

**Crossmediale
Glaubenskommunikation**

Modulhandbuch

Inhalt

1. Beratung	3
2. Studienplan	3
3. Kurze Beschreibung des Modularisierungskonzepts	5
4. Kurze Beschreibung der Prüfungsformen	5
5. Wichtige Hinweise aus der Prüfungsordnung	5
6. Modulbeschreibungen	6

1. Beratung

Anlaufstelle insbesondere für alle organisatorischen Fragen rund um das Studium, die Einschreibung, die Vertragsverwaltung u.ä. ist die Akademie der Ruhr-Universität Bochum: <https://www.akademie.rub.de/zertifikatskurse-2/crossmediale-glaubenskommunikation/>.

Weiterführende Informationen zu jeglichen inhaltlichen Aspekten erhalten Sie auf der Seite des zap:bochum, insbesondere die allgemeine Informationsseite <https://zap-bochum.de/studium/> und spezifische Informationen zum Master-Studiengang unter <https://zap-bochum.de/studium/studiengang/>. Dort finden Sie auch stetig erweiterte FAQ zum Studium.

Für spezifische Fragen zum Studium, insbesondere den Inhalten und individuellen Möglichkeiten der Profilbildung wenden Sie sich an die Studienleitung unter glaubenskommunikation@akademie.rub.de.

2. Studienplan

Theologische Module (22 CP)

T1: Gottesglaube kommunizieren (8 CP)

T2: Glaube und Kirche kommunizieren (8 CP)

T3: Glaube und Kirche in komplexer Gegenwart kommunizieren (6 CP)

Gesellschaftswissenschaftliche Module (13 CP)

G1: Religiöse und gesellschaftliche Transformationen (8 CP)

G2: Religion und digitaler Wandel (5 CP)

Kommunikationsbezogene Module (30 CP)

K1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaften (7 CP)

K2: Design und Narration (7 CP)

K3: Konzeption und Evaluation von Kommunikationsprojekten (8 CP)

K4: Medienformen und Ästhetik (8 CP)

Abschlussmodule

A1: Kampagnenentwicklung (8 CP)

A2: Masterarbeit (17 CP)

Studienverlaufsplan

1. SEMESTER (WiSe)	2. SEMESTER (SoSe)	3. SEMESTER (WiSe)	4. SEMESTER (SoSe)	5. SEMESTER (WiSe)	6. SEMESTER Masterphase
T1: Gottesglaube kommunizieren (8 CP) (MAP: 2 CP)		T2: Glaube und Kirche kommunizieren (8 CP) (MAP: 2 CP)		T3: Glaube und Kirche in komplexer Gegenwart kommunizieren (6 CP) (MAP: 2 CP)	A2: Masterarbeit (17 CP)
T1-1: Glauben: Dieanthropologische Dimension (3 CP)	T1-2: Glauben: Die theologische Dimension (3 CP)	T2-1: Katholisch / Evangelisch sein kommunizieren (3 CP)	T2-2: Liturgie & Gottesdienst als kommunikative Gesamtkunstwerke (3 CP)	T3-1: Spannungen zwischen Kirche und moderner Gesellschaft kommunizieren (2 CP) T3-2: Change-Prozesse in den deutschen Kirchen (2 CP)	
G1: Religiöse und gesellschaftliche Transformationen (8 CP) (MAP: 2 CP)		G2: Religion und digitaler Wandel (5 CP) (MAP: 2 CP)		A1: Kampagnenentwicklung (8 CP)	
G1-1: Kommunikation in Zeiten religiöser Pluralisierung (3 CP)	G1-2: Wandel von Religiosität: Zielgruppenaktuelle Glaubenskommunikation (3 CP)	G2: Religion und neue Medien (3 CP)			
K1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaften (7 CP) (MAP: 2 CP)		K3: Konzeption und Evaluation von Kommunikationsprojekten (8 CP) (MAP: 2 CP)			
K1-1: Grundlagen der Kommunikation (3 CP)	K1-2: Kommunikationsplanung (2 CP)	K3-1: Diskurs, Überzeugung und Ethik in der Kommunikation (3 CP)	K3-2: Projekte evaluieren und Kommunikationserfolge messen (3 CP)		
K2: Design und Narration (7 CP) (MAP: 2 CP)		K4: Medienformen und Ästhetik (8 CP) (MAP: 2 CP)			
K2-1: Informationsdesign (2 CP)	K2-2: Crossmediales Storytelling (3 CP)	K4-1: Social Media (3 CP)	K4-2: Ästhetische Gestaltung (3 CP)		
11 CP	11 CP	12 CP	9 CP	12 CP	17 CP
Modulabschlussprüfungen: 8 CP		Modulabschlussprüfungen: 8 CP		Modulabschlussprüfungen: 2 CP	

3. Kurze Beschreibung des Modularisierungskonzepts

Der Studienplan zeigt die Modularisierung des Studiengangs an, sowie die zu erbringenden Zugangsvoraussetzungen, die für die Anmeldung zur Modulabschlussprüfung (MAP) notwendig sind. Die verschiedenen Module vertiefen ausgewählte Themenbereiche in der für den Studiengang typischen Dreierperspektive aus Theologie, religionsbezogenen Sozialwissenschaften sowie kommunikations- und medienwissenschaftlichen Disziplinen.

Das abschließende Modul A integriert die angestrebte Kombination aus Reflexionswissen und Anwendungskompetenz durch die doppelte Anforderung einer Kampagnenplanung und einer Masterarbeit.

Die Module bestehen aus verschiedenen Veranstaltungsformen wie Präsenzblocktagen im Seminarcharakter, webgestützten Präsenzveranstaltungen, angeleitetem Eigenstudium und/oder Exkursionen; dies jeweils mit unterschiedlichen didaktischen Konzeptionen und vermittelten Kompetenzen.

