

**ANGEWANDTE METHODEN DER  
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT (SE)**

**PROJEKTBEZOGENE FORSCHUNG IM  
KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT (Ü)**

Im Seminar **Angewandte Methoden der Kommunikationswissenschaft** werden die methodischen Grundlagen vermittelt, mit deren Hilfe für das Kommunikationsmanagement relevante Fragen autonom und erfolgreich bearbeitet werden können.

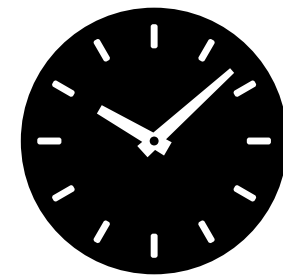
In der Übung **Projektbezogene Forschung im Kommunikationsmanagement** durchlaufen die Studierenden gemeinsam in Kleingruppen sämtliche Schritte des Forschungsprozesses, um eigenständig formulierte Fragestellungen empirisch fundiert zu beantworten.

**ALLGEMEINES**

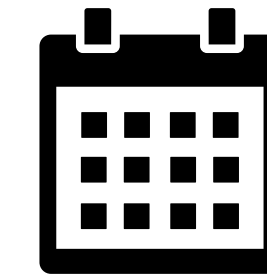
# ALLGEMEINES



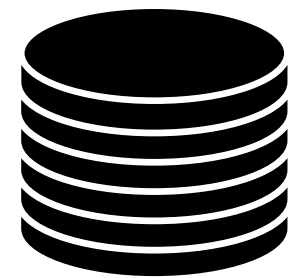
S 121 (Seminargebäude)



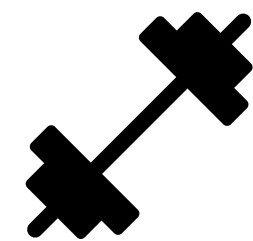
Mittwoch, 13:15 Uhr



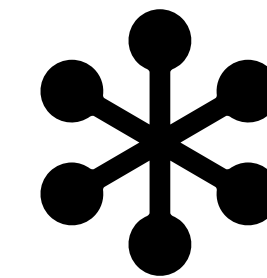
16.10.2024-05.02.2025



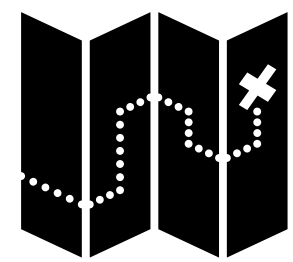
2 SWS / 2 SWS



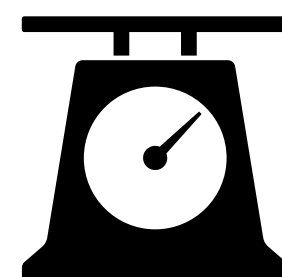
2 x 5 LP = 300 h pp



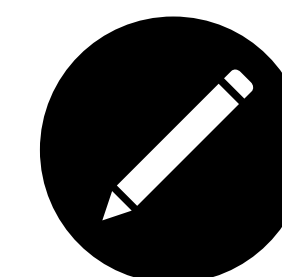
Gruppenbezogene Projektarbeit



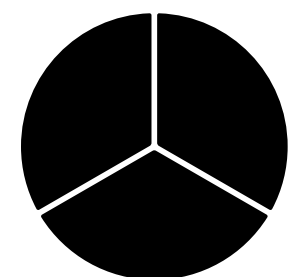
Modul: 06-005-545



Anteil Note: 50 % / 50 %



Portfolio



Seminar: Poster (50 %), Ergebnispräsentation (50 %) / Übung: Exposé (25 %), Projektbericht (75 %)

