahlpflichtmodulen WP 1 bis WP 4 ist ein Wahlpflichtmodul zu wählen.

Teilnahmevoraussetzungen Keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 1

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte Dieses Wahlpflichtmodul beschäftigt sich mit den Besonderheiten von Public Relations aus Sicht der Persuasionsforschung. Anhand konkreter Beispiele aus der Praxis persuasiver (meist Kampagnen-) Kommunikation (z. B. Gesundheitskommunikation, Werbung & Marketing, etc.) werden die Übertragbarkeit und Aussagekraft der Theorieansätze der Public Relations hinterfragt und insbesondere strategische Durchsetzbarkeit von Kommunikationsmaßnahmen durch einen Kommunikator diskutiert; dabei können auch Aspekte der Medienwirkungsforschung beleuchtet werden oder journalistische Vermittlung unter dem Gesichtspunkt der Meinungsmacht und mediengesteuerten Agendasettings thematisiert werden.

WP 2.1 Persuasionskommunikation

In dieser LV werden die in Modul 1 und 2 erarbeiteten theoretischen Ansätze und sozialen Kontexte von PR auf konkrete Fallbeispiele in der Persuasionskommunikation angewandt und vertieft. Aufbauend auf diese grundlegende Erarbeitung des Gegenstandes können eigene Forschungsfragen aufgeworfen werden, die im zugehörigen Forschungsseminar wei-

ter verfolgt werden. Die konkreten Themen werden im jeweiligen Veranstaltungsprogramm benannt.

WP 2.2 Forschung in der Persuasionskommunikation

In dieser Veranstaltung werden gegenstandsbezogen empirische und nicht-empirische Forschungsmethoden erarbeitet und erprobt. Dabei werden konkrete Erhebungsverfahren (Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung) theoretisch vermittelt und praktisch eingeübt.

Qualifikationsziele	<p>Studierende werden durch den Besuch dieses Wahlpflichtmoduls in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • anhand konkreter Beispiele aus der Praxis relevanter persuasiver (meist Kampagnen-) Kommunikation (z. B. Gesundheitskommunikation, Werbung & Marketing, etc.) die Übertragbarkeit und Aussagekraft der Theorieansätze der Public Relations zu hinterfragen, • die strategische Durchsetzbarkeit von Kommunikationsmaßnahmen durch einen Kommunikator bzw. Aspekte der Medienwirkungsforschung oder journalistischer Vermittlung unter dem Gesichtspunkt der Meinungsmacht und mediengesteuerten Agendasettings zu bewerten. <p>Der konkrete Umgang mit einem forschungspraktischen Problem (WP 2.2) soll den Studierenden grundlegende praktische Fertigkeiten sowie reflexive Kompetenzen im Umgang mit Forschungsmethoden und Forschungsliteratur vermitteln, auf denen sie im Modul 4 und 5 aufbauen können.</p>
Form der Modulprüfung	Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: WP 3 Publizistik und Journalistik

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Hauptseminar	WP 3.1 Theorien und aktuelle Aspekte des Journalismus	WiSe	30 h (2 SWS)	240 h	(9)
Seminar	WP 3.2 Methoden der Journalismusforschung	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Wahlpflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen Das Modul ist ein Wahlpflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).

Wahlpflichtregelungen Das Modul kann unter Beachtung folgender Regeln gewählt werden: Aus den Wahlpflichtmodulen WP 1 bis WP 4 ist ein Wahlpflichtmodul zu wählen.

Teilnahmevoraussetzungen Keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 1

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte In diesem Modul soll das Thema Publizistik und Journalistik aus theoretischer und praktischer Perspektive betrachtet werden. Ausgangspunkt können dabei sowohl aktuelle Entwicklungen in der Medienpraxis als auch der wissenschaftliche Erkenntnisstand sein. Gegenstände können zum Beispiel die Qualität im Journalismus, die Entstehungsprozesse journalistischer Aussagen oder die Nachrichtenwertforschung sein.

WP 3.1 Theorien & aktuelle Aspekte des Journalismus

Im Mittelpunkt dieser Veranstaltung stehen aktuelle Theorieentwicklungen und/oder Anwendungsprobleme aus dem Gegenstandsbereich des Moduls, die grundlegend erarbeitet und vorgestellt werden und in die Konzeption einer eigenständigen Untersuchung münden können. Die konkreten Themen werden im jeweiligen Veranstaltungsprogramm benannt.