4. Kurze Beschreibung der Prüfungsformen

Die didaktische Herausforderung dieses Studienganges ist dreifach und besteht a) im Charakter des berufs begleitenden Lernens; b) der Verschränkung dreier Reflexionsperspektiven und c) der Verbindung von Reflexion und Anwendung.

Diese Spannweite lässt eine große Vielfalt von Prüfungsformen als angezeigt erscheinen. Mehr auf die Reflexionskompetenz zielen Prüfungsformen wie durch Exzerpte geprüfte Textlektüren, Portfolios, Hausarbeiten oder Online-Tests. Mehr auf die Kommunikationskompetenz zielen Prüfungsformen wie Präsentationen, Thesenverteidigungen oder Sitzungsgestaltungen. Mehr auf die crossmediale Anwendungskompetenz zielen Prüfungsformen wie Arbeitsproben, Kampagnenbeschreibungen oder die Anfertigung von Evaluationskonzepten.

Die im einzelnen geforderten Prüfungsleistungen können dem Studienplan entnommen werden.

5. Wichtige Hinweise aus der Prüfungsordnung

Die Berufsorientierung dieses Studiums wird auch durch eine Besonderheit aus der Prüfungsordnung unterstrichen. Diese betrifft die Zulassungsvoraussetzungen.

Zum Master-Studiengang Crossmediale Glaubenskommunikation kann zugelassen werden, wer über einen Abschluss eines mindestens sechssemestrigen Bachelor-Studiengangs aus den Theologien, den religionsbezogenen Kultur- und Sozialwissenschaften, der Religionspädagogik, Kommunikations- oder Medienwissenschaften im Umfang von 180 CP oder eines vergleichbaren Studiengangs verfügt *sowie* einschlägige Berufspraxis von mindestens einem Jahr in einem Feld mit Religions- und/oder Kommunikationsbezug vorweisen kann.

6. Modulbeschreibungen

Theologische Module (22 CP)

T1: Gottesglaube kommunizieren					
Credits	Workload	Semester	Turnus	Dauer	
8 CP	240 h	1./2. Sem.	Jährlich ab WiSe	2 Semester	
Lehrveranstaltungen			Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
a) T1-1: Glauben: Die anthropologische Dimension (Seminar/Vorlesung)			a) 30 h	a) 60 h	5-20 Studierende
b) T1-2: Glauben: Die theologische Dimension (Seminar/Vorlesung)			b) 30 h	b) 60 h Modulabschlussprüfung 60 h	
Teilnahmevoraussetzungen: -					
Lernziele (learning outcomes)					
<p>Die Teilnehmenden sind am Ende der Veranstaltung befähigt, den anthropologischen Grundakt des „Glaubens“ als den Initialpunkt von Religiosität zu verstehen und die jesuanische Praxis als Vollzug eines glaubenden Lebens zu interpretieren. Sie verfügen über spezialisiertes Fachwissen zu kommunikativen Aspekten des Grundaktes der „Offenbarung“ als dem Initialpunkt von Theologie und haben über diesen Initialpunkt den Aufbau von theologischer Reflexion systematisch nachvollzogen. Diese Reflexion kann den vier Sektionen der Theologie und ihren Erkenntnisweisen zugeordnet werden. Darüber hinaus sind die Teilnehmenden in der Lage, auf der Grundlage dieses Verständnisses allgemeine Kommunikationsherausforderungen des christlichen Glaubens zu identifizieren und theologisch zu beurteilen.</p>					
Inhalt					
<p>Das Modul besteht aus zwei Veranstaltungen zu den anthropologischen und theologischen Grundlagen des Gottesglaubens als solchem (also noch vor ihrer konfessionellen Ausformung). Die Veranstaltungen legen einen Zugang zum Basisprozess, der überhaupt Glaubenskommunikation nötig und bedeutend macht: glauben. Von kulturellen Prozessen her werden zunächst anthropologische Konstanten rekonstruiert: Menschen sind Symbolwesen, die ihre weltanschaulichen Verortungen deutend und kommunizierend erarbeiten. Diese Deutungen können (nicht: müssen) als explizit religiöse Semantiken ausformuliert werden und ihrerseits auf das „Glauben“ formend zurückwirken. Dabei wird „glauben“ als ein in sich kommunikativer Prozess des Entdeckens, Versicherns, Austauschens usw. erörtert. Beispielhafte Seminarinhalte sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die kommunikative Grundstruktur von Offenbarung - Glauben als anthropologische Konstante (als Interaktion zwischen Organismus und Umwelt; als reaktive und kreative Größe; als implizit weltanschaulich oder als explizit religiös) - Gottesbilder und Gottesbegriffe in ihrer Unterschiedlichkeit und in ihrer Kongruenz - Die Bibel als spezifische Literatur der Gottesgeschichte - Überblick über Zugänge aus Literatur, Popkultur, Philosophie - Kritische Reflexion auf die Ambivalenz von religiösem oder nichtreligiösem „Glauben“ <p>Darüber hinaus werden in einer weiteren Veranstaltung die vier theologischen Sektionen präsentiert: Historische, Systematische, Biblische und Praktische Theologie. Alle vier theologischen Erkenntnisvarianten werden über ihren typischen Zugang zum Basisereignis des Christentums erarbeitet, der Selbstoffenbarung Gottes in Jesus Christus. Genau dieser Zugang über Offenbarung führt direkt in die Sphäre medialer Kommunikation hinein. Insofern thematisieren die beiden Seminare nicht einfach ein abstraktes theologisches Portfolio, vielmehr geht es darum, wie man historisch, systematisch, biblisch und praktisch Offenbarung als Kommunikation versteht und verarbeitet. Inhalte sind dementsprechend beispielhaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Systematische Theologie: Der Wandel im Offenbarungsdenken von der Instruktion in die Kommunikation 					

