

1. Semester	2. Semester			3. Semester	4. Semester
Medien, Kommunikation und Gesellschaft Theorien und Modelle der Kommunikation Medien und sozialer Wandel Gesell. Grundwerte im Spiegel der Medien	Angewandte Transmedia- und Kommunikationsforschung II Anwendung mit eigenem Forschungsdesign Wissenschaftliches Publizieren			Unterstütztes Selbststudium: Literatur (10 ETCS) Tutorium	Masterprojekt (30 ETCS) Verfassen der Masterarbeit Kolloquium
Medientheorie und -wirkung Theorien der Medienwirkung Medientheorien in der Kommunikationspraxis	Studienvertiefung (Auswahl 1 von 3)				
Interpersonale Kommunikation Organisationspsychologie Change Management	I: Media Management	II: Relationale Publikumsforschung	III: Communication and Campaigning	Forschungs- und Entwicklungsmodul in der jeweiligen Vertiefung (20 ETCS) 16-wöchiges Praktikum	
Führen und Planen in Kommunikationsberufen Personalmanagement Finanzierung und Investition Führung in Medienunternehmen	Advanced Media Management International Media Management Finance and Development Corporate Communications	Soziale Antennen Technische Netze für Nichttechniker Dynamische Systeme Soziale Formationen Publikumsbewegungen analysiert	Kampagnenplanung/-management Theorien und Fallbeispiele Campaigning Multichannel Campaigning Methoden der PR		
Simulation und Visualisierung Simulationstechniken Visualisierung komplexer Sachverhalte	Digital Business Agenturarbeit Content Strategies Digital Business	Komplexe Systeme Analyse und Simulation sozialer Muster Soziale Ketten und Positionen Signalerkennung in der öffentlichen Kommunikation	Public Affairs Theorien und Fallbeispiele der Public Affairs Stakeholder Communication Management Einstellung und Meinung		
Angewandte Transmedia- und Kommunikationsforschung I Kommunikationscontrolling Netzwerkanalyse sozialer Gruppierungen	AV-Management Insurance / Ancillary Rights Strategische Planung Rezeptionsmodelle	Korrelationskunde Signalerkennung Spurensuche Technische Messungen in R & Z Data Mining Infogewinn durch Datenintegration	European Lobbying Akteure, Prozesse und Strukturen der EU Lobbyismus in Europa		
Harmonisierung Medien I (fak.) Journalistische Arbeitstechniken Medienlehre Grundlagen der emp. Sozialforschung	Strategisches Eventmanagement Strategisches Eventmanagement Ökonomischer Impact Evaluation und Controlling	Relationale Theorien Forschungsleitende Theorien der rel. Komm.-forschung Luhmann Harrisons White Benoit Mandelbrot Mittweidas Interface zur Forschungspraxis	Corporate Communications Corporate Reporting Sustainability Communication Agenturarbeit		
Harmonisierung Medien I (fak.) Rhetorik und OnAir-Training Medien und Beruf Screenwriting					

