



**CURRICULUM  
MASTERSTUDIUM**

**Medien, Kommunikation und Kultur  
(engl.: Media, Communications & Culture)**

**Geistes- und Kulturwissenschaftliche Studien  
an der Fakultät für Kulturwissenschaften  
der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt**

**KUWI**  
@uni-klu.ac.at



Institut für Medien- und  
Kommunikationswissenschaft

The logo for the Institute for Media and Communication Studies features a stylized, dark blue graphic element resembling a wave or a series of connected curves, positioned above the text 'Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft'.

# Inhalt

Präambel.....	2
§ 1 Ziele des Studiums und Qualifikationsprofil .....	2
I. Teil: Allgemeine Studienbedingungen .....	5
§ 2 Rechtsgrundlagen .....	5
§ 3 Zulassungsvoraussetzungen .....	5
§ 4 Modularisierung des Curriculums .....	5
§ 5 Arten von Lehrveranstaltungen (LV) .....	5
§ 6 Voraussetzungen für die Anmeldung zu Lehrveranstaltungen .....	6
§ 7 Lehrveranstaltungen mit beschränkter Anzahl von Teilnehmenden.....	6
II. Teil: Das Masterstudium Medien, Kommunikation und Kultur.....	7
§ 8 Umfang und fachliche Gliederung des Studiums.....	7
§ 9 Pflichtfächer .....	7
§ 10 Gebundene Wahlfächer .....	10
§ 11 Freie Wahlfächer .....	17
§ 12 Prüfungsordnung für das Masterstudium .....	17
III. Teil: Schlussbestimmungen.....	18
§ 13 In-Kraft-Treten .....	18
§ 14 Übergangsbestimmungen .....	18

# Präambel

## § 1 Ziele des Studiums und Qualifikationsprofil

(1) Die gesellschaftliche Relevanz der Medien- und Kommunikationswissenschaften gründet auf der wachsenden medialen Durchdringung aller Bereiche des gesellschaftlichen Lebens wie Politik, Kultur, Wirtschaft, Erziehung und Wissenschaft, die zu Konzeptualisierungen und Selbstbeschreibungen wie Mediengesellschaft, Medienzivilisation oder Informations- bzw. Wissensgesellschaft geführt hat. Dabei werden „traditionelle“ Kommunikationsmedien wie Presse, Radio, Kino, Fernsehen oder Video durch neue elektronische Kommunikationsformen ergänzt, die Computernetze und eine transnationale Informationsstruktur ermöglichen. So basiert die Globalisierung des wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Lebens im 21. Jahrhundert auf medial vermittelten transnationalen Informations- und Kommunikationsflüssen.

Der Zusammenhang von Medien, Kultur, Technik und Gesellschaft steht im Zentrum des Studiums der Medien- und Kommunikationswissenschaften an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Der Fokus liegt dabei auf der komplexen Vernetzung von Medien, kulturellen und kommunikativen Praktiken mit gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Prozessen in alltäglichen und institutionellen Kontexten. Diese Prozesse und Vernetzungen werden auf lokaler, regionaler, nationaler und globaler Ebene beobachtet und untersucht. Dabei spielt die Lage der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt am Schnittpunkt dreier Kulturen eine maßgebliche Rolle.

Theoretischer Bezugspunkt von Forschung und Lehre sind neben den klassischen Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaften die transdisziplinären Cultural Studies mit ihren multiperspektivischen und kontextualisierenden Forschungsstrategien sowie medien- und technikwissenschaftliche Theorien zur Computertechnologie, zum Internet und zum virtuellen Raum. Am Institut kommt ein breites Spektrum an Methoden und Methodenkombinationen zur Anwendung. Besonders qualitative Methoden wie etwa ethnographische Zugänge, das thematisch strukturierte Interview, audiovisuelle Verfahren wie Film- und Fernsehanalyse, Diskursanalyse und Erinnerungsarbeit stehen dabei im Vordergrund. Dabei wird auch das Ziel verfolgt, neue Methoden und Methodenkombinationen (z.B. neue Methoden der Online-Forschung, Triangulation qualitativer Methoden) zu entwickeln und zu erproben. In Ergänzung wissenschaftlicher Analysen werden auch Akzente im konstruierenden Bereich gesetzt, z.B. bei der Entwicklung multimedialer Lernplattformen.

Vor diesem Hintergrund werden am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft verschiedene Schwerpunkte verfolgt, z.B. der Zusammenhang von Medien, Öffentlichkeit und Demokratie, Medien und Identität, wirtschaftliche Kontexte von Medien (z.B. Medienwirtschaft, Organisationskommunikation und Public Relations), die Analyse von Medien und ihren kulturellen Gebrauchsweisen, Film- und Fernsehanalyse als Kulturanalyse, Medienpädagogik und Medienkompetenz, Medienkultur und Lebensformen, Medien und Gender, Medien und Transkulturalität, der Verbund und die Vernetzung alter und neuer Medien (z.B. Crossmedia), neue Informations- und Kommunikationstechnologien (z.B. virtuelle Kommunikationsräume, Computerisierung der Arbeitswelt), Medienanthropologie, Wissensrepräsentation und Wissensmanagement, Mensch-Maschine-Interaktion sowie das Netz-Medium als Bildungsmedium (z.B. E-Learning). Als neuer, zunehmend von der Informations- und Kommunikationstechnik geprägter Forschungskontext wird die Arbeitswelt untersucht. Unsere vielfältigen Forschungsgegenstände finden sich auch in den Lehrveranstaltungen des Instituts wieder („Lehre aus Forschung“).

(2) Das Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur* zeichnet sich besonders durch seine kulturwissenschaftliche und forschungspraktische Orientierung aus. Insbesondere mit der kulturwissenschaftlichen Ausrichtung knüpfen wir an universitäre Entwicklungen in der englischsprachigen Welt an. Als Reaktion auf die Medienexpansion im 20. Jahrhundert und die sich ausbreitenden globalen Informations- und Kommunikationsstrukturen haben sich dort „media and cultural studies departments“ herausgebildet, die in einem transdisziplinären Rahmen die kulturelle und gesellschaftliche Einbettung dieser Prozesse und ihrer Folgen untersuchen. Unser ebenfalls transdisziplinäres und multimethodisches Curriculum soll die Voraussetzung dafür darstellen, die medialen Transformationen im 21. Jahrhundert verstehen und auf unterschiedliche Weise in sie eingreifen zu können.

Dabei bietet die forschungsintensive Ausrichtung des Masterstudiums die Möglichkeit, Lehre und Forschungspraxis gewinnbringend miteinander zu verknüpfen. Auch unser Ziel, neue Methoden zu entwickeln und sie miteinander zu verbinden, unterstreicht die hilfreiche Orientierung der Lehre an der Forschung. Neuere methodische Zugänge sollen den Studierenden erlauben, die sich rasch verändernden medialen Welten analysieren und verstehen zu können.

Darüber hinaus ist vorgesehen, dass wir das Masterstudium in enger Zusammenarbeit mit ähnlich ausgerichteten universitären Instituten in europäischen Ländern gestalten werden.

(3) Erklärtes Ziel ist die sozial- und kulturwissenschaftliche Fundierung eines breiten Spektrums von Kompetenzen, welche ein flexibles Agieren in den vielfältigen und sich rasch ändernden Berufsfeldern in globalisierten Informations- und Mediengesellschaften erlauben sollen.