<ul style="list-style-type: none"> - Historische Theologie: Exemplarische Epoche der Kirchengeschichte rekonstruiert als Kommunikationsprozess - Biblische Theologie: Einführung in ausgewählte biblische Literatur als kommunikativ aufeinander reagierende Textnetzwerke - Praktische Theologie: „Zeichen der Zeit“ als „locus theologicus“ im Netzwerk der Bezeugungsinstanzen
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium
Prüfungsformen Studienbegleitende Leistungen (Textlektüre, Exzerpte o. Präsentationen); als Modulabschlussprüfung mündliche Prüfung (ca. 15-20 min) oder Klausur (2h)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung und Selbststudium, erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -
Stellenwert der Note für die Endnote: 10 %
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen, Wissenschaftliche MitarbeiterInnen und ExpertInnen aus den Fächern Pastoraltheologie, Systematische Theologie, Biblische Theologie und Historische Theologie
Sonstige Informationen: -

T2: Glaube und Kirche kommunizieren				
Credits	Workload	Semester	Turnus	Dauer
8 CP	240 h	3./4. Sem.	Jährlich ab WiSe	2 Semester
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
a) T2-1: Katholisch/Evangelisch sein kommunizieren (Seminar/Vorlesung) b) T2-2: Liturgie und Gottesdienst als kommunikative Gesamtkunstwerke (Seminar/Vorlesung)		a) 30 h b) 30 h	a) 60 h b) 60 h Modulabschlussprüfung 60 h	5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -				
Lernziele (learning outcomes) Die Teilnehmenden sind am Ende des Moduls befähigt, den Organisationsaufbau der christlichen Kirchen in Deutschland zu beschreiben, aber auch die Kontingenz ihrer Gestalt zu reflektieren und mit alternativen Entwicklungsverläufen zu vergleichen. Was christliches Leben inhaltlich ausmacht, wird an Prozessen der Liturgie exemplarisch ansichtig. Die ökumenische Sensibilität wird gesteigert. Die Teilnehmenden sind weiterhin befähigt, die öffentliche und besonders die kultisch-liturgische Präsenz der Kirchen theologisch zu reflektieren und die damit zusammenhängenden vielfältigen kommunikativen Chancen abzuleiten und zu bewerten.				
Inhalt Das Modul umfasst zwei Veranstaltungen, in denen es einerseits die christlichen Kirchen (v.a. in Deutschland) als Struktur, als Norm, als Realität und als Potenzial präsentiert, andererseits auf ihre Liturgie als einer der wichtigsten Kontaktpunkte und damit Kommunikationsgelegenheiten für die Bedeutung von Kirche fokussiert. Die Basisprozesse der Liturgie werden erarbeitet. Das erste Teilmodul thematisiert direkt die Struktur der katholischen bzw. evangelischen Kirche und wird daher in konfessionsspezifischen Wahlpflichtbereichen bzw. im ökumenischen Peer-Tutoring organisiert. Das zweite Teilmodul reflektiert sowohl katholische wie evangelische liturgische Vollzüge und Gehalte. Folgende Studieninhalte umfassen beispielhaft das fokussierte Fachwissen: <ul style="list-style-type: none"> - Der institutionelle Aufbau der katholischen und evangelischen Kirche in Deutschland - Die Pfarrei und die Gemeinde als Basisstrukturen von Kirche; Strukturen, Rollen, Ebenen usw. der katholischen und evangelischen Kirchen in Deutschland - Die Kirchen als öffentliche Kommunikationsakteure - Verschiedene Kirchenbilder der Theologie- und Frömmigkeitsgeschichte - Grundvollzüge des Kircheseins (diakonia, liturgia, martyria, koinonia) und ihr integraler Zusammenhang - Liturgiewissenschaft als Reflexion auf den Dialog zwischen Menschen und Gott - Gottesdienst, Kirchenjahr, Kasualien und weitere Rituale in ihrer kommunikativen Dimension - Beten als Grundvollzug christlich-glaubenden Lebens 				
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium, optional Exkursion				
Prüfungsformen Studienbegleitende Leistungen (Textlektüre, Exzerpte o. Präsentationen); als Modulabschlussprüfung mündliche Prüfung (ca. 15-20 min) oder Hausarbeit (Umfang von 10-15 Seiten)				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung und Selbststudium, erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -				
Stellenwert der Note für die Endnote: 10 %				
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen, Wissenschaftliche MitarbeiterInnen und ExpertInnen aus den Fächern Sozialethik (ev. und kath.), Praktische Theologie (ev. und kath.) und Liturgiewissenschaft				
Sonstige Informationen: -				

