



BERUFSPERSPEKTIVEN

- Interne oder externe Organisationskommunikation
- Öffentlichkeitsarbeit
- Social Media-Management
- Personalentwicklung
- Kommunikationsberatung
- Public Relations
- Entwicklungszusammenarbeit
- Wissenschaft (Lehre/Forschung an Hochschulen, Forschungseinrichtungen etc.)



KONTAKT

Fachstudienberaterin Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft

der Abteilung für Interkulturelle Kommunikation und
Mehrsprachigkeitsforschung mit Sprachlernzentrum des
Instituts für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft
Lennéstraße 6, 53113 Bonn

Dr. Erika Linz

Tel.: +49 228 73-7995

elinz@uni-bonn.de

Studiengangsmanagerin

des Instituts für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft
Lennéstraße 6 | 53113 Bonn

Claudia Wolf, M.A.

Tel.: +49 228 73-54119

clwolf@uni-bonn.de

Fachschaft

Lennéstraße 6 | 53113 Bonn

fachschaft.ikm@uni-bonn.de

➔ www.ikm.uni-bonn.de/de/studium/fachschaft

Prüfungsamt der Philosophischen Fakultät

➔ www.philfak.uni-bonn.de/de/studium/pruefungsamt

Zentrale Studienberatung

Poppelsdorfer Allee 49 | 53115 Bonn

Tel.: +49 228 73-7080

zsb@uni-bonn.de

➡ www.uni-bonn.de/zsb



Stand: April 2025

Bildnachweis: Titel und Außenseiten: colourbox.com; Innenseite links: Universität Bonn; Innenseite rechts: F. Homann



Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft



Philosophische Fakultät

Bachelor

► Bachelor of Arts (B.A.)



Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft

Globalisierungs- und Migrationsprozesse führen zu einem zunehmenden Bedarf an wissenschaftlich qualifizierten Kommunikationsexpert*innen. Der Studiengang Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft reagiert auf diese Herausforderungen und bietet eine entsprechende wissenschaftliche Ausbildung, die für vielfältige kommunikationsorientierte Berufsfelder in einem mehrsprachigen und kulturell heterogenen Umfeld qualifiziert.

Das Studium verknüpft sprach-, kultur- und medienwissenschaftliche Theorieansätze mit Perspektiven der interkulturellen Kommunikation und der Mehrsprachigkeitsforschung. Studierende werden darauf vorbereitet, mündliche und schriftliche Kommunikationsformen spezifisch (adressat*innen-, medien- und situationsgerecht) anwenden zu können. Das Ziel ist die Vermittlung von differenzierten sprachlich-kommunikativen und interkulturellen Kompetenzen. Der Studiengang qualifiziert für die Arbeit in einem durch sprachlich-kulturelle Vielfalt und schnelle mediale Veränderungen geprägten Umfeld. Ein vierwöchiges externes Praktikum ist obligatorischer Bestandteil des Studiengangs. Weiterer Praxisbezug wird vor allem durch ein Berufsorientierungsseminar mit auswärtigen Expert*innen und durch eine schreibpraktische Übung gewährleistet.



Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft in Bonn

Der Studiengang Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft verknüpft linguistische sowie kultur- und medienwissenschaftliche Theorieansätze mit Perspektiven der Interkulturellen Kommunikation und der Mehrsprachigkeitsforschung. Er vermittelt den Studierenden die für eine spätere Berufstätigkeit als Kommunikationsexpert*innen unerlässlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse sowie praxisbezogene Kompetenzen, um den wachsenden Herausforderungen an die Kommunikation in einer globalisierten Mediengesellschaft begegnen zu können. Der Studiengang bereitet die Studierenden so darauf vor, mündliche und schriftliche Kommunikationsformen adressaten-, medien- und situationsspezifisch anwenden zu können und in mehrsprachigen und interkulturellen Kommunikationssituationen kompetent und kreativ zu agieren.

Weitere Informationen

Abteilung Interkulturelle Kommunikation und Mehrsprachigkeitsforschung mit Sprachlernzentrum (IKM) des Instituts für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft

➔ www.ikm.uni-bonn.de/de/studium/studienangebot

EMPFOHLENE SPRACHKENNTNISSE

Es werden Englischkenntnisse gemäß des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GeR) empfohlen, die dem Niveau von fünf schulischen Lernjahren entsprechen (GeR-Niveau B2).