WP 3.2 Methoden der Journalismusforschung

In dieser Veranstaltung werden gegenstandsbezogen empirische und nicht-empirische Forschungsmethoden erarbeitet

und erprobt. Dabei werden konkrete Erhebungsverfahren (Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung) theoretisch vermittelt und praktisch eingeübt.

Qualifikationsziele	<p>Studierende werden durch den Besuch dieses Wahlpflichtmoduls in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Feld der Journalismusforschung (bzw. Journalis- mustheorien) zu überblicken, • brauchbare Ansätze für eine Problemstellung zu identifizieren sowie • theoretische Perspektiven auf den Erkenntnisgegen- stand anzuwenden. <p>Der konkrete Umgang mit einem forschungspraktischen Problem (WP 3.2) soll den Studierenden grundlegende praktische Fertigkeiten sowie reflexive Kompetenzen im Umgang mit Forschungsmethoden und Forschungsliteratur vermitteln, auf denen sie im Modul 4 und 5 aufbauen können.</p>
Form der Modulprüfung	Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: WP 4 Medienwirkung und Mediennutzung

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Hauptseminar	WP 4.1 Perspektiven der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung	WiSe	30 h (2 SWS)	240 h	(9)
Seminar	WP 4.2 Methoden der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung	WiSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inclusive des Selbststudiums sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Wahlpflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Wahlpflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Das Modul kann unter Beachtung folgender Regeln gewählt werden: Aus den Wahlpflichtmodulen WP 1 bis WP 4 ist ein Wahlpflichtmodul zu wählen.
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 1
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>In dem Modul werden vertiefte Kenntnisse in der neueren Theorien-, Modell- und Methodenentwicklung in den Bereichen Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung vermittelt.</p> <p><i>WP 4.1 Perspektiven der Medienwirkungs- & Mediennutzungsforschung</i></p> <p>Ausgehend von konkreten Forschungsproblemen, die sich aus der aktuellen Literaturlage oder der angewandten Forschung ergeben, werden Grundlagen erarbeitet, welche zum Verständnis des entsprechenden Gegenstandsbereichs und zur Konzeption problemadäquater Forschungsansätze befähigen. Die konkreten Themen werden im jeweiligen Veranstaltungsprogramm benannt.</p> <p><i>WP 4.2 Methoden der Medienwirkungs- & Mediennutzungsforschung</i></p> <p>In dieser Veranstaltung werden gegenstandsbezogen empirische und nicht-empirische Forschungsmethoden erarbeitet</p>

und erprobt. Dabei werden konkrete Erhebungsverfahren (Inhaltsanalyse, Befragung, Beobachtung) theoretisch vermittelt und praktisch eingeübt.

Qualifikationsziele	<p>Studierende werden durch den Besuch dieses Wahlpflichtmoduls in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse der neueren Theorien-, Modell- und Methodenentwicklung in den Bereichen der Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung zu vertiefen und zu verbreitern, • der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion zu folgen und • auch in Berufe außerhalb der Mediaforschung Erkenntnisse der Wirkungs- und Nutzungsforschung einbringen zu können. <p>Der konkrete Umgang mit einem forschungspraktischen Problem (WP 4.2) soll den Studierenden grundlegende praktische Fertigkeiten sowie reflexive Kompetenzen im Umgang mit Forschungsmethoden und Forschungsliteratur vermitteln, auf denen sie im Modul 4 und 5 aufbauen können.</p>
Form der Modulprüfung	Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 3 Praxis der (internationalen) Öffentlichkeitsarbeit

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Hauptseminar	P 3.1 Strategische und Zielgruppenorientierte Kommunikation	SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 3.2 Anwendungsseminar: Strategische und Zielgruppenorientierte Kommunikation	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Keine
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>Aufbauend auf den im Modul 1 vermittelten Grundlagenkenntnissen fokussiert dieses Modul auf die Relevanz des theoretischen Wissens für die Berufspraxis. So werden konkrete Fragestellungen und Probleme aus der internationalen PR-Praxis anhand des bestehenden Vorwissens behandelt, und Strategien und Lösungsansätze aus dem Berufsalltag theoretisch hinterfragt. Auch die Übertragbarkeit in nationalem Kontext entwickelter Ansätze auf die internationale PR-Praxis soll hinterfragt werden. Dabei sollen sowohl Differenzen zwischen akademischer Abstraktion und medienpraktischer Umsetzung aufgezeigt als auch gegenseitige Entwicklungs- und Lernpotentiale umrissen werden.</p> <p><i>P 3.1 Strategische & zielgruppenorientierte Kommunikation</i></p> <p>In Übereinstimmung mit der Modulbeschreibung können in dieser LV verschiedene spezifische Aspekte des Stakeholder Relation Management aus der internationalen PR-Praxis herausgegriffen und erarbeitet werden (z. B. Finance Relations, Government Relations, Community Relations, Mitarbeiterkommunikation). Anhand konkreter Fallbeispiele werden theoretische Modelle angewandt und nutzbar gemacht, auf Grundlage der Erfahrungen aus der PR-Praxis hinterfragt</p>