**ABLAUFPLAN**

**WISE 24/25**

OKT  
16

**EINLEITUNG: STRUKTURIERT FORSCHEN**

**IDEEN FÜR FORSCHUNGSLEITENDE FRAGEN**

**MEET YOUR MATCH**

OKT  
23

**GEMEINSAM FORSCHUNGSIDEEN FINDEN**

**FRÜHER ENDGEGNER: DER TITEL**

TO  
DO

**Zusendung von drei Themenvorschlägen**

**im Anschluss an die Sitzung**  **PDF**

OKT  
30

**(SEHR) GUT WISSENSCHAFTLICH ARBEITEN**

**LESEN! LESEN! LESEN!**

**DAS WISSENSCHAFTLICHE EXPOSÉ**

NOV  
6

**PROJEKTE ORGANISIEREN**

**FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN**

**GRUNDGESAMTHEIT UND STICHPROBE**

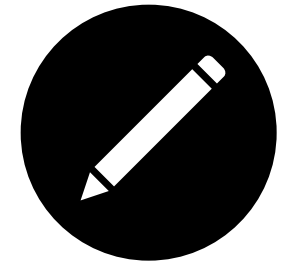
TO  
DO

**Exposé**

Das **Exposé** stellt das beabsichtigte empirische Projekt prägnant vor. Unterteilung: Deckblatt (1 S.), Schilderung des Problems (2 S.), Forschungsstand (3 S.), Skizze des empirischen Projekts (2 S.), Literaturverzeichnis (1 S.), Entwurf Gliederung (1 S.), Zeitplan (1 S.).