Die akademische Berufsvorbildung soll die Absolventinnen und Absolventen – über spezifische Anwendungsbereiche hinaus – dafür qualifizieren, kommunikations- und medienbezogene Frage- und Aufgabenstellungen mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden und Kompetenzen zu bearbeiten sowie ihre beruflichen Tätigkeiten auf der Basis eines fundierten theoretischen Verständnisses sowie eines wissenschaftlich geschulten Problembewusstseins auszuführen und einer kritischen Reflexion zu unterziehen.

(4) Das Fach Medien- und Kommunikationswissenschaften hat einen mehrfachen Praxisbezug. Angesichts der schnellen Veränderungen in der globalen Informationsgesellschaft werden Dialog und Kooperation zwischen Medien- und Kommunikationspraxis und Wissenschaft immer wichtiger. Zur beruflichen Praxis bestehen enge Beziehungen: Lehrbeauftragte (z.B. Werbe- und PR-Fachleute, Journalisten und Journalistinnen oder Filmschaffende) tragen zur Praxisorientiertheit des Studiums ebenso bei wie die Implementierung praktischer Elemente (z.B. Videofilmen, Website-Entwicklung) in das Studienprogramm. Darüber hinaus kennzeichnet der analytische und pragmatische Praxisbezug in vielen akademischen Abschlussarbeiten die Verknüpfung zwischen Wissenschaft und Praxis. Dabei ist die Ausrichtung an hohen wissenschaftlichen Qualitätsstandards ebenso wichtig wie die Weitergabe profunder Praxiskenntnis und die gleichzeitige kritisch reflektierte Distanz zur eingeübten Medien- und Kommunikationspraxis, ohne die Impulse zur Reflexion des praktischen Handelns und allgemeiner Entwicklungen der Mediengesellschaft kaum möglich wären.

Als Tätigkeitsbereiche und Berufsfelder, die sich den Graduierten der Medien- und Kommunikationswissenschaften der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt erschließen, kommen vor allem in Frage:

### *a) Medien- und Kommunikationsforschung*

Das Studium qualifiziert zur Planung, Durchführung, Evaluierung und Vermittlung von qualitativer und quantitativer Forschung im Bereich Medien und Kommunikation. Zu erwerbende Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten:

- Kenntnis über den „Scientific State of the Art“ und die aktuelle Theoriediskussion
- Datenerhebung und -auswertung
- Theorie – Praxis – Reflexion
- (neue) quantitative/qualitative Methoden und die Fähigkeit, sie zu verbinden
- Planung, Durchführung und Evaluation von Forschungsprojekten
- Projektmanagement
- Vermittlung und adressatInnengerechte Präsentation von Forschungsergebnissen sowie Forschungstransfer
- Methoden der audiovisuellen Analyse von Film und Fernsehen im Kontext von Produktion und Rezeption
- Methoden der Online-Forschung sowie der Kombination von Online- und Offline-Forschungsmethoden

### *b) Medien- und Kommunikationsberatung*

Das Studium qualifiziert zur Konzeption, strategische Entwicklung, Umsetzung und Begleitung der Medialisierung unterschiedlicher Wirklichkeitsbereiche. Zu erwerbende Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten:

- Medialisierungsprozesse von und in Organisationen, Lebens- und Arbeitswelten sowie der Gesellschaft
- Medienpädagogische Projekte
- Management der Medialisierungsprozesse
- Partizipative Verfahren und Empowerment
- Mediennutzungskompetenz und Medienmündigkeit
- Wissens- und Informationsmanagement
- Strategisches Kommunikationsmanagement
- Zukunftsphtasie

### *c) Medienentwicklung*

Das Studium qualifiziert zur Wahrnehmung, Reflexion und Mitgestaltung sowie zur Interpretation von Medienentwicklungen aus technischer, ökonomischer, sozialer, kultureller und politischer Perspektive. Graduierte können im Feld der *konzeptionellen* und organisatorischen Medienproduktion, wie z.B. Entwicklung von Sendungen, Shows, Magazinen, „events“ etc., tätig werden. Zu erwerbende Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten:

- Gesellschaftlicher Entwicklung und Globalisierung
- Kulturtheorie und Medienentwicklung
- Rezeption, Produktion und Nutzung von Medien
- Zukunfts- und Innovationsforschung
- Medien und Identitäten, Gemeinschaften und Lebensformen
- Reflexion und Medienkritik
- Medienökologie und Nachhaltigkeit
- Mediale Ungleichheit insbes. „digital divide“
- Technikfolgen
- Medienanthropologie (z.B. Mensch-Maschine-Verhältnis)
- Zusammenhang von medientechnischer und kultureller Entwicklung

#### *d) Organisationskommunikation*

Das Studium qualifiziert zur Konzeption, strategischen Entwicklung, Durchführung und Begleitung von Maßnahmen interner und externer Kommunikation in, von und über Organisationen. Zu erwerbende Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten:

- Organisationsentwicklung
- Personalentwicklung
- Organisation als Schnittstelle zwischen Gesellschaft und Individuum/Individualkommunikation
- Multiperspektivische Methoden zur Begleitung von Organisationskommunikationsprozessen
- Erforschung neuer Organisationsformen
- Virtualisierung von Organisationen und Unternehmen
- Identitäten und Gemeinschaften in und von Organisationen (offline und online)
- Fragen der Reputation und des Images
- Organisationen als Netzwerke
- Ethik, gesellschaftliche Verantwortung sowie Corporate Social Responsibility
- Projektmanagementkompetenz
- Management- und Führungskompetenz

## **I. Teil: Allgemeine Studienbedingungen**

### **§ 2 Rechtsgrundlagen**

Die Rechtsgrundlagen des Studiums bilden das *Universitätsgesetz* (UG) 2002 und die *Satzung der Universität Klagenfurt* (Teil B: Studienrecht).

### **§ 3 Zulassungsvoraussetzungen**

Die Zulassung zum Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur* setzt gem. § 64 Abs. 5 UG den Abschluss eines fachlich in Frage kommenden Bachelorstudiums oder eines fachlich in Frage kommenden Fachhochschul-Bachelorstudienganges oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung voraus. Als fachlich in Frage kommend gilt jedenfalls das Bachelorstudium *Medien- und Kommunikationswissenschaften* an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt.

### **§ 4 Modularisierung des Curriculums**

Das Curriculum des Masterstudiums *Medien, Kommunikation und Kultur* besteht aus Fächern, die sich in Module zu 30, 18 bzw. 12 ECTS credits gliedern. Ein ECTS credit entspricht 25 Arbeitsstunden der Studierenden (workload). Die einzelnen Module setzen sich aus mehreren thematisch bzw. methodisch zusammengehörigen Lehrveranstaltungen zusammen. Lehrveranstaltungen in Modulen können sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch angeboten werden.

### **§ 5 Arten von Lehrveranstaltungen (LV)**

(1) *Vorlesungen* (VO) sind Lehrveranstaltungen, bei denen die Wissensvermittlung durch Vortrag der Lehrenden erfolgt; sie vermitteln in zusammenhängender Form Grund- und/oder Spezialwissen sowie methodische Kenntnisse. Eine Vorlesung wird durch eine schriftliche Prüfung abgeschlossen.

(2) *Kurse* (KU) dienen dem Erwerb bzw. Ausbau angewandter Kompetenzen; ihr didaktisches Prinzip besteht darin, dass Lehrende und Studierende gemeinsam konkrete Fragestellungen theoretisch *und* praktisch (d.h. erfahrungs- und anwendungsorientiert) bearbeiten.