und auf das bestehende Wissen zurückgespiegelt. Dabei sollen bevorzugt Themen mit länderübergreifendem Bezug behandelt werden.

P 3.2 Übung Strategische & zielgruppenorientierte Kommunikation

Angelehnt an die inhaltliche Ausrichtung der anderen Veranstaltung im selben Modul vermittelt diese Übung vor allem praktische Fertigkeiten in der Planung und Umsetzung von PR-Strategien.

Qualifikationsziele

Ziel des Hauptseminars (P 3.1) ist es, Studierende zu einer reflektierten Umsetzung ihres theoretischen Wissens zur Lösung praktischer PR-Probleme im internationalen Zusammenhang zu befähigen: Studierende können

- konkrete Fragestellungen und Probleme aus der internationalen PR-Praxis anhand des bestehenden Vorwissens identifizieren sowie
- Strategien bzw. Lösungsansätze aus dem Berufsalltag theoretisch hinterfragen und die Übertragbarkeit von in nationalem Kontext entwickelten Ansätzen auf die internationale PR-Praxis bewerten.

Ziel der Übung (P 3.2) ist es, in Kleingruppen konkrete PR-Konzeptionen zur Lösung ausgewählter im Seminar thematisierter Kommunikationsprobleme zu entwerfen, gemäß professionellen Standards auszuarbeiten und zu präsentieren. Damit vermittelt diese LV insbesondere auch die konzeptionellen Fertigkeiten, die in der Modulprüfung in Form eines praxisnah gestalteten „Pitch“ abgefordert werden: Dabei werden die Studierenden jeweils mit einer konkreten Kommunikationsstrategischen Aufgabe oder Problemstellung aus der PR-Praxis konfrontiert und erhalten eine eng begrenzte Vorbereitungszeit, um konkrete Lösungsstrategien im Rahmen einer PR-Konzeption zu entwerfen und zu präsentieren.

Form der Modulprüfung

Konzeptionspräsentation (Bearbeitungszeit max. 48h, Dauer 30 min)

Art der Bewertung

Das Modul ist benotet.

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten

Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).

Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Romy Fröhlich

Unterrichtssprache(n)

Deutsch oder Englisch

Sonstige Informationen

Modul: P 4 Public Relations-Wirkungs- und Erfolgsforschung sowie international vergleichende Public Relations-Forschung

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tur-nus	Präsenzzeit	Selbststu-dium	ECTS
Hauptse-minar	P 4.1 Theorien, Modelle, Metho-den, und Gegenstände der Public Relations-Wirkungs- und Erfolgskontrolle	SoSe	30 h (2 SWS)	150 h	(6)
Seminar	P 4.2 Theorien, Modelle, Metho-den und Gegenstände der inter-national vergleichenden Public Relations-Forschung	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 9 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 270 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Keine
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>Aufbauend auf das in Modul 1 vermittelte Wissen befasst sich dieses Modul mit der empirischen Erforschung von Public Relations (sowohl im In- und Ausland, als auch im länderübergreifenden Kontext). Dabei werden sowohl die wissenschaftliche Forschung über PR, als auch die durch PR-Praktiker selbst betriebene empirische (meist Evaluations-)Forschung thematisiert. Zentrales Thema der Veranstaltungen dieses Seminars ist die Diskussion darüber, inwiefern und auf welche Weise sozialwissenschaftliche Forschung in der Lage ist, praxisrelevante Fragen der PR zu beantworten. Dabei wird sowohl die Forschungspraxis der Praktiker kritisch hinterfragt, als auch die Anwendungs-orientierung wissenschaftlicher Forschung zur Diskussion gestellt.</p> <p><i>P 4.1 Theorien, Modelle, Methoden, und Gegenstände der PR-Wirkungs- und Erfolgskontrolle</i></p> <p>Diese LV befasst sich mit dem zentralen Forschungsfeld sowohl der praxisorientierten als auch der akademischen PR-</p>

Forschung, namentlich der Evaluation von PR-initiierten Wirkungen von Kommunikation. Dabei wird Hintergrundwissen aus der Medienwirkungsforschung vermittelt, und im Zusammenhang mit konkreten Beispielen aus der PR-Evaluationsforschung angewandt. Ein zentrales Augenmerk dieser LV liegt zudem auf den methodischen Problemen und Optionen in der Erfassung von PR-Wirkungen.