T3: Glaube und Kirche in komplexer Gegenwart kommunizieren					
Credits	Workload	Semester	Turnus		Dauer
6 CP	180 h	5. Sem.	Nur WiSe		1 Semester
Lehrveranstaltungen			Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
a) T3-1: Spannungen zwischen Kirche und moderner Gesellschaft kommunizieren (Seminar/Vorlesung) b) T3-2: Change-Prozesse in den deutschen Kirchen (Seminar/Vorlesung und Exkursion)			a) 30 h b) 30 h	a) 30 h b) 30 h Modulabschlussprüfung 60 h	5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -					
Lernziele (learning outcomes)					
<p>Die Teilnehmenden sind am Ende der Veranstaltungen befähigt, die zentralen Irritationen zwischen Kirche und moderner Gesellschaft zu analysieren sowie die Eigenlogiken sowohl von Kirche wie von Gesellschaft zu beschreiben. Sie können darüber hinaus dieses Spannungspotenzial als kommunikative Chancen aufdecken und Ansatzpunkte für wirkungsstarke Glaubenskommunikation erarbeiten. Die Teilnehmenden sind weiterhin befähigt, die Change-Prozesse von beiden christlichen Kirchen in Deutschland theologisch zu verstehen und die speziell in der Glaubenskommunikation liegenden erfolgskritischen Interventionspunkte zu reflektieren und zu gestalten.</p>					
Inhalt					
<p>Das Modul umfasst zwei Veranstaltungen und erschließt die gegenwärtige Herausforderung eines epochalen Wandels des christlichen Glaubens, und zwar konzeptionell wie kirchenentwicklerisch. Diese Herausforderung betrifft beide christliche Konfessionen. Glaubenskommunikation wird hier nicht einfach als besseres Raffinement von kommunikativen Skills, sondern als kreative Begleitung, Gestaltung und Artikulation eines neuen Weltverhältnisses glaubender und kirchenbildender Menschen beleuchtet. Die Rechts- und Organisationsqualität der beiden großen christlichen Kirchen wird reflektiert und mit den einschlägigen Standards der freiheitlich-demokratischen Rechtsordnung in Beziehung gesetzt. Thematisiert werden weiterhin die Vielfalt und die Intensität aktueller Change-Prozesse in beiden christlichen Kirchen, dies immer in ihrer Abhängigkeit von der jeweiligen kommunikativen Qualität.</p> <p>Beispiele für Studieninhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Kirchenrechts - Die Exkulturation der Kirche aus moderner Gegenwartsgesellschaft - Symptome der gegenwärtigen Krise und Skandalisierungen um Schutzbefohlene, Finanzen und Macht als Indizien für die Kluft zwischen Lehramt und politischer Öffentlichkeit - Analysen von gelingenden und scheiternden Innovationsprozessen (inkl. Austausch mit Akteuren) - Beispiele für Erfolgsgeschichten kirchlicher Change-Prozesse - Historische Zusammenhänge von Kirchen und Medien sowie die Rolle von PR in aktuellen Change-Prozessen 					
Lehrformen					
Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium inkl. Exposure/Exkursion					
Prüfungsformen					
Studienbegleitende Leistungen (Textlektüre, Exzerpte o. Präsentationen); als Modulabschlussprüfung mündliche Prüfung (15 min) oder Hausarbeit (10-15 Seiten)					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten					
Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung und Selbststudium, erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)					
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -					
Stellenwert der Note für die Endnote: 5 %					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende					
Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen, Wissenschaftliche MitarbeiterInnen und ExpertInnen aus den Fächern Kirchenrecht, Theologische Ethik, Pastoraltheologie					
Sonstige Informationen: -					

Gesellschaftswissenschaftliche Module (13 CP)

G1: Religiöse und gesellschaftliche Transformation				
Credits	Workload	Semester	Turnus	Dauer
8 CP	240 h	1./2. Sem.	Jährlich ab WiSe	2 Semester
Lehrveranstaltungen			Kontaktzeit	Selbststudium
a) G1-1: Kommunikation in Zeiten religiöser Pluralisierung (Seminar)			a) 30 h	a) 60 h
b) G1-2: Wandel von Religiosität: Zielgruppen aktueller Glaubenskommunikation (Seminar)			b) 30 h	b) 60 h Modulabschlussprüfung 60 h
Teilnahmevoraussetzungen: -				
Lernziele (learning outcomes)				
<p>Die Teilnehmenden sind am Ende des Moduls befähigt, Theorien und Studien zum gegenwärtigen Wandel von Religion und Religiosität/Weltanschauung detailliert zu beschreiben und interpretieren, zueinander in Beziehung zu setzen und insbesondere die empirischen Daten einordnen und bewerten zu können. Darauf aufbauend können sie die spezifischen Konsequenzen der Situation einer mediatisierten, individualisierten und religiös diversen Gesellschaft sowie verschiedener Formen religiöser Identität auf religiöse Kommunikation hin ableiten. Sie werden schließlich befähigt, bestehende Beispiele religiöser Kommunikation auf diesen Kontext hin zu überprüfen sowie eigene Kommunikationskonzepte an diesem Kontext zu bemessen und ihre diesbezügliche berufliche Tätigkeit zu reflektieren.</p>				
Inhalt				
<p>Die religiöse Landschaft in Deutschland verändert sich, aber auch in den kleinsten soziologischen Einheiten rumort es. Das Modul widmet sich diesen Dynamiken mit zwei Veranstaltungen, die einerseits die gesellschaftliche Makroebene religiöser Transformationsprozesse, andererseits die Mikroebene individueller Religiosität in den Blick nehmen. Dafür werden zunächst gegenwärtige Transformationen der religiösen und weltanschaulichen Landschaft Deutschlands und ihr Zusammenhang zu breiteren gesellschaftlichen Entwicklungen in den Mittelpunkt gerückt. Als Kontext und Umwelt religiöser Kommunikation verstanden, stehen auch die Konsequenzen solcher gesellschaftlichen und religiösen Umwälzungen für die Kommunikation von Gottesglauben in einer religiös pluralen und säkularen Landschaft im Mittelpunkt. Darüber hinaus richtet sich der Blick spezifischer auf den Wandel gegenwärtiger Religiosität in Zeiten von Individualisierung und Privatisierung: Woran glauben eigentlich „die Leute“, wie unterschiedlich glauben sie auch in derselben Konfession, wie relevant sind die verschiedenen Facetten ihrer Religiosität oder Spiritualität für sie, und wie möchten sie sich darüber austauschen?</p> <p>Grundlage für die Auseinandersetzung sind theoretische Entwürfe zum Wandel von Religion und Religiosität, aber auch empirische Studien aus quantitativer und qualitativer Forschung: Welche Spielarten von religiösen Identitäten und Sozialformen lassen sich innerhalb sowie an den Rändern des kirchlichen Feldes ausmachen? Dabei werden interdisziplinäre Perspektiven aus Theologie, Religionswissenschaft, Sozialwissenschaft/Soziologie und Medien-/Kommunikationswissenschafteneingeholt, um einen breiteren Überblick über mediale und gesellschaftliche Rahmenbedingungen gegenwärtiger Glaubenskommunikation zu erhalten und diese auf die eigene Arbeit hin reflektieren zu können.</p> <p>Ein abschließender Fokus richtet sich auf die Frage, was das für religiöse Kommunikation bedeutet: Welche Konsequenzen hat der Wandel einer sich pluralisierenden Gesellschaft, aber auch selbstermächtigter religiöser Subjekte in der Spätmoderne? Wie kann individualisierter Glaube adressiert werden? Welche Veränderungen, etwa mit Blick auf Top-down- vs. Bottom-up-Kommunikation und Community-Building bringt der gegenwärtige Wandel von Religiosität, aber auch der Medienlandschaft hin zu Interaktivem und Social Media mit sich? Thematische Schwerpunkte sind mithin:</p>				