(3) *Seminare* (SE) sind forschungs- bzw. theorieorientierte Lehrveranstaltungen, die sich an fortgeschrittene Studierende richten und der Reflexion und Diskussion spezieller wissenschaftlicher Probleme dienen. Ein Seminar wird durch eine Seminararbeit abgeschlossen.

(4) *Vorlesungen mit Kursen* (VK) bestehen aus einem Vorlesungs- und einem Kursteil, die didaktisch eng miteinander verknüpft sind und gemeinsam beurteilt werden. Das heißt, in diesen Lehrveranstaltungen wechseln Phasen, in denen die Wissensvermittlung durch Vortrag der Lehrenden erfolgt, mit Phasen, in denen Lehrende und Studierende gemeinsam konkrete Fragestellungen theoretisch *und* praktisch (d.h. erfahrungs- und anwendungsorientiert) bearbeiten, ab.

## **§ 6 Voraussetzungen für die Anmeldung zu Lehrveranstaltungen**

Für die Teilnahme an den Lehrveranstaltungen ist eine Anmeldung erforderlich. Für die im Rahmen des Masterstudiums *Medien, Kommunikation und Kultur* angebotenen Lehrveranstaltungen gelten keine besonderen Anmeldungsvoraussetzungen. Die im Curriculum vorgeschlagene Zuordnung der Studienfächer und Module zu einzelnen Semestern berücksichtigt inhaltliche und fachliche Zusammenhänge, sie ist als fachdidaktische Empfehlung an die Studierenden und Lehrenden zu verstehen.

## **§ 7 Lehrveranstaltungen mit beschränkter Anzahl von Teilnehmenden**

(1) Die Anzahl der Teilnehmenden an Kursen, Seminaren und Vorlesungen mit Kurs ist auf 30 Studierende beschränkt. Bei Überschreitung der Zahl der verfügbaren Plätze durch die Anzahl der Anmeldungen werden Studierende des Masterstudiums *Medien, Kommunikation und Kultur* gegenüber Studierenden anderer Studien bevorzugt.

(2) Studierende, die bereits einmal aus Platzmangel abgewiesen wurden oder eine Lehrveranstaltung mit „nicht genügend“ abgeschlossen haben, sind im darauf folgenden Semester in die betreffende Lehrveranstaltung aufzunehmen.

(3) Sollte die Anzahl der Anmeldungen zu Lehrveranstaltungen die Zahl der verfügbaren Plätze gemäß Abs. 1 und 2 dennoch überschreiten, so sind zunächst Studierende zu berücksichtigen, die bereits Lehrveranstaltungen des jeweiligen Moduls erfolgreich absolviert haben. Darüber hinaus entscheidet die Anzahl der positiv abgeschlossenen Lehrveranstaltungen über die Vergabe von Lehrveranstaltungsplätzen.

## II. Teil: Das Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur*

### § 8 Umfang und fachliche Gliederung des Studiums

Das Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur* dauert vier Semester, umfasst 120 ECTS credits und ist nach modular strukturierten Fächern gegliedert. Das Curriculum unterscheidet Pflichtfächer, Gebundene Wahlfächer und Freie Wahlfächer. Von den 120 ECTS credits entfallen 48 ECTS credits auf die Pflichtfächer (einschließlich der Masterarbeit), 36 ECTS credits auf die Gebundenen Wahlfächer und 12 ECTS credits auf die Freien Wahlfächer. Das Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur* wird mit dem akademischen Grad *Master of Arts* (MA) abgeschlossen.

### § 9 Pflichtfächer

Die Pflichtfächer des Masterstudiums *Medien, Kommunikation und Kultur* umfassen die in der Folge beschriebenen Fächer und Module. Darüber hinaus werden die Art der Lehrveranstaltung, die Anzahl der den einzelnen Lehrveranstaltungen zugeordneten ECTS credits sowie deren Semesterstundenäquivalente ausgewiesen.

#### (1) Pflichtfach 1: Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaften (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	VK 2 SSt 6 ECTS credits SE 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	1.
Inhalte	Aufbauend auf den grundlegenden Theorien und Grundbegriffen des Bachelorstudiums sollen in diesem Modul zentrale Medien-, Kultur- und Kommunikationstheorien behandelt werden. Neben einer vertiefenden Auseinandersetzung mit ausgewählten Klassikern sollen hier insbesondere zeitgenössische Theorien, Ansätze und Konzepte behandelt werden. Während die Vorlesung mit Kurs einen allgemeinen Überblick über verschiedene Theorien gibt, soll in dem Seminar ein/e Theoretiker/in, eine Theorie oder ein Forschungsansatz im Vordergrund stehen.
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Ziel ist ein grundlegendes kritisches Verständnis traditioneller und gegenwärtiger Medien-, Kultur- und Kommunikationstheorien, welche die Grundlage für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Medien sind und auch einen theoretischen Rahmen für Medienpraxis bieten.



## (2) Pflichtfach 2: Medien- und Kommunikationsforschung (18 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	VK 2 SSt 6 ECTS credits SE 4 SSt 12 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	2.-3.
Inhalte	<p>Dieses Modul gilt der Vertiefung der im Bachelorstudium bereits erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten in Methoden der empirischen Medien-, Kultur- und Kommunikationsforschung. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf Methoden des verstehend-interpretativen Paradigmas einschließlich neuerer Ansätze wie Ethnografie, Erinnerungsarbeit, Diskursanalyse, Film- und Fernsehanalyse, qualitative Onlineforschung, Metaphernanalyse und die Methode der Visualisierung. Auch kreativ-experimentierende Herangehensweisen sind in Zusammenarbeit mit dem Medienstudio vorgesehen.</p> <p>Aufbauend auf den Basiskenntnissen werden in der Vorlesung mit Kurs erkenntnistheoretische Zugänge im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung dargelegt. Ein weiterer Teil dieser Lehrveranstaltung beschäftigt sich mit der Anlage von Forschungsprojekten, z.B. Forschungsdesign einschl. der Institutionen der Wissenschaftsförderung.</p> <p>Im Seminar werden die erlernten Methoden in Forschungsprojekten zur Anwendung gebracht, die die Studierenden unter Anleitung des/der KursleiterIn konzipieren und selbstständig durchführen. Das Seminar schließt mit Forschungsberichten ab.</p>
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fähigkeit zur Umsetzung von Forschungsfragen in Forschungsstrategien</li><li>• Befähigung zum problemadäquaten Einsatz von Methoden, insbesondere neueren qualitativen Methoden und Methodenkombinationen</li><li>• Kompetenz für die zeitliche, materielle und personelle Organisation von (einfachen) empirischen Forschungsprojekten</li><li>• Sicherheit, Routine und Reflexionsvermögen bei der Datenanalyse, Präsentation und der schriftlichen Fassung von Forschungsergebnissen</li><li>• Stärkung der Fähigkeit zum selbstständigen professionellen empirischen Arbeiten.</li></ul>