P 4.2 Theorien, Modelle, Methoden und Gegenstände der international vergleichenden PR-Forschung

In dieser Lehrveranstaltung werden verschiedene Felder der PR-relevanten Forschung aus akademischer wie auch aus berufspraktischer Perspektive erarbeitet. Dabei werden einzelne Themenbereiche ausgewählt und anhand konkreter Studien sowohl methodische Aspekte als auch die Relevanz der gewonnenen Erkenntnisse für Theorie und Praxis diskutiert. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei auch der Übertragbarkeit von Befunden aus verschiedenen nationalen und internationalen Kontexten.

Qualifikationsziele	Ziel dieses Moduls ist es, die wissenschaftliche Forschung über PR wie auch die durch PR-Praktiker selbst betriebene empirische (meist Evaluations-)Forschung kritisch zu reflektieren und zu identifizieren, inwiefern und auf welche Weise sozialwissenschaftliche Forschung in der Lage ist, praxisrelevante Fragen der PR zu beantworten (Anwendungsorientierung). Das Hauptseminar (P 4.1) vermittelt, vertieft und verbreitert Hintergrundwissen aus der Medienwirkungsforschung und zeigt deren Potential im Zusammenhang mit konkreten Beispielen aus der PR-Evaluationsforschung auf. Ein zentrales Augenmerk des Seminars (P 4.2) liegt auf der Vermittlung methodischer Probleme und Optionen in der Erfassung von PR-Wirkungen.
Form der Modulprüfung	Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 5 Masterprojekt I: Konzeption und Design eines Public Relations-spezifischen Forschungsprojekts

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tu- nus	Präsenzzeit	Selbststu- dium	ECTS
Masterse- minar	P 5.1 Theoretische Grundlagen der Konzeption und Anlage eines Public Relations-spezifischen Forschungsprojekts	SoSe	60 h (4 SWS)	180 h	(8)
Seminar	P 5.2 Methodenseminar: Forschungsdesign und Erhebung	SoSe	30 h (2 SWS)	90 h	(4)

Im Modul müssen insgesamt 12 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 6 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 360 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Keine
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 2
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>Wesentlicher Teil des Master-Studiums ist die Teilnahme an einem Master-Projekt. Das Masterprojekt besteht aus einem Arbeitsvorhaben (Forschungsprojekt) und begleitenden Lehrveranstaltungen. Im Rahmen des Masterstudiengangs International Public Relations fällt den beiden Lehrveranstaltungen dieses Moduls die Aufgabe zu, gemeinsam mit den Studierenden forschungsleitende Fragen zu entwickeln und Forschungsinstrumente zu entwickeln. Im Rahmen des Masterprojektes sollen, vor allem im Hinblick auf das international ausgerichtete Praktikum, bevorzugt Themen mit internationalem Bezug aufgegriffen werden. Das nachfolgende Forschungspraktikum (P 7) gibt dann Gelegenheit zur Durchführung und Datensammlung auf Grundlage der erstellten Forschungsinstrumente. Diese Daten werden dann im zweiten Teil des Masterprojekts (P 6) gesammelt und gemeinsam ausgewertet.</p>

P 5.1 Theoretische Grundlagen der Konzeption und Anlage eines PR-spezifischen Forschungsprojekts

In dieser Veranstaltung werden ausgehend von der generellen Fragestellung des Vorhabens das Erkenntnisinteresse konkretisiert, forschungsleitende Fragestellungen entwickelt, die einschlägigen theoretischen Konzepte erarbeitet, die aktuelle internationale Literaturlage aufgearbeitet und ein Forschungsdesign entwickelt.

P 5.2 Methodenübung: Forschungsdesign & Erhebung

Aufbauend auf das Masterprojekt-Seminar werden in dieser Veranstaltung die für das Forschungsvorhaben notwendigen Erhebungsverfahren vermittelt, praktisch geübt und auf den konkreten Fall angepasst.