<ul style="list-style-type: none"> - Transformationen gegenwärtiger Religion und Religiosität (u.a. Säkularisierung, Individualisierung, Privatisierung, Pluralisierung, Popularisierung, alternative und kombinierende Religiosität, believing without belonging) - Übergeordnete gesellschaftliche Dynamiken (Mediatisierung, Individualisierung) - Modelle von und empirische Daten zu Religiosität und religiöser Identität - Konsequenzen der Transformationen für Kommunikation in einer religiös komplexen Gesellschaft
<p>Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium</p>
<p>Prüfungsformen Online-Tests und Präsentationen als studienbegleitende Leistungen, als Modulabschlussprüfung schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-15 Seiten</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung der Präsenzveranstaltungen (Textlektüre, Online-Tests), erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen (Inputs für die Präsenzveranstaltungen) und der Modulabschlussprüfung (s.o.)</p>
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote: 10 %</p>
<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den Fächern Pastoraltheologie, Religionssoziologie/-wissenschaft</p>
<p>Sonstige Informationen: -</p>

G2: Religion und digitaler Wandel				
Credits 5 CP	Workload 150 h	Semester 3. Sem.	Turnus Nur WiSe	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Religion und neue Medien (Seminar)		Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 60 h Modulabschlussprüfung 60 h	Gruppengröße 5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -				
Lernziele (learning outcomes) Die Teilnehmenden werden befähigt, umfassende historische und gegenwartsbezogene Perspektiven auf den Zusammenhang von Religion und Medien zu analysieren und zu vergleichen, und sich dazu theoretische Entwürfe sowie empirische Studien zu erschließen, sie zu interpretieren und zu bewerten. Sie können gegenwärtige Entwicklungen, auch spezifisch aus ihrem Arbeitsfeld, in diesen Kontext einordnen und analysieren und Konsequenzen gegenwärtiger Entwicklungen auf ihr Berufsfeld religiöser Kommunikation ableiten. Sie werden schließlich befähigt, Implikationen insbesondere digitaler Medien in der Konzeption und Durchführung religiöser Kommunikationsstrategien zu berücksichtigen.				
Inhalt Während ein Blick in die Religions- und Mediengeschichte die enge Verklammerung beider Felder für lange Zeit zeigt, ist spätestens seit der bundesdeutschen Nachkriegszeit, je nach Interpretation aber auch schon einige hundert Jahre zuvor eine Emanzipierung der Medienlandschaft in ein eigenständiges System zu verzeichnen. Dies zeitigt Konsequenzen für religiöse Anbieter wie Kirchen und ihre Kommunikation, werden religiöse Inhalte und Symbole doch der alleinigen kirchlichen Verfügbarkeit entzogen. Das Modul thematisiert diese Aspekte, indem es sich zunächst den Entwicklungslinien von Religions-, Kirchen- und Mediengeschichte bis in die Gegenwart widmet, und gegenwärtige Entwicklungen von Religion unter den Bedingungen tiefgreifender Mediatisierung so historisch kontextualisiert und deutbar macht. Daneben rücken theoretische Auseinandersetzungen mit der gegenwärtigen Situation religiöser Kommunikation unter den Bedingungen einer digital geprägten Mediatisierung in den Mittelpunkt, und richten den Blick auf Fragen zum generellen Verhältnis von Religion und Medien und dessen gegenwärtigen Verschiebungen, aber auch auf Konsequenzen für spezifische Einheiten des Religiösen, etwa religiöse Institutionen, Hierarchien, Sozialformen und Rituale. Empirische Studien helfen, der Auseinandersetzung mit Religion und neuen Medien Präzision zu verleihen und Folgefragen aufzuwerfen.				
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium				
Prüfungsformen Online-Tests und Präsentationen als studienbegleitende Leistungen, als Modulabschlussprüfung schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-15 Seiten				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung der Präsenzveranstaltungen (Textlektüre, Online-Tests), erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen (Inputs für die Präsenzveranstaltungen) und der Modulabschlussprüfung (s.o.)				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -				
Stellenwert der Note für die Endnote: 5 %				
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den Fächern Pastoraltheologie, Religionssoziologie/-wissenschaft				
Sonstige Informationen: -				

Kommunikationsbezogene Module (30 CP)