DEZ  
09

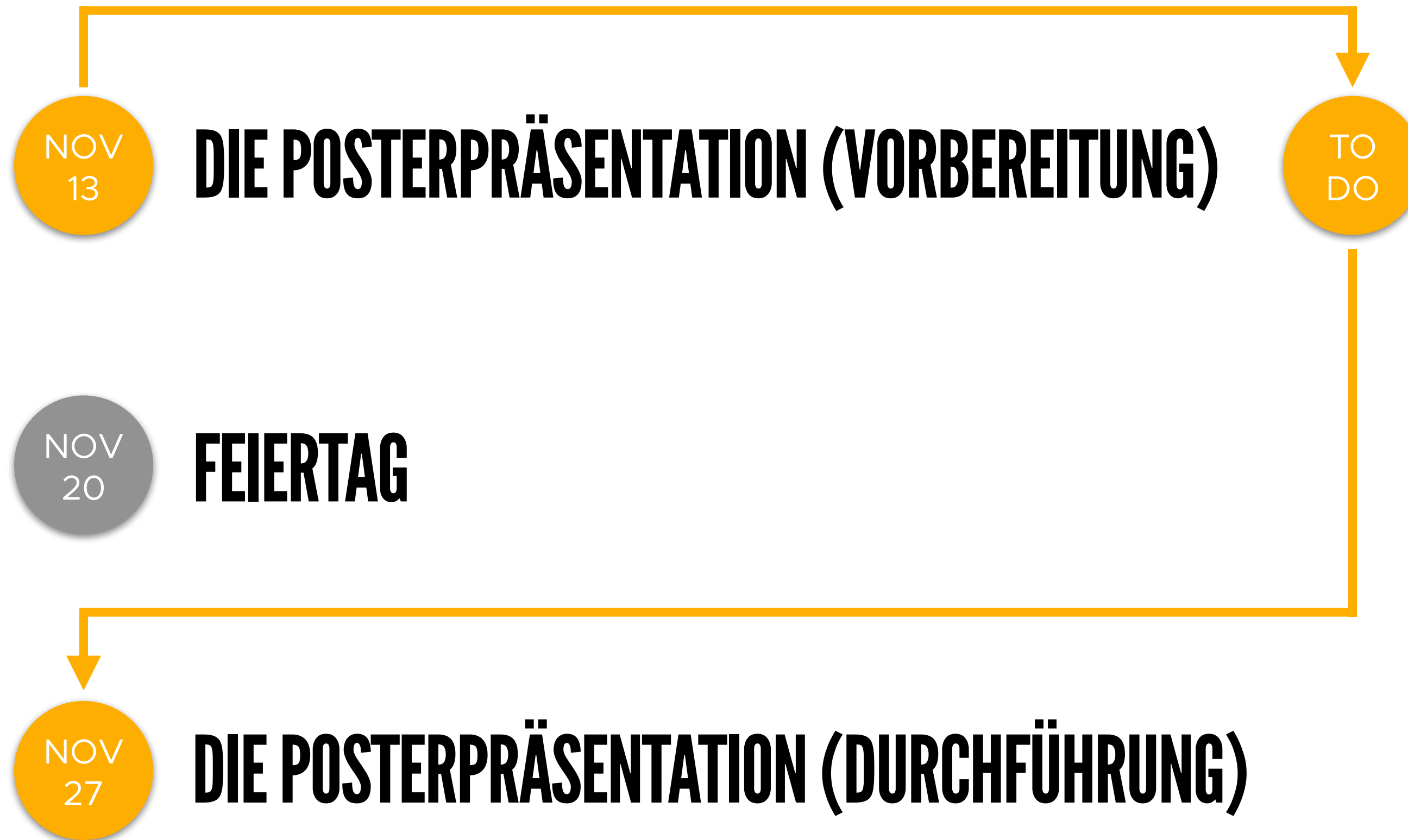
12  
UHR



**PDF**

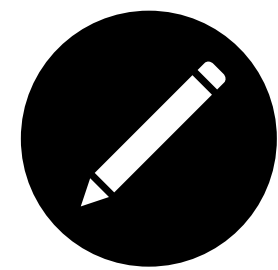
# ABLAUFPLAN

# WISE 24/25



## Poster

Das **Poster** (Format: A1) skizziert insbesondere die Forschungsleitende Frage des Projekts, benennt Hypothesen bzw. Forschungsfragen, gibt Auskunft über den Forschungsstand, die verwendete Methode sowie die Grundgesamtheit/ Stichprobe und den Zeitplan. Es dient dabei als Präsentationsgrundlage.