Qualifikationsziele	<p>Master-Projekte sind eine Form des Lehrens und Lernens, die von allen Beteiligten besondere Anstrengung verlangt, die zugleich aber besondere Erfolge erwarten lässt und deshalb die besondere Forderung des Studiengangs genießt. Im Masterprojekt werden methodische wie theoretische Kenntnisse anhand der betrachteten Fragestellungen vertieft und im Hinblick auf die spätere Umsetzung im internationalen Kontext konkretisiert. Darüber hinaus dient das Masterprojekt der Herausbildung von Teamfähigkeit sowie der Erarbeitung und Erprobung von praktischen Methoden der Projektplanung und -leitung (Schlüsselqualifikationen).</p> <p>Das Masterseminar (P 5.1) zielt darauf ab, Studierende in die Lage zu versetzen eigenständig eine Fragestellung zu entwickeln und ihr Vorwissen kreativ einzubringen.</p> <p>Neben der Vermittlung reflektierter Kenntnisse der verschiedenen möglichen Forschungsdesigns, Erhebungsinstrumente und Messmethoden ist ein weiteres Ziel des Seminars (P 5.2), die im Masterprojektseminar begonnene Operationalisierung zu konkretisieren und spezifische, in der eigenständigen Datenerhebung an den verschiedenen Praktikumsplätzen umsetzbare Erhebungsstrategien zu entwickeln.</p>
Form der Modulprüfung	Hausarbeit (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 6 Masterprojekt II: Durchführung, Analyse und Präsentation eines Public Relations-spezifischen Forschungsprojekts

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tu- nus	Präsenzzeit	Selbststu- dium	ECTS
Seminar	P 6.1 Empirische Umsetzung und Datenerfassung	WiSe	15 h (1 SWS)	165 h	(6)
Seminar	P 6.2 Methodenseminar: Datenanalyse	WiSe	30 h (2 SWS)	240 h	(9)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 3 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).

Wahlpflichtregelungen Keine

Teilnahmevoraussetzungen Keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 3

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte Wesentlicher Teil des Master-Studiums ist die Teilnahme an einem Master-Projekt. Das Masterprojekt besteht aus einem Arbeitsvorhaben (Forschungsprojekt) und begleitenden Lehrveranstaltungen. Im Rahmen des Masterstudiengangs International Public Relations fällt den beiden Lehrveranstaltungen dieses Moduls (P 6.1, P6.2) die Aufgabe zu, gemeinsam mit den Studierenden die in P 5 entwickelten Instrumente im Feld anzuwenden und die so gesammelten Daten auszuwerten.

P 6.1 Empirische Umsetzung und Datenerfassung

Zweck dieser LV ist, die Studierenden bei ihrer Datenerhebung im Rahmen ihres Forschungspraktikums zu unterstützen und die so gesammelten Daten zusammenzuführen. Hierbei werden vorrangig umsetzungsbezogene Fertigkeiten vermittelt und insbesondere der Bezug zwischen akademischer und angewandter Forschung in den Mittelpunkt gestellt. Ergebnis dieser Lehrveranstaltung sind die fertiggestellten Datensätze für die nachfolgende Analyse im Rahmen von P 6.2

P 6.2 Methodenübung: Analyse

In diesem Seminar werden Auswertungs- und Analyseverfahren vorgestellt, erprobt und auf das vorliegende Daten- bzw. Untersuchungsmaterial angewendet. Dabei werden auch der Umgang mit Analysesoftware (z. B. SPSS, MaxQDA) sowie die professionelle Darstellung der Befunde (Grafiken & Tabellen, Powerpoint) eingeübt und vertieft. Diese LV wird geblockt zu Ende des Semesters angeboten und dient der Nachbereitung der Datenerhebung und der Analyse der im Rahmen des Masterprojekts erhobenen Daten. Gleichzeitig ist die Methodenübung zentrale Voraussetzung für das Erlernen der für die nachfolgende, eigenständige Masterarbeit erforderlichen Fähigkeiten in der Datenanalyse.