### (3) Pflichtfach 3: Medien, Kultur und sozialer Wandel (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	VK 2 SSt 6 ECTS credits SE 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	1.-3.
Inhalte	<p>Gegenstand dieses Fachs ist das Verhältnis von Medien, sozialem Wandel und Kultur. Zentral ist die wechselseitige Beeinflussung von soziokulturellem und medialem Wandel.</p> <p>In der Vorlesung sollen Theorien sozialen Wandels, Gesellschafts- und Kulturtheorien einerseits für sich betrachtet werden und andererseits besonders im Hinblick auf Medienwandel und -entwicklung thematisiert werden. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Vernetzung von Medien gelegt, wie sie für die Gegenwart und Zukunft der Medien charakteristisch ist. Die Studierenden sollen lernen, was der Medienwissenschaftler Henry Jenkins ‚think across the media‘ genannt hat.</p> <p>Im Kurs zu diesem Studienfach werden, anknüpfend an den biografischen und den Alltagserfahrungen der Studierenden, Themen zum gesellschaftlichen und medialen Wandel am Beispiel konkreter Medien bzw. MediennutzerInnen anwendungsorientiert bearbeitet.</p> <p>Das Seminar dient dazu, theoretische Kenntnisse unter Bezug auf den Stand der empirischen Forschung zu vertiefen.</p> <p>In allen LVs dieses Studienfaches wird eine kulturtheoretische Perspektive als Querschnittsperspektive eingenommen, d.h. gesellschaftliche und mediale Wirklichkeit wird als dynamisches Bedeutungsgewebe betrachtet, das den Stoff bildet für die Entwicklung der Subjekte, Institutionen und Kollektive. Dabei wird ein Bezug zu aktuellen Problemen und Themen der Medienpraxis auch unter Einbezug des Medienstudios hergestellt.</p>
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Analysefähigkeit, Reflexion und fundierte Kenntnisse von Medien in ihren kulturellen und sozialen Kontexten, von Medienwandel und -entwicklung in Bezug zu kulturellem und sozialem Wandel

### (4) Pflichtfach 4: Masterarbeit (30 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	SE (Privatissimum) 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	4.
Inhalte	<p>Im Masterstudium ist eine Masterarbeit abzufassen, deren Thema einem der absolvierten Vertiefungsschwerpunkte (gebundenes Wahlfach 1) zugeordnet sein muss. Die Masterarbeit entspricht 20 ECTS credits und hat einen Umfang zwischen 200.000–250.000 Zeichen (mit Leerzeichen) im Haupttext aufzuweisen. Mit ihr weist die/der Studierende die Fähigkeit nach, eine größere und komplexere medien- und kommunikationswissenschaftliche Fragestellung in einem kultur- und sozialtheoretischen Rahmen in kritischer Auseinandersetzung mit Daten, Quellen und Literatur in methodisch adäquater Weise zu bearbeiten und die Forschungsergebnisse in Form einer eigenständig begründeten medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studie sprachlich korrekt darzustellen. Nach Absprache mit der/dem zuständigen Betreuerin/Betreuer ist die Abfassung der Masterarbeit in einer Fremdsprache möglich. Ein begleitendes Seminar (Privatissimum) unterstützt den Schreib- und Forschungsprozess.</p>

## § 10 Gebundene Wahlfächer

Die Gebundenen Wahlfächer eröffnen den Studierenden die Möglichkeit weitergehender Spezialisierung und Erweiterung ihres Qualifikationsprofils. Im Rahmen der Gebundenen Wahlfächer sind, nach Wahl der/des Studierenden, drei Module (insgesamt 36 ECTS credits) – zwei im ersten gebundenen Wahlfach und eins im zweiten Gebundenen Wahlfach – zu belegen.

### (1) Gebundenes Wahlfach 1: Vertiefung/ Spezialisierung (2 Module)

Dieses Fach dient der Vertiefung und Spezialisierung medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschungsschwerpunkte. Die/Der Studierende kann hier aus den folgenden drei Modulen zwei Module wählen:

#### M 5: Cultural Studies und Medien (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	KU 2 SSt 6 ECTS credits SE 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	2.-4.
Inhalte	<p>Cultural Studies untersuchen die Einbindung von Kommunikation und Medien in gesellschaftliche Kontexte und Lebensformen. Dabei geht es ihnen um eine umfassende kulturelle Analyse medialer und kommunikativer Prozesse. Ergänzend spielen medienpädagogische Fragestellungen eine wichtige Rolle. Folgende Themen werden u.a. behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschichte und Analyse der Medien (Film, Fernsehen etc.)</li> <li>- Kulturtheorie und Medienentwicklung</li> <li>- Medien, Kultur und Alltagsleben</li> <li>- Rezeption und Aneignung von Medien</li> <li>- Medien und die Konstitution von Gemeinschaften</li> <li>- Öffentlichkeit und Demokratie</li> <li>- Globale Kulturindustrien und ihre gesellschaftliche Bedeutung</li> <li>- Medien, Globalisierung und Lokalität</li> <li>- Gender, Ethnizität und soziale Auseinandersetzungen</li> <li>- Medienpädagogik und Kommunikationskultur</li> </ul> <p>Diese u.ä. Themen sind Gegenstand sowohl eines Seminars, in welchem aktuelle Theorien und Forschung diskutiert werden, als auch eines stärker forschungs- und/oder medienpraktischen Kurses unter Zuhilfenahme von Methoden der Kulturanalyse.</p>
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Ziel ist es, den Studierenden einerseits fundiertes Wissen über Medienforschung in der Tradition der Cultural Studies zu vermitteln und sie andererseits in die Lage zu versetzen, substanzielle Forschung in diesem Bereich zu betreiben.

## M 6: Digitale Medien und Technikkultur (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	KU 2 SSt 6 ECTS credits SE 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	2.-4.
Inhalte	<p>Die Lehrveranstaltungen dieses Moduls sind in dem thematischen Bereich ‚Digitale Medien, Technik und Kultur‘ angesiedelt. Die Entstehung digitaler Medien ist eng mit dem technischen Fortschritt verknüpft, der wiederum eng mit der gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklung korrespondiert. Medial-technische Artefakte wirken ihrerseits zurück auf die Möglichkeiten von Gemeinschaftsbildung, Demokratie und Subjektentwicklung. In Abgrenzung zu einer Tradition, die Kultur und Technik als zwei getrennte Welten betrachtet, sollen technisch-mediale Artefakte als Bestandteile von Kultur gedacht und analysiert werden. Folgende Themen werden u.a. behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medien- und Technikentwicklung als sozialer Prozess</li> <li>- Geschichte der Medien- und Technikentwicklung</li> <li>- Neue Medien und Jugend</li> <li>- Netzkommunikation und ‚virtual communities‘</li> <li>- Medienanthropologie</li> <li>- Subjektkonstitution und Digitale Kultur</li> <li>- Digitalisierung der Arbeitswelt</li> <li>- Wissen, Bildung und Digitale Medien</li> <li>- Medien- und Technikphilosophie</li> <li>- Crossmedia</li> </ul> <p>Im Rahmen der Entwicklung von Medienkompetenz wird Wert auf eine kritische Reflexion gelegt. Der Kurs dient dazu, ausgehend von den biografischen Erfahrungen der Studierenden medial-technische Entwicklungen nachzuvollziehen und über Theoriekenntnisse zu verfügen, die als Erklärungsfolie dienen.</p> <p>Im Seminar wird das theoretische Spektrum erweitert, mit dem Stand der empirischen Forschung verknüpft und als empirisch begründeter theoretischer Rahmen für die Entwicklung und Durchführung studentischer Forschungsprojekte benutzt. Seminar und Kurs können auch medienpraktische Aspekte wie z.B. die Entwicklung von digitalen Lernplattformen, Blogs und Webseiten beinhalten. Darüber hinaus ist vorgesehen, audiovisuelle und digitale Medien theoretisch und praktisch miteinander zu verknüpfen.</p>
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Ziel dieses Moduls ist es, theoretisches Wissen zu generieren, das dabei unterstützt, Zusammenhänge zwischen technisch-medialer und sozialer Entwicklung zu identifizieren und auf dieser Basis Forschungs- und Handlungsperspektiven zu formulieren.