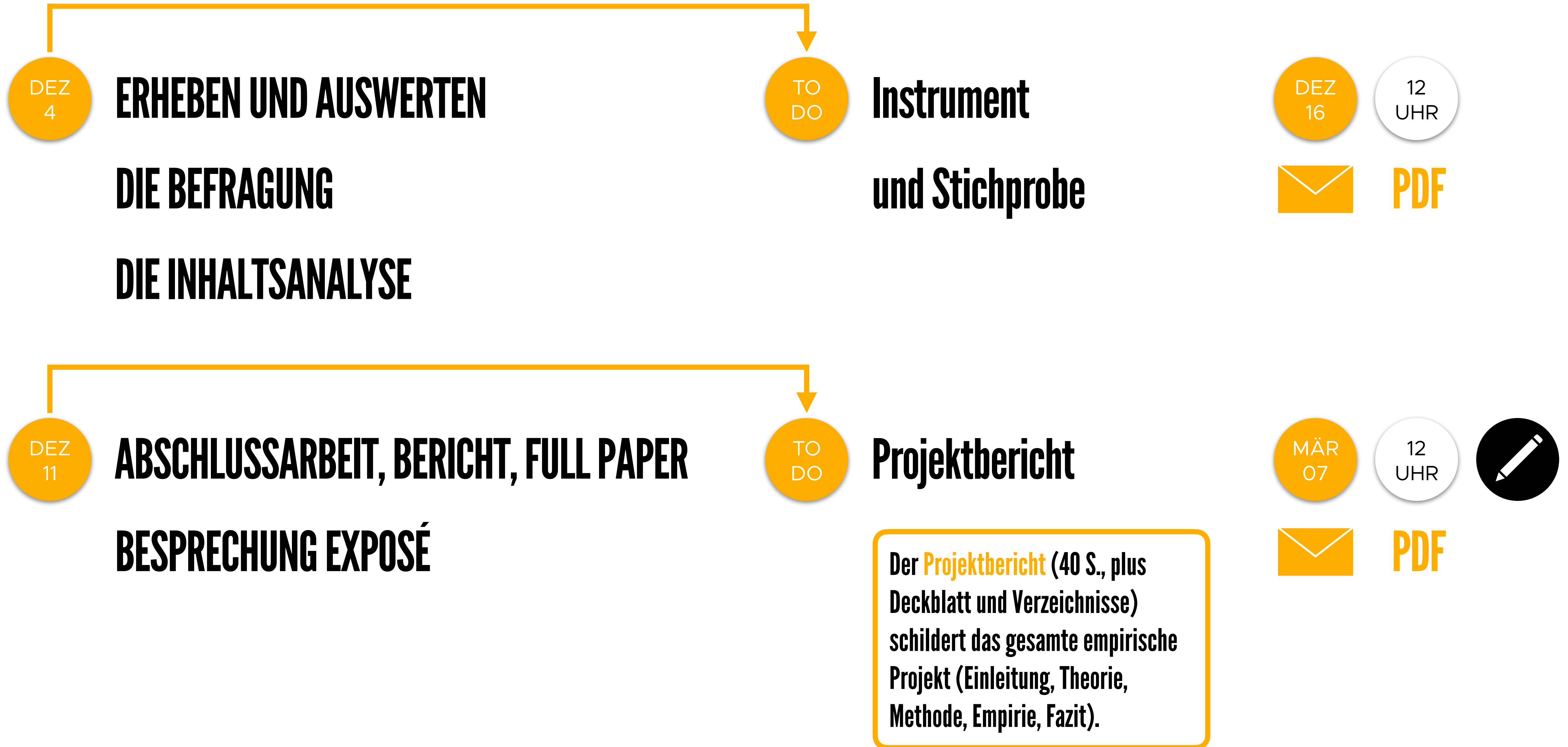


PDF



# ABLAUFPLAN

WISE 24/25



# ABLAUFPLAN

# WISE 24/25



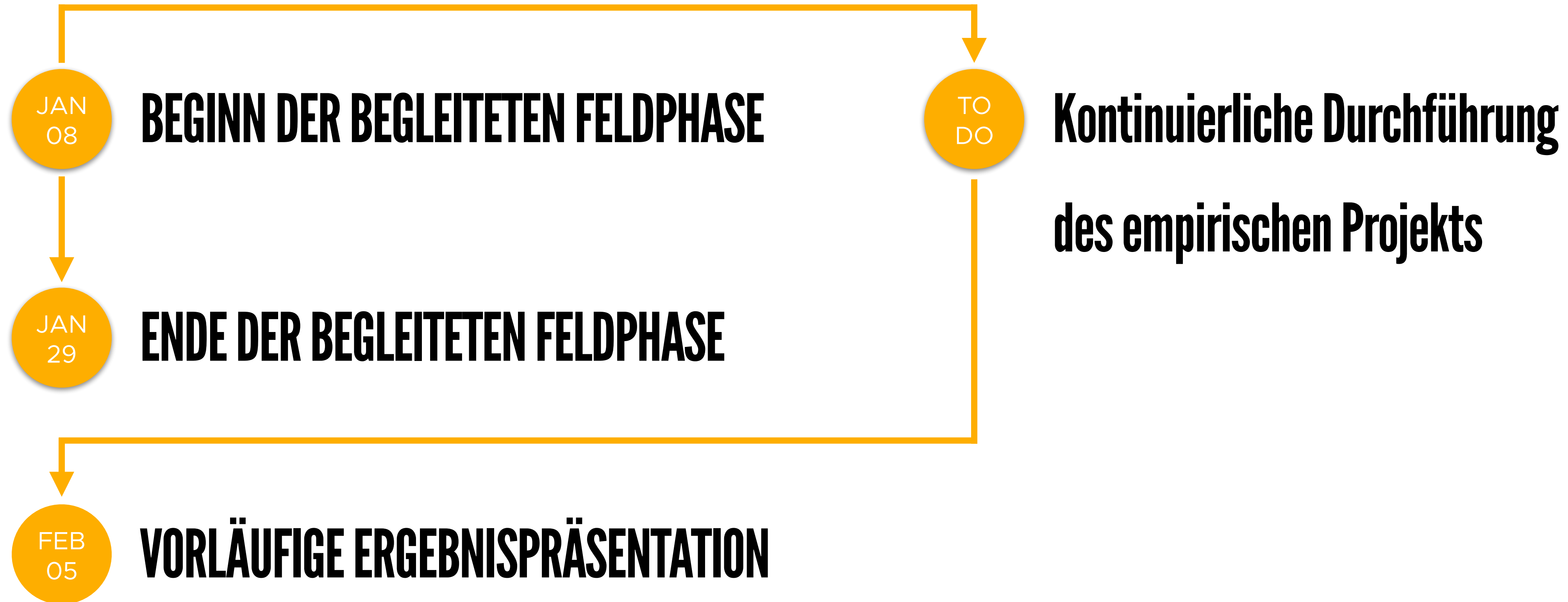
**DEZ 25** **VORLESUNGSFREI**

**JAN 01** **VORLESUNGSFREI**

Die **Präsentation** (15 Minuten) zeigt, welche Resultate sich schon jetzt abzeichnen. Sie stellt noch einmal kurz die Forschungsleitende Frage, die Hypothesen bzw. Forschungsfragen sowie die Theorie vor, ehe vor allem die Ergebnisse dargelegt werden.