Qualifikationsziele	<p>Neben der Erlangung der allgemeinen, bereits für P 5 formulierten Qualifikationsziele (Vertiefung und Konkretisierung methodischer wie theoretischer Kenntnisse, Schlüsselqualifikationen), werden die Studierenden durch die beiden Lehrveranstaltungen dieses Moduls (P 6.1 und P 6. 2) befähigt, die in P 5 entwickelten Instrumente im Feld anzuwenden und die so gesammelten Daten auszuwerten.</p> <p>Konkret befähigt das Seminar P 6.1 die Studierenden, Datenerhebung im Rahmen eines kollaborativen Forschungsprojekts zu planen, eigenständig umzusetzen und die gesammelten Daten gemeinschaftlich zu einem Projekt zusammenzuführen.</p> <p>Konkret befähigt das Seminar P 6.2 die Studierenden, Auswertungs- und Analyseverfahren bzw. Analysesoftware auf Daten- bzw. Untersuchungsmaterial anwenden zu können.</p>
Form der Modulprüfung	Forschungsbericht (max. 50.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 7 Praktikum

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Praktikum	P 7.1 Pflichtpraktikum in einer Public Relations-Abteilung oder Public Relations-Agentur	WiSe	-	270 h	(9)
Praktikum	P 7.2 Forschungspraktikum	WiSe	-	180 h	(6)

Im Modul müssen insgesamt 15 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 0 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 450 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).

Wahlpflichtregelungen Keine

Teilnahmevoraussetzungen Keine

Zeitpunkt im Studienverlauf Empfohlenes Semester: 3

Dauer Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.

Inhalte Durch das Praktikum erhalten die Studierenden die Gelegenheit, das bis dahin erworbene theoretische Wissen aus den beiden ersten Semestern in einem realen Anwendungskontext zu erproben, zu überprüfen und zu vertiefen. Zudem sollen im Rahmen des Praktikums systematisch Erkenntnisse gewonnen werden, die in Bezug stehen zu den im Masterprojekt I & II (P 5 und P 6) aufgeworfenen Fragestellungen.

P 7.1 Pflichtpraktikum in einer PR-Abteilung oder PR-Agentur

Studierende erhalten Einblick in die Anforderungen des berufspraktischen Alltags. Wo möglich sollen Studierende ihr Praktikum in PR-Agenturen oder PR-Abteilungen von solchen Unternehmen antreten, welche in internationalem Kontext tätig sind. Hierzu unterhält das IfKW eine Anzahl von Partnerschaften mit geeigneten Praktikumsanbietern, um eine Versorgung aller Studierenden auch dann zu gewährleisten, wenn deren eigene Bemühungen keinen geeigneten Praktikumsplatz sichern können. Hierzu liegen bereits 30 schriftliche Einverständniserklärungen (letters of intent) von entsprechenden Unternehmen, Agenturen, Organisationen

etc. vor.

P 7.2 Forschungspraktikum

Das Forschungspraktikum ist Bestandteil derselben Praktikumsvereinbarung wie das Pflichtpraktikum, kann aber bei Bedarf in einer anderen Abteilung desselben Unternehmens/derselben Agentur/derselben Organisation geleistet werden. Hierin haben die Studierenden die Aufgabe, auf Basis der im Masterprojekt vermittelten Erhebungsstrategien/-verfahren Daten und Beobachtungen zu erheben. Diejenigen Praktikumsanbieter, die dem IfKW eine Einverständniserklärung abgegeben haben, haben bereits ihre Kooperation hierbei zugesagt.

Qualifikationsziele	<p>Das Pflichtpraktikum erlaubt eine optimale Verknüpfung der Lerninhalte des Studienganges mit den Anforderungen des berufspraktischen Alltags, und verbindet zwei zentrale Zielsetzungen des Masterstudiengangs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erhalten die Gelegenheit, das bis dahin erworbene theoretische Wissen aus den beiden ersten Semestern in einem realen Anwendungskontext zu erproben, zu überprüfen und zu vertiefen. Das Reflektieren erworbener berufspraktischer Fertigkeiten, zu dem die Studierenden nach Ableistung des Praktikums in der Lage sind, steht damit gleichrangig neben der Verknüpfung von Studieninhalten mit praxisrelevanten Fragestellungen. • Zum anderen sollen im Rahmen des Praktikums systematisch Erkenntnisse gewonnen werden, die in Bezug stehen zu im Masterprojekt I & II (P 5 und P 6) aufgeworfenen Fragestellungen. Das Praktikum dient also auch dazu, auf Basis der im Masterprojekt vermittelten Erhebungsstrategien/-verfahren Daten und Beobachtungen zu erheben, die im Rahmen des Moduls P 6 analytisch ausgewertet werden können. Studierende werden in die Lage versetzt, eigenständig Datenerhebungen durchzuführen.
Form der Modulprüfung	Praktikumsbericht (max. 25.000 Zeichen)
Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 8 Mastermodul