### M 7: Organisationskommunikation und -kultur (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	KU 2 SSt 6 ECTS credits SE 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	2.-4.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe, Modelle und Konzepte von Werbung, PR, Organisationskommunikation</li> <li>• Interne und externe Kommunikation</li> <li>• Spezielle Probleme von Werbung/PR/Organisationskommunikation</li> <li>• Abgrenzung zu journalistischer Tätigkeit (Konflikte, Probleme)</li> <li>• Grundlagen von Campaign Management, Public Affairs, Lobbying</li> <li>• Strategie und Strategieplanung, Taktiken</li> <li>• Medienstrategien, -positionierung, partizipativer Journalismus</li> <li>• CSR und Organisationskommunikation</li> <li>• Organisationskultur und Kommunikationsmanagement</li> <li>• Verantwortung und prozessuale Ethik</li> <li>• Kulturmanagement</li> <li>• Netzwerkforschung</li> <li>• Personal Communication Management (Personalisierung der Kommunikation)</li> </ul> <p>Erarbeitet wird dies durch Fallbeispiele, Projektarbeit; Präsentation und Diskussion</p>
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Absolvierende verfügen über fundierte Kenntnisse der Kommunikation in, von und über Organisationen sowie Spezifika der Content-Gestaltung und des Managements im Kontext von PR und Organisationskommunikation und kann diese vor dem Hintergrund aktueller ethischer Entwürfe kritisch reflektieren.

## (2) Gebundenes Wahlfach 2: Interdisziplinär/ Erweiterung (1 Modul)

Dieses Fach dient der Erweiterung der Kenntnisse und Kompetenzen der Studierenden in interdisziplinären Studienmodulen.

### M 8: Feministische Wissenschaft/ Gender Studies (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltungen	VO/VK/PS: Einführung in die Frauen- und Geschlechterforschung (2 SSt / 4 ECTS credits) VK: LV-Verbund: Wort – Bild – Geschlecht (4 SSt / 8 ECTS credits)
Voraussetzungen für die Anmeldung zu Lehrveranstaltungen	Wurde bereits im Rahmen des Bachelorstudiums <i>Medien- und Kommunikationswissenschaften</i> an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt das Modul „Feministische Wissenschaft/ Gender Studies“ absolviert, so kann aus den Modulen „Lebensräume“, „Wirtschaft und Arbeit“, „Historizität, Erinnerung, Erfahrung“, „Körper, Psyche, Leiblichkeit“ oder „Gender und Technik“ aus dem Wahlfach-Studium Feministische Wissenschaft/ Gender Studies des Zentrums für Frauen- und Geschlechterstudien gewählt werden.
Empfohlenes Sem.	1.-3.
Inhalte	Das Modul besteht aus der Vorlesung mit Kurs „LV-Verbund: Wort – Bild – Geschlecht“ und einer Lehrveranstaltung nach Wahl der bzw. des Studierenden aus dem Modul „Einführung in die Frauen- und Geschlechterforschung“ des Zentrum für Frauen- und Geschlechterstudien. Dieses gibt einen Überblick der Denkrichtungen der Feministischen Wissenschaft, Gender Studies und der Frauen- und Geschlechterforschung, sowie eine Einführung in die Methodologien der feministischen Forschung und kritischen Geschlechterforschung. Es werden mittels der Analysekategorien „Frau“ und „Geschlecht“ soziale, politische, ökonomische und kulturelle Themenbereiche vorgestellt (bspw. geschlechtsspezifische Arbeitsteilung, Gewalt gegen Frauen, Körper-Diskurse, Lebens-, Liebes- und Beziehungsformen, Geschlecht und Medien etc.). Im „LV-Verbund: Wort – Bild – Geschlecht“ wird an Beispielen aus Literatur, Alltagskommunikation, Medien und künstlerischen Produkten untersucht, welche Vorstellungen, Bilder und Fantasien von Geschlecht konstruiert werden und welche Prozesse des „Doing Gender“ und „Undoing Gender“ dabei erfolgen. Zur Anwendung kommen dabei Konzepte aus der Sprachphilosophie, der Sprach- und Literaturwissenschaft, der Kunsttheorie sowie der Film- und Medienwissenschaft.
Studienziel	Das Modul ist interdisziplinär aufgebaut und vermittelt zentrale Begriffe, Epistemologien, Methoden und Theorien der Frauen- und Geschlechterforschung und ermöglicht insbesondere eine systematische und grundlegende Auseinandersetzung mit Geschlechterkonstruktionen in verschiedenen Texten und Bildern.

### M 9: Friedensstudien (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltungen	„Basismodul Friedensforschung“ (4 ECTS credits) Weitere Lehrveranstaltungen des „Besonderen Studienbereichs Friedensstudien“ im Umfang von 8 ECTS credits
Voraussetzungen für die Anmeldung zu Lehrveranstaltungen	Dieses Modul kann nur belegt werden, wenn es nicht bereits im Rahmen des Bachelorstudiums <i>Medien- und Kommunikationswissenschaften</i> der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt absolviert wurde (vgl. M16 BA Medien- und Kommunikationswissenschaften).
Empfohlenes Sem.	1.-3.
Inhalte	Die Lehrveranstaltungen des „Basismoduls Friedensforschung“ geben einen historischen und theoretischen Überblick über Denkrichtungen der Friedensforschung und Friedenspädagogik sowie über Konflikttheorien und Gewaltforschung. Weitere Lehrveranstaltungen beschäftigen sich mit speziellen Themen, Fragestellungen, Methoden der Friedensforschung wie z.B. Methoden der Friedenspädagogik, Friedenserziehung und -arbeit, Gewalt und Konflikt, Rassismus, Interkulturalität, Politische Bildung, Mediendemokratie und Medienkritik sowie speziellen globalen oder regionalen Krisen.
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Dieses Modul ist interdisziplinär aufgebaut und vermittelt zentrale Begriffe, Methoden und Theorien der Friedensforschung und Friedenspädagogik. Darüber hinaus dient es dem Erwerb von Theorie- und Forschungskennnissen zu speziellen Krisen und Konflikten und die Auseinandersetzung mit friedenswissenschaftlichen Zugängen und pädagogischen Interventionsmöglichkeiten.