# ABLAUFPLAN

WISE 24/25



**LITERATUR**

# LITERATUR



Burkart, R. (2022): **Kommunikationswissenschaft.**

6. Auflage.

Wien/Köln: Böhlau Verlag. <https://doi.org/10.36198/9783838557137>



Donges, P./Jarren, O. (2022): **Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft.**

Eine Einführung. 5. Auflage.

Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37079-4>



Godulla, A. (2017): **Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter.**

Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung.

Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-14192-9>



Godulla, A./Böhm, S. (2023): **Digital Disruption and Media Transformation.**

How Technological Innovation Shapes the Future of Communication.

Cham: Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-39940-4>

# THEORIE ALLGEMEIN

# LITERATUR

# THEORIE SPEZIELL



Spiller, R./Rudeloff, C./Döbler, C. (2022): **Schlüsselwerke.**  
Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft.  
Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2>



Wolf, C. (2022): **Diffusion of Innovations.**  
Everett M. Rogers (1962). In: Spiller, R./Rudeloff, C./Döbler, C. (Hg.): Schlüsselwerke. Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft.  
Wiesbaden: Springer VS, S. 151-170. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_10)



Zerfaß, A./Piwinger, M./Röttger, U. (2022): **Handbuch Unternehmenskommunikation.**  
Strategie – Management – Wertschöpfung. 3. Auflage.  
Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-22933-7>



Zerfaß, A. (2022): **Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement.**  
Grundlagen, Handlungsfelder und Wertschöpfung. In: Zerfaß, A./Piwinger, M./Röttger, U. (2022): Handbuch Unternehmenskommunikation.  
Strategie – Management – Wertschöpfung. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 29-87. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-22933-7\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-22933-7_2)

# LITERATUR



Balzert, H./Schröder, M./Schäfer, C. (2022): **Wissenschaftliches Arbeiten.**  
Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation. 3. Auflage.  
Dortmund: Prof. Balzert Stiftung. <https://doi.org/10.18420/LB-WissArbeiten>



Brosius, H. B./Haas, A./Unkel, J. (2022): **Methoden der empirischen Kommunikationsforschung.**  
Eine Einführung. Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. 8. Auflage.  
Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-34195-4>



Esselborn-Krumbiegel, H. (2022): **Von der Idee zum Text.**  
Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben.  
Paderborn: Brill Schöning. <https://doi.org/10.36198/9783838557854>



Häder, M. (2019): **Empirische Sozialforschung.**  
Eine Einführung.  
Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-26986-9>

# METHODEN ALLGEMEIN

# LITERATUR



Kuckartz, U./Rädiker, S./Ebert, T./Schehl, J. (2013): **Statistik.**

Eine verständliche Einführung.

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19890-3>



Möhring, W./Schlütz, D. (2019): **Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft.**

Eine praxisorientierte Einführung.

Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25865-8>



Raithel, J. (2008): **Quantitative Forschung.**

Ein Praxiskurs.

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91148-9>



Rössler, P. (2017): **Inhaltsanalyse.**

3. Auflage.

Konstanz/München: UVK. <https://doi.org/10.36198/9783838547060>

# QUANTITATIVE FORSCHUNG



# LITERATUR



**Bogner, A./Littig, B./Menz, W. (2014): Interviews mit Experten.**  
Eine praxisorientierte Einführung.  
Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19416-5>



**Helferich, C. (2010): Die Qualität qualitativer Daten.**  
Manual für die Durchführung qualitativer Interviews.  
Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92076-4>



**Kuckartz, U./Rädiker, S. (2024): Qualitative Inhaltsanalyse.**  
Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 5. Auflage.  
Weinheim: Beltz Juventa. [https://www.beltz.de/produkt\\_detailansicht/47304-qualitative-inhaltsanalyse-methoden-praxis-computerunterstuetzung.html](https://www.beltz.de/produkt_detailansicht/47304-qualitative-inhaltsanalyse-methoden-praxis-computerunterstuetzung.html)



**Kühn, T./Koschel, K. V. (2018): Gruppendiskussion.**  
Ein Praxis-Handbuch.  
Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18937-2>

# QUALITATIVE FORSCHUNG

# ALEXANDER GODULLA

**Prof. Dr. phil. habil. / Diplom-Journalist Univ.**



[linkedin.com/in/alexander-godulla](https://www.linkedin.com/in/alexander-godulla)



[about.me/godulla](https://about.me/godulla)



[alexander.godulla@uni-leipzig.de](mailto:alexander.godulla@uni-leipzig.de)