K1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaften					
Credits 7 CP	Workload 210 h	Semester 1./2. Sem.	Turnus Jährlich ab WiSe	Dauer 2 Semester	
Lehrveranstaltungen a) K1-1: Grundlagen der Kommunikation (Seminar/Vorlesung) b) K1-2: Kommunikationsplanung (Seminar)			Kontaktzeit a) 30 h b) 30 h	Selbststudium a) 60 h b) 30 h Modulabschlussprüfung 60h	Gruppengröße 5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -					
Lernziele (learning outcomes) Die Studierenden werden befähigt, grundlegende Theorien der verschiedenen kommunikationsbezogenen Wissenschaften zu benennen, zu vergleichen, und auf spezifische Fälle der Glaubenskommunikation eigenständig anzuwenden. Auf der theoretischen Grundlage können sie zudem bestehende kirchlich-religiöse Kommunikationspraktiken bewerten und sind in der Lage, konkrete Handlungsperspektiven zur Verbesserung zu entwickeln. Mit einem besonderen Fokus auf ihre berufspraktische Qualifikation werden sie in die Lage versetzt, für definierte Zielgruppen passgenau Kampagnen zu entwickeln, zu kalkulieren und ein Budgettreueversprechen abgeben zu können. Sie können die Leitung und Teamführung in einer Kampagne übernehmen und einen Kommunikationsrahmen definieren, in dem Dritte operieren können.					
Inhalt Das Modul „Grundlagen der Kommunikation“ bietet zunächst eine Auseinandersetzung mit den wesentlichen Fragen menschlicher Interaktion und zugehörigen theoretischen Ansätzen: Wie werden Informationen mental prozessiert? Nach welchen Regeln gelingt und misslingt Kommunikation, wie lässt sich Fehlkommunikation erklären? Die spezifische Blick- und Übungsrichtung des Moduls liegt damit auf der Rezipientenebene: Welchen Regeln unterliegt die Aufnahme öffentlich vermittelter kommunikativer Inhalte? Wie sind kommunikative Bedarfe strukturiert; wie werden diese Bedarfe gezeigt; wie werden Konflikte der Bedürfnisbefriedigung ausagiert? Dieses Wissens wird auf religiöse Kommunikation hin gewendet, diese unter der Perspektive pragmatischer Linguistik erschlossen und etwa Missionsstrategien in der Kirchengeschichte als Anwendungsfälle von Kommunikationstheorien analysiert und bewertet. Ein zentraler Fokus liegt zudem auf der Frage, wie übliche theologische Argumentationsmuster kommunikativ in die Öffentlichkeit getragen werden können. Darüber hinaus wird die Planung komplexer Kommunikationsvorhaben und kommunikativer Strategienthematisiert. Im Mittelpunkt stehen dabei multimediale Perspektiven, bei denen Online- und Offline-Aktivitäten zusammengedacht und zusammen choreografiert werden. Die zu entwickelnden Kampagnen folgen den Prinzipien moderner Erzählstrategien.					
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium					
Prüfungsformen Präsentation oder Klausur (Dauer von 2 h) als studienbegleitende Leistung, Klausur (Dauer von 2 h) oder mündliche Prüfung (Dauer von 15-20 min) als Modulabschlussprüfung					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung, erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)					
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -					
Stellenwert der Note für die Endnote: 5 %					

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den kommunikations- und medienbezogenen Disziplinen der RUB sowie externe Kooperationspartner / PraktikerInnen
Sonstige Informationen: -

K2: Design und Narration				
Credits 7 CP	Workload 210 h	Semester 1./2. Sem.	Turnus Jährlich ab WiSe	Dauer 2 Semester
Lehrveranstaltungen a) K2-1: Informationsdesign (Seminar) b) K2-2: Crossmediales Storytelling (Seminar)		Kontaktzeit a) 15 h b) 30 h	Selbststudium a) 45 h b) 60 h Modulabschlussprüfung 60h	Gruppengröße 5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -				
Lernziele (learning outcomes) Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis von ästhetischer Gestaltung und ihren Anforderungen. Sie werden befähigt, gestalterische Aufgabenstellungen zielgerichtet zu lösen, können ihre Gestaltungen schlüssig herleiten und argumentativ verteidigen. Sie entwickeln die Fähigkeit, basierend auf den Theorien des Storytellings selbst Geschichten zu entwickeln, die sich in Form von Kommunikationsmaßnahmen erzählen lassen. Sie planen crossmediale Formate und entwickeln die Fähigkeit, ihre Strategie im laufenden Prozess an auftretende Herausforderungen anzupassen.				
Inhalt Dieses Modul fokussiert Grundlagen, Praxis und Reflektion von Gestaltung. Im ersten Seminar des Moduls liegt dafür der Schwerpunkt auf den Herausforderungen gelungenen Informationsdesigns. Im Mittelpunkt steht insbesondere die Frage, wie Inhalte so aufbereitet werden können, dass sie verstanden werden. Dafür werden Grundlagen von Ästhetik, Nutzung und mentaler Verarbeitung von Information erarbeitet. Praktische Beispiele aus dem Bereich kirchlicher Kommunikation sollen die Analyse solcher gestalterischen Aspekte erlauben. Ein zweites Seminar thematisiert die Grundlagen des Storytellings und die Verbindung unterschiedlicher Medien und ihr Zusammenwirken in erzählerischen Zusammenhängen. Erzählstrategien werden hier als weitreichendes Konzept begriffen, mit dem multimediale und crossmediale Konzepte schlüssig zusammengefügt werden können. In der Anwendung schließlich steht die praktische Konzeption von Erzählstrategien für unterschiedliche kirchliche Anwendungsfälle im Mittelpunkt.				
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium, praktische Anwendungen				
Prüfungsformen Präsentation und schriftliche Anwendungen als studienbegleitende Leistungen, Arbeitsprobe/Entwurf als Modulabschlussprüfung				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung, erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -				
Stellenwert der Note für die Endnote: 5 %				
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den kommunikations- und medienbezogenen Disziplinen der RUB sowie externe KooperationspartnerInnen / PraktikerInnen				
Sonstige Informationen: -				