## M 10: Information & Gesellschaft (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	VK 2 SSt 6 ECTS credits SE 2 SSt 6 ECTS credits
Empfohlenes Sem.	1.-3.
Inhalte	<p>Dieses Modul setzt den Anspruch auf die Reflexion grundlegender Themen, die die Transformation der Formen und Grenzen verschiedenster Kulturbereiche – bedingt durch den Einfluss moderner Kommunikationstechnologien – aufgeworfen hat. Die postmoderne Vielfalt von Lebensstilen und politischen Überzeugungen scheint eine gesamtheitliche Sicht von Gesellschaft nicht mehr zuzulassen. Stereotypen, z. B. die sozialen Rollenbilder von Frau und Mann, lösen sich ebenso auf wie traditionelle Wertvorstellungen von Politik, Moral und Religion. Gibt es noch etwas, was Kultur und Gesellschaft zusammenhält? Die Antwort ist gleichzeitig unsere Hauptthese: <i>Die gesellschaftskonstituierende Kraft ist die Technologie.</i> – Technologie soll hier verstanden werden als die Verschmelzung von Technik und Wissenschaft. Technologie ist also beides: kontemplative Theorie und aktive, methodische Praxis. Informations- und Kommunikationstechnologien bilden die Schlüsseltechnologien, die unsere Lebensräume radikal neu gestalten: eine Entwicklung, die nicht ohne Widersprüche abläuft. Diese aufzuzeigen, sie zu problematisieren und über ihre Konsequenzen zu reflektieren, soll Aufgabe dieses Moduls sein. Dafür bieten sich beispielhaft folgende Themen als LV-Inhalte an: IT und Demokratie, Mensch-Maschine-Interaktion, mobile Telekommunikation, Philosophie der Künstlichen Intelligenz.</p>
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Ziel dieses Moduls ist die Fähigkeit, die Schlüsselstellung der Technologie als gesellschaftskonstituierende Kraft zu beschreiben und zu interpretieren in ihren wünschenswerten und in ihren problematischen Konsequenzen.



### M 11: Medien- und Konvergenzmanagement (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltungen	Vorlesung: „Medien- und Konvergenzmanagement“ (2 SSt / 3 ECTS credits) Vorlesung: „Medien und Konsumentenverhalten“ (2 SSt / 3 ECTS credits) Seminar: „Medienmanagement“ (2 SSt / 6 ECTS credits)
Voraussetzungen für die Anmeldung zu Lehrveranstaltungen	Dieses Modul kann nur belegt werden, wenn es nicht bereits im Rahmen des Bachelorstudiums <i>Medien- und Kommunikationswissenschaften</i> absolviert wurde; dasselbe gilt für das Modul „Medienmanagement“ der Bachelorstudien <i>Angewandte Betriebswirtschaft</i> und <i>Wirtschaft und Recht</i> der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt.
Empfohlenes Sem.	1.-3.
Inhalte	Das Modul Medien- und Konvergenzmanagement erläutert Medien- und Konvergenztheorien und zeigt den Wandel von Berufsfeldern und Forschungsthemen sowie die Konsequenzen der Dynamik der medialen Entwicklungen für gesellschaftliche und betriebswirtschaftliche Entscheidungen auf. Es stellt technische und psychologische Aspekte der Medienkonvergenz dar und geht auf Faktoren ein, die die zukünftige Medienkonvergenz hemmen oder beschleunigen. In theoretischer Perspektive geht es um die Rekonstruktion des „Medial Turn“ und der Medialisierung der Kommunikation auch in den Managementwissenschaften und die Reflexion der gesellschaftlichen Entwicklung in Richtung „Netzwerkgesellschaft“. In praktischer Perspektive geht es um die Grundlegung von spezifischen Managementfähigkeiten im Bereich der TIMES Konvergenz.
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Kenntnis der Grundbegriffe der Medienökonomie Kenntnis der Grundbegriffe des Medien- und Konvergenzmanagements Grundlegung von praktischen Kompetenzen

## M 12: Visuelle Kultur (12 ECTS credits)

Kategorie	Erläuterung
Art der Lehrveranstaltung	Lehrveranstaltungen im Umfang von 12 ECTS credits aus dem Lehrveranstaltungsangebot der Fakultät für Kulturwissenschaften.
Voraussetzungen für die Anmeldung zu Lehrveranstaltungen	Keine
Empfohlenes Sem.	1.-3.
Inhalte	„Visuelle Kultur“ erforscht die zentrale Rolle und Bedeutung von Visualität und visuellen Formen in der Gegenwart und jüngeren Geschichte. Entlang der widersprüchlichen Konstellationen kulturellen Geschehens betrachtet Visuelle Kultur die Vielfalt an Formen und Praktiken, in denen Kultur in verschiedenen Medien visualisiert wird. So werden z.B. Bilder, Filme, Fernsehen, Comics, Werbung, Videospiele und Internet einer kritischen Analyse der politischen Ökonomie der Bilder unterzogen und die „Politik der Sichtbarkeit“ analysiert. Dabei können folgende Themen zur Sprache kommen: Repräsentation und Visualität, Performance und Performativität, Archiv und Erinnerung, Gender/Körper/Blick, Postkolonialismus und Globalisierung, urbane Taktiken und Strategien, Neue Medien, Technologie und Virtualität sowie Visualität und Sound. Aufgrund der hohen Verschränkung von kultureller Praxis und theoretischer Reflexion in diesem Forschungsfeld können die Lehrveranstaltungen einen hohen medienpraktischen Anteil haben.
Ziele und erwartete Kompetenzen nach Abschluss des Moduls	Das Modul ist interdisziplinär aufgebaut und vermittelt zentrale Begriffe, Methoden und Theorien des transdisziplinären Forschungsfelds „Visuelle Kultur“. Es ermöglicht insbesondere eine systematische, kritische und grundlegende Auseinandersetzung mit der Darstellung kultureller und gesellschaftlicher Zusammenhänge in verschiedenen Medien und soll ein kritisches Verständnis von visuellen Prozessen in sich globalisierenden Mediengesellschaften fördern.

## § 11 Freie Wahlfächer

Im Rahmen der Freien Wahlfächer sind, nach Wahl der/des Studierenden, Lehrveranstaltungen im Ausmaß von einem Modul bzw. 12 ECTS credits aus Fächern zu absolvieren, die an anerkannten Universitäten oder postsekundären Bildungseinrichtungen des In- und Auslandes angeboten werden. Empfohlen werden neben Fremdsprachenkursen insbesondere Geschichtswissenschaft, Informatik, Kulturwissenschaft, Literaturwissenschaft, Pädagogik, Philosophie, Politologie, Psychologie, Soziologie und Wirtschaftswissenschaft.

## § 12 Prüfungsordnung für das Masterstudium

(1) Lehrveranstaltungsprüfungen:

(a) Die Beurteilung von Vorlesungen (§ 5 Abs. 1) erfolgt aufgrund einer schriftlichen Prüfung, die von der/dem Studierenden bis zum Ende des zweiten auf die Abhaltung der Lehrveranstaltung folgenden Semesters abgelegt werden kann.

(b) Die Lehrveranstaltungen gemäß § 5 Abs. 2-5 haben immanenten Prüfungscharakter, es besteht daher Anwesenheitspflicht; überdies wird von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die aktive Teilnahme am Diskussions- und Reflexionsprozess erwartet; je nach Gegenstandsbereich sind Zwischen- und Schlusstests, schriftliche Arbeiten und/oder mündliche Präsentationen Voraussetzung für einen erfolgreichen Abschluss.

(2) Im Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur* ist eine Masterarbeit abzufassen, deren Thema einem der absolvierten Vertiefungsschwerpunkte (gebundenes Wahlfach 1)

zugeordnet sein muss. Die Masterarbeit entspricht 20 ECTS credits und hat einen Umfang zwischen 200.000–250.000 Zeichen (mit Leerzeichen) im Haupttext aufzuweisen. Mit ihr weist die/der Studierende die Fähigkeit nach, eine größere und komplexere medien- und kommunikationswissenschaftliche Fragestellung in einem kultur- und sozialtheoretischen Rahmen in kritischer Auseinandersetzung mit Quellen und Literatur in methodisch adäquater Weise zu bearbeiten und die Forschungsergebnisse in Form einer eigenständig begründeten medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studie sprachlich korrekt darzustellen. Nach Absprache mit der/dem zuständigen Betreuerin/Betreuer ist die Abfassung der Masterarbeit in einer Fremdsprache möglich.