STUDIENINHALTE UND -VERLAUF

Der Studiengang Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft wird als ein Fach im Rahmen eines Zwei-Fach-Bachelorstudiums studiert und hat einen Umfang von 78 Leistungspunkten. Die Regelstudienzeit beträgt 6 Semester. Der Studiengang besteht aus neun Pflichtmodulen und einem interdisziplinären Wahlpflichtbereich:

- M1 Theorien und Analysemethoden sprachlicher Kommunikation (6 LP)
- M2 Sprachwissenschaftliche Grundlagen (6 LP)
- M3 Sprachliche Vielfalt (6 LP)
- M4 Kultur, Trans- und Interkulturalität (12 LP)
- M5 Mediale Kommunikation (12 PL)
- M6 Mehrsprachigkeit (6 LP)
- M7 Kommunikation im Beruf (6 LP)
- M8 Forschendes Lernen (12 LP)
- M9 Externes Praktikum (6 LP)
- Modul des interdisziplinären Wahlpflichtbereichs (6 LP)

Als weitere Prüfungsleistungen sind zu absolvieren:

- die Module des zweiten Bachelor-Teilstudiengangs (78 LP)
- Module des freien Wahlpflichtbereichs (Überfachlicher Praxisbereich) der Philosophischen Fakultät (12 LP)
- die Bachelorarbeit (12 LP)

PRAKTIKUM

Ein vierwöchiges externes Praktikum ist ein obligatorischer Bestandteil des Studiengangs (Modul 9). Es wird intensiv durch eine*n Praktikumsverantwortliche*n begleitet und kann sowohl im Inland als auch im Ausland absolviert werden.

AUSLANDSSTUDIUM

Der Studiengang sieht keine verpflichtenden Auslandsaufenthalte vor, gleichwohl werden Auslandserfahrungen mit Blick auf die Internationalisierung der akademischen Ausbildung sowie die angestrebten Tätigkeiten empfohlen und durch einen weitgehend flexiblen Gestaltungsplan des Studienverlaufs unterstützt und gefördert. Im Rahmen des Erasmus+-Programms existieren vielfältige Kooperationen der Abteilung mit europäischen Universitäten. Darüber hinaus besteht über das International Office der Universität Bonn ein breites Angebot an Programmen für die Durchführung von Auslandsaufenthalten weltweit.

STUDIENMÖGLICHKEITEN IN BONN

Der sechssemestrige Bachelorteilstudiengang Sprache und Kommunikation in der globalisierten Mediengesellschaft wird als Fach im Zwei-Fach-Modell angeboten. Dabei stehen vor allem grundsätzlich alle weiteren Zwei-Fach-Bachelorstudiengänge der Philosophischen Fakultät zur Auswahl. Einzige Ausnahme ist der Studiengang Deutsch als Zweit- und Fremdsprache. Besonders empfohlen wird eine Kombination mit den Fächern Medienwissenschaft, Südostasienwissenschaft, Politik und Gesellschaft sowie mit den Einzelphilologien English Studies, Französisistik, Germanistik, Hispanistik und Italianistik, da zu diesen ausgeprägte fachliche Affinitäten bestehen.

➔ www.uni-bonn.de/ba-kombinationen

STUDIENORIENTIERUNG UND -EIGNUNG

Webportal Studienorientierung

➔ www.uni-bonn.de/studienorientierung

Online-Self-Assessment (Studienorientierungstest)

➔ www.uni-bonn.de/selfassessment

BEWERBUNG UND ZULASSUNG

Aktuelle Informationen zu den Studiengängen sowie zur Zulassungssituation unter:

➔ www.uni-bonn.de/studienangebot

➔ www.uni-bonn.de/bewerbungsportal

TÄTIGKEITSFELDER

Durch die Verschränkung von Theorie- und Methodenwissen mit praxisbezogenen Ausbildungsanteilen qualifiziert der Studiengang die Studierenden für vielfältige kommunikationsorientierte Berufsfelder in einem mehrsprachigen und kulturell heterogenen Umfeld, etwa in den Kommunikations- und PR-Bereichen von nationalen und internationalen Institutionen, Mittlerorganisationen, Medien und Unternehmen oder in der Entwicklungszusammenarbeit. Hierzu zählen Tätigkeiten in der internen und externen Organisationskommunikation, der Öffentlichkeitsarbeit, im Social Media-Management, in der Personalentwicklung und in der Kommunikationsberatung.

Die frühzeitige Orientierung der Studierenden über mögliche Berufsfelder wird durch die Module „Kommunikation im Beruf“ (Modul 7) und „Externes Praktikum“ (Modul 9) gewährleistet: Sowohl das Berufsorientierungsseminar mit Exkursionen und Expert*innengesprächen des Modul 7 als auch das Praktikum vermitteln den Studierenden Einblicke in mögliche Berufsfelder, ermöglichen die Ausbildung von Interessensprofilen und die Vorbereitung der Berufswahl.