K3: Konzeption und Evaluation von Kommunikationsprojekten				
Credits 8 CP	Workload 240 h	Semester 3./4. Sem.	Turnus Jährlich ab WiSe	Dauer 2 Semester
Lehrveranstaltungen a) K3-1: Diskurs, Überzeugung und Ethik in der Kommunikation (Seminar/Vorlesung) b) K3-2: Projekte evaluieren und Kommunikationserfolge messen (Seminar)		Kontaktzeit a) 30 h b) 30 h	Selbststudium a) 60 h b) 60 h Modulabschlussprüfung 60h	Gruppengröße 5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -				
Lernziele (learning outcomes) Die Studierenden werden befähigt, die Bedürfnisse ihres Auftraggebers zu erfassen, auf theologische und gesellschaftliche Standards des zu kommunizierenden Inhaltes hin zu reflektieren, beides zu verbinden und in eine praktische Konzeption zu überführen. Sie können Auftraggeber ohne eigene Kommunikationskompetenz beraten und mit diesen Lösungswege entwickeln, wie Ziele, die aus theologischer Perspektive formuliert wurden, in die Fachsprache der Kommunikation übertragen werden können. Die Studierenden werden außerdem befähigt, Sekundärdaten in Bezug auf ihre eigenen kommunikativen Initiativen eigenständig zusammenzustellen, auszuwerten und etwa zielgruppenbezogene Schlussfolgerungen zu ziehen sowie eigene Daten mit gegenstandsadäquaten Methoden unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen zu erheben und auszuwerten. Sie können schließlich die eigene berufspraktische Arbeit unter Rückbezug auf die Projektziele evaluieren.				
Inhalt Das Modul umfasst mehrere Veranstaltungen, die sich der praktischen Planung, Realisation und abschließenden Evaluation von Projekten der Glaubenskommunikation widmen. Im Spezialisierungsseminar „Diskurs, Überzeugung und Ethik in der Kommunikation“ stehen die -Herausforderungen der Interaktion mit Kunden/Auftraggebern im Mittelpunkt: Wie lassen sich die kommunikativen Herausforderungen des Auftraggebers verstehen und in passende Formen bringen? Wo liegen die ethischen Grenzen dessen, was Beeinflussung anderer bewirken darf? Wie gelingt der Dialog zwischen kommunikativer Notwendigkeit, konkreten Kommunikationsmethoden und kommunikativem Ziel? Im Mittelpunkt steht die Auseinandersetzung mit der Herausforderung, schlüssige, marktaugliche Kommunikationskonzepte für spezifische, in diesem Fall kirchen-/religionsbezogene Kommunikationsaufträge zu entwickeln und ihre Wirkung zu messen. Das Modul baut dabei auf die in den Modulen K1 und K2 gelegten Grundlagen auf, und bezieht auch die in den Modulen T1 und G1 erworbenen Kompetenzen mit ein. Ein weiterer Lerninhalt des Moduls ist außerdem die Evaluation von Kommunikationsprojekten. Dafür werden zunächst einige Grundlagen der empirischen Sozialforschung mit Blick auf die Charakteristika qualitativer und quantitativer Forschung, auf Methoden des Forschungsdesigns, der Datenerhebung, -auswertung und Forschungsethik thematisiert. Darauf baut weiterführend die Vermittlung von spezialisiertem Fachwissen zu methodischen und methodologischen Zugängen der Evaluationsforschung auf. Die selbstständige Konzeption und Durchführung von Erhebungen rund um das eigene Arbeitsfeld inkl. der Erhebung, Auswertung und Interpretation von Daten sowie In- Beziehung-Setzen mit den jeweiligen Projektzielen überführt das methodisch-methodologische Wissen schließlich in die Praxis und deren Reflektion.				
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium, praktische Anwendungen				
Prüfungsformen Veranstaltungsportfolios, Präsentationen, Online-Tests als studienbegleitende Leistungen, als Modulabschlussprüfung schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-15 Seiten (Evaluationskonzept, Projektreflektion)				

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, zugehörige Vorbereitung, erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -

Stellenwert der Note für die Endnote: 10 %

Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den kommunikations- und medienbezogenen Disziplinen, Religionssoziologie sowie externe KooperationspartnerInnen / PraktikerInnen

Sonstige Informationen: -

K4: Medienformen und Ästhetik				
Credits 8 CP	Workload 240 h	Semester 3./4. Sem.	Turnus Jährlich ab WiSe	Dauer 2 Semester
Lehrveranstaltungen a) K4-1: Social Media (Seminar) b) K4-2: Ästhetische Gestaltung (Seminar)		Kontaktzeit a) 30 h b) 30 h	Selbststudium a) 60 h b) 60 h Modulabschlussprüfung 60h	Gruppengröße 5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen: -				
Lernziele (learning outcomes) Die Studierenden setzen sich mit gegenwärtigen Social-Media-Strategien gerade im Bereich der Glaubenskommunikation auseinander und werden befähigt, diese auf ihre Gestaltung hin zu analysieren und zu bewerten. Sie werden befähigt, selbst Strategien entwickeln, die auf die sich ständig ändernden Besonderheiten sozialer Netzwerke reagieren. Die Studierenden lernen auch gängige Theorien der Ästhetik und wenden diese auf das Feld der Glaubenskommunikation an, entwickeln darauf aufbauend aber die Kompetenz, sich von statischen Theorien zu lösen und stattdessen die sich ständig ändernden Umgebungsparameter von sozialen Netzwerken jeweils situationsadäquat neu zu bewerten. Sie entwickeln eigenständige und theoriegeleitete ästhetisch funktionale Veranstaltungsdesigns für extern vorgegebene religiöse Zwecke und sind in der Lage, diese in ihren konzeptionellen Akzenten zu begründen.				
Inhalt Das Seminar „Social Media“ vertieft relevante Spezialisierungsbereiche der sozialen Medien, die zum gegenwärtigen Kompetenzprofil der Glaubenskommunikation gehören, darunter etwa Influencer-Marketing, Social Media für Großorganisationen oder den Umgang mit Kommunikationskrisen, und überführt dies in die Reflexion kirchlicher Kommunikationsarbeit. In der praktischen Anwendung soll eigene Social-Media-Strategien erarbeitet und erprobt sowie ihre Erfolge gemessen werden. Im Spezialisierungsseminar „Ästhetische Gestaltung“ stehen schließlich Fragen der Gestaltung von Events und Räumen im Mittelpunkt. Dies umfasst insbesondere die Verbindung konkreter Veranstaltungsdesigns mit theologischen Diskussionen, christlichen Symbolen und christlichen Narrativen: Wie können „spaces“ (outdoor wie indoor) so gestaltet werden, dass sie einem kommunikativen Zweck dienen und die Botschaftsübermittlung erleichtern?				
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium, praktische Anwendungen				
Prüfungsformen Veranstaltungsportfolios, Präsentationen, Anwendungsübungen als studienbegleitende Leistungen, als Modulabschlussprüfung Projektentwicklung (mündliche Präsentation, Dauer von 15 min und schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10 Seiten)				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Präsenztagen, zugehörige Vorbereitung (Textlektüre, Online-Tests), erfolgreicher Abschluss der studienbegleitenden Leistungen und der Modulabschlussprüfung (s.o.)				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -				
Stellenwert der Note für die Endnote: 10 %				
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den Fächern Pastoraltheologie, Religionswissenschaft, den kommunikations- und medienbezogenen Disziplinen der RUB sowie externe KooperationspartnerInnen / PraktikerInnen				
Sonstige Informationen: -				