(3) Das Masterstudium *Medien, Kommunikation und Kultur* wird durch die Masterprüfung abgeschlossen, die aus folgenden Teilen besteht:

- (a) Erfolgreiche Absolvierung und Prüfungen in allen Pflichtfächern
- (b) Erfolgreiche Absolvierung und Prüfungen in den Gebundenen Wahlfächern
- (c) Erfolgreiche Absolvierung und Prüfungen in den Freien Wahlfächern
- (d) Erfolgreiche Absolvierung einer kommissionellen mündlichen Prüfung, die zwei Themengebiete umfasst und 4 ECTS credits entspricht. Ein Themengebiet ist aus dem Fachgebiet zu wählen, dem die Masterarbeit zuzuordnen ist. Hier sollen leitende Fragestellungen der Masterarbeit in übergreifende theoretische Zusammenhänge gestellt werden. Das eröffnet der Kandidatin/dem Kandidaten auch die Möglichkeit, ihre/seine Forschungsergebnisse reflexiv auf diese Zusammenhänge zu beziehen sowie theoretische und praktische Konsequenzen aus ihren/seinen Erkenntnissen zu ziehen. Das zweite Themengebiet der Prüfung kann aus den Modulen 1 bis 3 und 5 bis 7 frei gewählt werden.

(4) Die Voraussetzung für die Anmeldung zur mündlichen kommissionellen Prüfung gem. Abs. 3 lit d ist der Nachweis der Absolvierung der Prüfungen gem. § 12 Abs. 3 lit. a - c sowie die Approbation der Masterarbeit.

### **III. Teil: Schlussbestimmungen**

#### **§ 13 In-Kraft-Treten**

Dieses Curriculum tritt mit 1. Oktober 2009 in Kraft.

#### **§ 14 Übergangsbestimmungen**

(1) Für ordentliche Studierende des Diplomstudiums *Publizistik und Kommunikationswissenschaft*, die ihr Studium vor dem Inkrafttreten dieses Studiums begonnen haben, ist gem. § 124 Abs. 1 UG der bisherige Studienplan in der am 21. Juli 1999 geltenden Fassung weiter anzuwenden. Ab dem Inkrafttreten dieses Curriculums sind sie berechtigt, jeden der Studienabschnitte, der zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Curriculums noch nicht abgeschlossen ist, in einem der gesetzlichen Studiendauer zuzüglich eines Semesters pro Studienabschnitt entsprechenden Zeitraum abzuschließen. Wird ein Studienabschnitt nicht fristgerecht abgeschlossen, ist die oder der Studierende für das weitere Studium dem neuen Curriculum unterstellt. Im Übrigen gelten die Bestimmungen von § 20 Teil B der Satzung der Universität Klagenfurt.

(2) Diese Studierenden sind berechtigt, sich jederzeit freiwillig dem neuen Curriculum zu unterstellen. In diesem Fall gilt die von der zuständigen Studienkommission beschlossene

Äquivalenztabelle, die als Verordnung im Mitteilungsblatt der Universität Klagenfurt veröffentlicht wird.

## Anhang 1: Studienverlaufsplan (4 Semester/ 120 ECTS-CP)

	Typ	SSt	credits
<b>PFLICHTFACH 1</b>			
<b>Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaften</b>			
		<b>4</b>	<b>12</b>
<b>M 1: Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaften</b>	VK	2	6
	SE	2	6
<b>PFLICHTFACH 2</b>			
<b>Medien- und Kommunikationsforschung</b>			
		<b>6</b>	<b>18</b>
<b>M 2: Medien- und Kommunikationsforschung</b>	VK	2	6
	SE	4	12
<b>PFLICHTFACH 3</b>			
<b>Medien, sozialer Wandel und Kulturtheorie</b>			
		<b>6</b>	<b>12</b>
<b>M 3: Medien, sozialer Wandel und Kulturtheorie</b>	VK	2	6
	SE	2	6
<b>PFLICHTFACH 4</b>			
<b>MASTERARBEIT</b>			
		<b>2</b>	<b>30</b>
<b>M 4: Masterarbeit mit Privatissimum</b>			
Privatissimum	SE	2	6
Masterarbeit			20
mündliche Prüfung			4
<b>GEBUNDENENES WAHLFACH 1</b>			
<b>Vertiefung/ Spezialisierung (2 Module)</b>			
		<b>8</b>	<b>24</b>
<b>M 5: Cultural Studies und Medien</b>	KU	2	6
	SE	2	6
<b>M 6: Digitale Medien und Technikkultur</b>	KU	2	6
	SE	2	6
<b>M 7: Organisationskommunikation und –kultur</b>	KU	2	6
	SE	2	6
<b>GEBUNDENES WAHLFACH 2</b>			
<b>Interdisziplinär/ Erweiterung (1 Modul)</b>			
		<b>6</b>	<b>12</b>
<b>M 8: Feministische Wissenschaft/ Gender Studies</b>		<b>6</b>	<b>12</b>
Wenn bereits im BA <i>Medien- und Kommunikationswissenschaften</i> absolviert, dann Wahl aus den Modulen 2,3,4,6 und 7 des Wahlfachstudiums Feministische Wissenschaften/Gender Studies			
<b>M 9: Friedensstudien</b>		<b>6</b>	<b>12</b>
Wenn nicht bereits im BA <i>Medien- und Kommunikationswissenschaften</i> absolviert!			
<b>M 10: Information und Gesellschaft</b>		<b>6</b>	<b>12</b>
<b>M11: Medien- und Konvergenzmanagement</b>		<b>6</b>	<b>12</b>
Wenn nicht bereits im BA <i>Medien- und Kommunikationswissenschaften, Angewandte Betriebswirtschaft</i> oder <i>Wirtschaft und Recht</i> absolviert!			
<b>M12: Visuelle Kultur</b>		<b>4-6</b>	<b>12</b>
<b>FREIE WAHLFÄCHER</b>			
			<b>12</b>