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Module

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Turnus	Präsenzzeit	Selbststudium	ECTS
Kolloquium	P 8.1 Forschungscolloquium	WiSe und SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Masterarbeit	P 8.2 Masterarbeit	WiSe und SoSe	-	630 h	(21)

Im Modul müssen insgesamt 24 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 2 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 720 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Keine
Teilnahmevoraussetzungen	erfolgreiche Teilnahme an P 5
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 4
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	<p>Die schriftliche Hausarbeit (Masterarbeit) bearbeitet ein Problem aus dem Bereich der Public Relations selbständig nach wissenschaftlichen Methoden innerhalb einer vorgegebenen Frist. Die Masterarbeit soll einen neuartigen Beitrag zu einer wissenschaftlichen Fragestellung leisten und ist somit forschungsorientiert. Zugleich widmet sich die Masterarbeit, deren Fragestellung auf den im Masterprojekt entworfenen Leitfragen fußt und die die im Rahmen des Praktikums erhobenen Daten nutzt, gezielt solchen Fragestellungen, die nicht nur von wissenschaftlicher, sondern auch von praktischer Relevanz für das Berufsfeld PR sind. Die enge Abstimmung zwischen wissenschaftlichem Interesse und praktischer Relevanz zeichnet den Studiengang als zugleich forschungsorientiert und praxisnah aus und ermöglicht die enge Kooperation mit den Praktikumsgebern, die mit Hilfe der hospitierenden Studierenden eigene drängende Fragestellungen beantworten wollen.</p> <p><i>P 8.1 Forschungscolloquium</i></p> <p>Das Forschungscolloquium dient der Begleitung der letzten</p>

Phase des Forschungsprozesses, des Erstellens der Masterarbeit. Hier werden einerseits konkrete Probleme in der Analyse erörtert und die in der Datenerhebung gewonnenen Erkenntnisse anhand spezifischer Befunde, Hypothesen und Schlussfolgerungen diskutiert. Andererseits sollen auch die aus dem Forschungskontext erwachsenden Fragestellungen und Erkenntnisse an den Theoriebestand des Faches zurück gebunden werden. Dazu können einzelne Befunde aus den Masterarbeits-Projekten der Studierenden vorgetragen und diskutiert werden.

P 8.2 Masterarbeit

Mit der schriftlichen Hausarbeit weisen die Studierenden nach, dass sie eine eigene wissenschaftliche Fragestellung entwickeln, theoretisch und methodisch fundiert bearbeiten und wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn produzieren können. Die Fragestellung greift dabei Problemstellungen aus der Berufspraxis auf, welche zugleich von theoretischem, wissenschaftlichem Interesse sind, und bearbeitet diese anhand der erlernten sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden. Dabei reflektiert die Masterarbeit ausdrücklich sowohl den theoretischen, wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn als auch die praktische Relevanz der gewonnenen Einsichten. Der Umfang der schriftlichen Hausarbeit liegt bei etwa 50.000 Wörtern. Die Bearbeitungszeit beträgt 20 Wochen. Die Einzelheiten der Anmeldung sind in § 14 der Studien- und Prüfungsordnung geregelt.

Qualifikationsziele	Nach Abfassen der schriftlichen Hausarbeit (Masterarbeit, P 8.2) ist die oder der Studierende in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem Bereich der Public Relations selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Durch den Besuch des Forschungscolloquiums (P 8.1) können die Studierenden die aus diversen Forschungskontexten erwachsenden Fragestellungen und Erkenntnisse auch an den Theoriebestand des Faches rückbinden.
Form der Modulprüfung	Referat (10-30 min) und Masterarbeit (Bearbeitungszeit 4 Monate, Umfang 100 Seiten)
Art der Bewertung	Das Modul ist benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

Modul: P 9 Verknüpfung von Theorie und Praxis der Public Relations

Zuordnung zum Studiengang Masterstudiengang: Internationale Public Relations (Master of Arts, M.A.)

Zugeordnete Modulteile

Lehrform	Veranstaltung (Pflicht)	Tur-nus	Präsenzzeit	Selbststu-dium	ECTS
Seminar	P 9.1 Spezifische Aspekte und Herausforderungen der angewandten Public Relations für die Public Relations-Theorie und -Forschung	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)
Seminar	P 9.2 Spezifische Aspekte und Herausforderungen der Public Relations-Theorie und -Forschung für die Praxis der Public Relations	SoSe	30 h (2 SWS)	60 h	(3)

Im Modul müssen insgesamt 6 ECTS-Punkte erworben werden. Die Präsenzzeit beträgt 4 Semesterwochenstunden. Inklusive des Selbststudiums sind etwa 180 Stunden aufzuwenden.