A1: Kampagnenentwicklung				
Credits 8 CP	Workload 240 h	Semester 5. Sem.	Turnus Nur WiSe	Dauer 1 Semester
Lehrveranstaltungen Kampagnenentwicklung (Seminar)		Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 210 h (inkl. Gruppenarbeit)	Gruppengröße 5-20 Studierende
Teilnahmevoraussetzungen Erfolgreicher Abschluss aller Module des T, G und K-Bereichs				
Lernziele (learning outcomes) Die Studierenden werden befähigt, ihre bisher erworbenen Kompetenzen in der Erstellung einer tatsächlichen Kampagne zusammenfließen zu lassen sowie selbstständig die erforderlichen inhaltlichen Wissensbestände zu identifizieren und zu erarbeiten. Sie arbeiten dabei in einem Team, während sie eigenständige Verantwortung für Teilbereiche der Kampagne übernehmen. Sie überführen ihre strategischen und operativen Fähigkeiten in die Bearbeitung eines konkreten Praxisfalls und entwickeln die Fähigkeit zur umfassenden projektorientierten Selbstkritik.				
Inhalt Neben der Masterarbeit ist die Entwicklung und Durchführung einer Kampagne die zweite zentrale Abschlussleistung des Masterstudiengangs Crossmediale Glaubenskommunikation. Die Studierenden erarbeiten hierbei in der Studienkohorte eine Kommunikationskampagne zu einem kirchenbezogenen Thema. Dabei werden alle im Studiengang erlernten und vertieften Kompetenzen auf einen selbstgewählten Anlass/Inhalt oder in Zusammenarbeit mit einem externen Praxispartner und auf dessen Auftrag angewandt. Dies umfasst dabei insbesondere die theologische und religionssoziologische Erschließung des Themas und seiner kommunikativen Potentiale und Herausforderungen, die Konzeptionierung einer Kommunikationsstrategie und Entwicklung einer speziell auf das Thema bzw. den Auftraggeber zugeschnittenen Kampagne inklusive gestalterischer Entwürfe. Das Gesamtkonzept wird abschließend dem Auftraggeber/Praxispartner und/oder universitätsöffentlich präsentiert.				
Lehrformen Seminar/Vorlesung, Web-Sitzungen, Selbststudium, praktische Anwendungen				
Prüfungsformen Projektarbeit (Entwicklung einer Kampagne, schriftliche Ausarbeitung im Umfang von ca. 25 Seiten und Präsentation)				
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Teilnahme an den Kontaktzeiten mit Dozierenden und/oder KommilitonInnen, erfolgreicher Abschluss der Modulabschlussprüfung (s.o.)				
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -				
Stellenwert der Note für die Endnote: 10 %				
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und Wissenschaftliche MitarbeiterInnen aus den kommunikations- und medienbezogenen Disziplinen der RUB sowie externe KooperationspartnerInnen / PraktikerInnen				
Sonstige Informationen: -				

A2: Masterarbeit					
Credits 17 CP	Workload 510 h	Semester 6. Sem.	Turnus -	Dauer 1 Semester	
Lehrveranstaltungen Masterarbeit, Kolloquium			Kontaktzeit 10 h (Kolloquium/ Verteidigung)	Selbststudium 500 h	Gruppengröße -
Teilnahmevoraussetzungen Erfolgreicher Abschluss aller Module des T, G und K-Bereichs					
Lernziele (learning outcomes) Die Teilnehmenden können sich eigenständig und vertieft mit einem wissenschaftlichen Spezialfall befassen. Sie kennen ihr Vorwissen, können Wissenslücken identifizieren und eigenständig schließen. Sie können eine Fragestellung entwickeln und stringent auf hohem wissenschaftlichen Niveau bearbeiten, dazu Theorien und Forschungsdebatten analysieren, gliedern, in Beziehung setzen und im Rahmen der Fragestellung beurteilen. Sie verfestigen ihre Kompetenzen in der praktischen Anwendung der erlernten empirischen Methoden und/oder praxisbezogenen Strategien und in der selbstkritischen Bewertung der eigenen wissenschaftlichen Arbeit. Sie vertiefen Erfahrungen in der Präsentation und Verteidigung des Erarbeiteten.					
Inhalt Die Studierenden verfassen eine Masterarbeit auf dem Stand der wissenschaftlichen Forschung zu einem selbstgewählten Thema aus den Arbeitsfeldern des Studienganges, das mindestens drei Themen aus unterschiedlichen Modulen verschiedener fachlicher Stränge verbindet. Die Arbeit kann empirische oder praktische Anteile enthalten. Die Studierenden verteidigen die Arbeit in einem wissenschaftlichen Kolloquium.					
Lehrformen Eigenleistung der Studierenden inkl. Präsentation in Kolloquium, Betreuung in Sprechstunden					
Prüfungsformen Masterarbeit im Umfang von ca. 75-100 Seiten, Präsentation und Verteidigung der Arbeit im Kolloquium					
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen (s.o.)					
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): -					
Stellenwert der Note für die Endnote: 20 %					
Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Matthias Sellmann; ProfessorInnen und promovierte MitarbeiterInnen aus den theologischen, religionswissenschaftlichen und kommunikations- und medienbezogenen Disziplinen der RUB sowie mindestens promovierte KooperationspartnerInnen					
Sonstige Informationen: -					