## Anhang 2: Äquivalenzliste

<b>Diplomstudium</b> Publizistik und Kommunikationswissenschaft	<b>Bachelorstudium</b> Medien- und Kommunikationswissenschaften <b>Masterstudium</b> Medien, Kommunikation und Kultur
<b>Erster Studienabschnitt</b>	
<b>Studieneingangsphase</b>	
VL: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft	
VÜ/AG: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	BA M1, PS: Studieneingangsphase (Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten und Darstellen)
VL: Einführung in die Methoden des Faches	
AG: Basic Concepts in Media and Communications	BA M17, PS: Fachsprache Englisch
AG: Präsentieren und Vortragen	
<b>Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft</b>	
PS: Kommunikationswissenschaftliche Theorien und Modelle	BA M2, VK: Theorien, Modelle und Grundbegriffe der Medien- und Kommunikationswissenschaften
VL: Semiotische Grundlagen	
PS: Medien- und Rezeptionsforschung	BA M12, PS: Medien und Gesellschaft BA M11, PS: Medien und Subjekt
PS: Psychologie der Kommunikation	BA M11, PS: Medien und Subjekt BA M7, KU: Strategische Kommunikation
VÜ: Empirisch-analytische Methoden und Umfrageforschung	BA M3, VK: Methodologie und Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung (Quantitative Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung)
VÜ: Interpretative Methoden	BA M3, VK: Methodologie und Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung (Qualitative Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung)
VÜ: Statistische Methoden	
<b>Bedingungen der öffentlichen Kommunikation</b>	
VL: Medien & Politik	BA M2, VK: Theorien, Modelle und Grundbegriffe der Medien- und Kommunikationswissenschaften (Kontexte, Systeme und Institutionen der Medienkommunikation)
VL: Medien & Wirtschaft	BA M15, VO: Medien- und Konvergenzmanagement
<b>Bereiche der Kommunikationswissenschaft</b>	
VL: Organisationskommunikation	BA M4, VO: Organisationskommunikation
VL: Neue Informations- und Kommunikationstechnologien	BA M5, VO: Neue Medien & digitale Kultur
VL: Medienpädagogik und Kommunikationskultur	BA M6, VO: Medienpädagogik & Cultural Studies
<b>Fachsprache Englisch</b>	
AG: Reading & Discussions of Communication Studies	BA M17, KU: Fachsprache Englisch
<b>Wahlfächer</b>	
<i>(1) „Wissenschaftliche Orientierung“</i>	
VL: Kulturtheorie und Medienentwicklung I	MA, Pflichtfach 2, VK: Medien, sozialer Wandel und Kulturtheorie
VL: Wissensrepräsentation: Kognition – Information – Kommunikation I	
VL: Kommunikation & Geschlecht I	Wahlfach-Studium: Feministische Wissenschaft – Gender Studies
VL/VÜ: Rechtliche Grundlagen der Massenkommunikation	BA M2, VO: Theorien, Modelle und Grundbegriffe der Medien- und Kommunikationswissenschaft (Medienrecht)
VL/VÜ/AG: Capita selecta der Medien- und Kommunikationswissenschaft	
<i>(2) „Methoden“</i>	
VÜ: Diskursanalyse	BA M3, PS: Methodologie und Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung (Spezielle Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung)
VÜ: Inhalts- und Textanalyse	BA M3, PS: Methodologie und Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung (Spezielle Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung)

## Anhang 2: Äquivalenzliste

VÜ: Spezielle Methoden der Medienforschung	BA M3, PS: Methodologie und Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung (Spezielle Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung)
<i>(3) „Kompetenzen“</i>	
AG: Praxis der Audiovisuellen Gestaltung I	BA M9, KU: Medienpraxis und Medienkompetenz
PK: Informationsdesign am PC	BA M9, KU: Medienpraxis und Medienkompetenz
AG: Interpersonale Kommunikation I	BA M8, VK: Kommunikationspraxis und kommunikative Kompetenz
AG/PK: Journalistisches Praktikum	BA M9, KU: Medienpraxis und Medienkompetenz BA M18, KU: Schreibpraxis (Journalistisches Schreiben)
<b>Zweiter Studienabschnitt</b>	
<b>Philosophisch-theoretische Vertiefung</b>	
SE: Spezielle Kommunikations- und Medientheorien	MA M1, SE: Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaften
VL: Wissenschafts- und Erkenntnistheorie	BA M1, VO: Studieneingangsphase (Wissenschaftstheoretische Fragestellungen: Geschichte der Wissenschaft, Wissenschaft und Gesellschaft)
VL/SE/VS: Ethik der Kommunikation	BA M2, VO: Theorien, Modelle und Grundbegriffe der Medien- und Kommunikationswissenschaft (Medien- und Kommunikationsethik)
<b>Fachsprache Englisch</b>	
AG: Presentations in English	BA M17, KU: Fachsprache Englisch
<b>Seminar zu Reflexion der Praxis (oder Projektseminar)</b>	
SE: Seminar zu Reflexion der Praxis	BA M7, SE: Strategische Kommunikation und Kommunikationsmanagement BA M8, SE: Kommunikationspraxis und kommunikative Kompetenz (Interpersonale Kommunikation) BA M11, SE: Medien und Subjekt BA M12, SE: Medien und Gesellschaft BA M13, SE: Medien und Technik
<b>Konversatorium für Diplomandinnen und Diplomanden</b>	
KV: Konversatorium für Diplomandinnen und Diplomanden	BA M7, SE: Strategische Kommunikation und Kommunikationsmanagement BA M8, SE: Kommunikationspraxis und kommunikative Kompetenz (Interpersonale Kommunikation) BA M4, SE: Organisationskommunikation BA M5, SE: Neue Medien und digitale Kultur BA M6, SE: Medienpädagogik und Cultural Studies BA M18, KU: Schreibpraxis (Wissenschaftliches Schreiben)
<b>Schwerpunktfach (Wahlfach)</b>	
<i>(1) Organisationskommunikation</i>	
VL: Organisation und Öffentlichkeit	BA M7, VK: Strategische Kommunikation und Kommunikationsmanagement
VL: Kommunikation in Organisationen	BA M15, VO: Medien- und Konvergenzmanagement (Medien und Konsumentenverhalten)
VL/VÜ/AG/SE: Spezielle Fragestellungen der Organisationskommunikation	BA M4, PS: Organisationskommunikation
SE: Seminar zur Organisationskommunikation	MA M3, SE: Organisationskommunikation und –kultur
<i>(2) Neue Informations- und Kommunikationstechnologien</i>	
VL: Cognitive Ergonomics	BA M13, VK: Medien und Technik
VL: Kommunikationsstrukturen durch Computer und Netzwerke	BA M13, PS: Medien und Technik
VÜ/AG/VL/SE: Spezielle Fragestellungen zu Neue Informations- und Kommunikationstechnologien	BA M5, PS: Neue Medien und digitale Kultur
SE: Seminar zu Neue Informations- und Kommunikationstechnologien	MA M2, SE: Digitale Medien und Technikkultur
<i>(3) Medienpädagogik und Kommunikationskultur</i>	

## Anhang 2: Äquivalenzliste

VL: Medien, Sozialisation, Identität	BA M11, VK: Medien und Subjekt
VL: Kommunikationskulturen im Medienzeitalter	BA M12, VK: Medien und Gesellschaft
VÜ/AG/VL/SE: Spezielle Fragestellungen der Medienpädagogik	BA M6, PS: Medienpädagogik und Cultural Studies
SE: Seminar zur Medienpädagogik und Kommunikationskultur	MA M1, SE: Cultural Studies und Medien
<b>Sonstige Wahlfächer</b>	
SE: Kulturtheorie und Medienentwicklung II	MA, Pflichtfach 2, SE: Medien, sozialer Wandel und Kulturtheorie
SE: Wissensrepräsentation: Kognition – Information – Kommunikation II	BA M13, SE: Medien und Technik
SE: Kommunikation & Geschlecht II	Wahlfachstudium: Feministische Wissenschaft – Gender Studies
VL/VÜ/AG: Capita selecta der Medien- und Kommunikationswissenschaft	
AG: Interpersonale Kommunikation II	BA M8, KU: Kommunikationspraxis und kommunikative Kompetenz (Kommunikationserfahrungen,- analysen, -beratung)
AG: Praxis der Audiovisuellen Gestaltung II	BA M9, KU: Medienpraxis und Medienkompetenz

### Legende

AG = Arbeitsgemeinschaft

BA = Bachelorstudium Medien- und Kommunikationswissenschaften

KV = Konversatorium

M = Modul

MA = Masterstudium Medien, Kommunikation und Kultur

PK = Praktikum

PS = Proseminar

SE = Seminar

VK = Vorlesung mit Kurs

VL, VO = Vorlesung

VÜ = Vorlesung mit Übung