Art des Moduls	Pflichtmodul mit Pflichtveranstaltungen.
Verwendbarkeit des Moduls in anderen Studiengängen	Das Modul ist ein Pflichtmodul im Master Internationale Public Relations (120 ECTS).
Wahlpflichtregelungen	Keine
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Zeitpunkt im Studienverlauf	Empfohlenes Semester: 4
Dauer	Das Modul erstreckt sich über 1 Semester.
Inhalte	Das Modul soll aktuelle Themen aufgreifen, anhand des Vorwissens vertiefend erarbeiten und strukturiert und anwendungsorientiert problematisieren. Die zugehörigen LV sind praxisorientiert und greifen auf die berufspraktische Relevanz wissenschaftlich fundierten Wissens zurück. Zu den Problemzusammenhängen, die im Rahmen dieses Moduls bearbeitet werden können, gehören Fragen des PR-Berufsfelds (z. B. PR als spezifische Beratungsdienstleistung, Fragen der Professionalisierung, Genderfragen, etc.), spezifische Themenfelder der PR-Praxis (z. B. Krisenkommunikation, Politische PR/Public Affairs, Personality PR/Spin Doctoring) sowie Aspekte des medialen und gesellschaftlichen Wirkungskontexts von PR (z. B. Medienwandel/Social Media, Virale Kommunikation/Word of Mouth). Es werden bevorzugt Themen mit internationalem Bezug ausgewählt.

P 9.1 Spezifische Aspekte und Herausforderungen der angewandten Public Relations für die PR-Theorie und -Forschung

Diese LV thematisiert aktuelle Fragen und Probleme von sowohl praktischer als auch theoretischer Relevanz aus dem PR-Berufsfeld, aus spezifischen Themengebieten und aus dem medialen/gesellschaftlichen Umfeld der PR. Im Vordergrund steht die Identifizierung theoretischer Lernpotentiale auf Grundlage praxisrelevanter Fragestellungen, welche neue Forschungsfelder aufzeigen können und geeignet sind, bestehendes Wissen zu systematisieren und zu integrieren.

P 9.2 Spezifische Aspekte und Herausforderungen der PR-Theorie und –Forschung für die Praxis der Public Relations

Diese LV thematisiert aktuelle Fragen und Probleme von sowohl praktischer als auch theoretischer Relevanz aus dem PR-Berufsfeld, aus spezifischen Themengebieten und aus dem medialen/gesellschaftlichen Umfeld der PR. Im Vordergrund steht hier die Identifizierung praxisorientierter Lernpotentiale auf Grundlage theoretischer Fragestellungen, welche neue Handlungsfelder aufzeigen können und geeignet sind, bestehendes Praxis-Wissen zu erweitern und zu integrieren.

Qualifikationsziele	<p>Das Modul dient der Fortentwicklung der im Laufe des Studiums sowie des Praktikums gewonnenen Erkenntnisse, vertieft in Hinblick auf neuere Entwicklungen aus der internationalen PR-Praxis. Studierende werden in die Lage versetzt, aktuelle Themen anhand des Vorwissens vertiefend zu erarbeiten und strukturiert und anwendungsorientiert zu problematisieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durch den Besuch des Seminars P 9.1 sind Studierende in der Lage, die Bedeutung einer wissenschaftlichen Herangehensweise für die Lösung von Herausforderungen in der PR-Praxis zu bewerten. • Durch den Besuch des Seminars P 9.2 wird auch die Bedeutung einer anwendungsorientierten Herangehensweise für die Lösung von Herausforderungen in der PR-Forschung erkenntlich.
Form der Modulprüfung	Hausarbeit, Protokoll bzw. Fallstudie (max. 25.000 Zeichen); Konzeptionspräsentation (Bearbeitungszeitraum max. 14 Tage, Dauer 10-30 min) oder Klausur (30-60 min)
Art der Bewertung	Das Modul ist nicht benotet.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Die ECTS-Punkte werden vergeben bei Bestehen der dem Modul zugeordneten Modulprüfung (bzw. der zugeordneten Pflicht- und ggf. Wahlpflichtprüfungsteile).
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Romy Fröhlich
Unterrichtssprache(n)	Deutsch oder Englisch
Sonstige Informationen	

