

A word cloud background featuring various German terms related to media and communication, such as 'MEDIEN', 'TEXT', 'POLITIK', 'DEMOKRATIE', 'WISSEN', 'LEBEN', 'BILD', 'YOUTUBE', 'VERNEHMEN', 'SCHLAGWORT', 'WIRTSCHAFT', 'FORSCHUNG', 'SCHULUNG', 'DESSIG', 'GRASST', 'MENSCHEN', 'WEBSITE', 'SPALTEN', 'BILDUNG', 'SOCIAL', 'BILD', 'WISSEN', 'MEDIEN', 'LEBEN', 'WISSEN', 'BILDUNG', 'SCHLAGWORT', 'WIRTSCHAFT', 'FORSCHUNG', 'SCHULUNG', 'DESSIG', 'GRASST', 'MENSCHEN', 'WEBSITE', 'SPALTEN', 'BILDUNG', 'SOCIAL', 'BILD', 'WISSEN', 'MEDIEN', 'LEBEN', 'WISSEN', 'BILDUNG'. A red stamp with the word 'WANTED' is placed over the top left of the word cloud.

Kommunikations- Expert/inn/en

**Herzlich willkommen zur
Master-Informationsveranstaltung**

Das Masterprogramm am IKMZ

Das Master-Studienprogramm am IKMZ bietet Ihnen ...

- grosse Wahlmöglichkeiten bei der Spezialisierung durch die mögliche Vertiefung in einem von vier Forschungsschwerpunkten.
- grosse Wahlfreiheit bei der Auswahl von Lehrveranstaltungen
- persönliche und direkte Erfahrungen in Projektplanung, Projektmanagement und empirischer Forschung durch forschungsnahe Lehre

Sie erwerben ...

- ... umfassende und vertiefte empirisch-methodische Qualifikationen der Sozialwissenschaften
- ... vertieftes theoretisches und thematisches Wissen in ausgewählten publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Spezialbereichen
- ... Kompetenzen in Projektplanung und Projektmanagement

Mögliche Tätigkeitsbereiche

Damit qualifizieren Sie sich für leitende, evaluative und organisierende Tätigkeiten in den verschiedensten Bereichen der **Kommunikationspraxis**, u.a.:

- (Externe) Unternehmenskommunikation / Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit
- Marketing / Werbung
- Organisationskommunikation
- Angewandte Medien-, Kommunikations-, Markt- & Meinungsforschung
- Neue Medien
- Medienmanagement
- Politische Kommunikation
- Krisenkommunikation / Risikokommunikation
- Fort- und Weiterbildung im Kommunikations- und Medienbereich

Und natürlich auch für eine **wissenschaftliche Karriere** am IKMZ oder an anderen Standorten unseres Fachs im In- und Ausland

STRUKTUR & AUFBAU

Masterprogramm PuK (Hauptfach)

Hauptfach Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (90 ECTS-Punkte)
+ 1 Nebenfach (30 ECTS-Punkte) oder
+ 2 Nebenfächer (à 15 ECTS-Punkte)



SCHWERPUNKTE

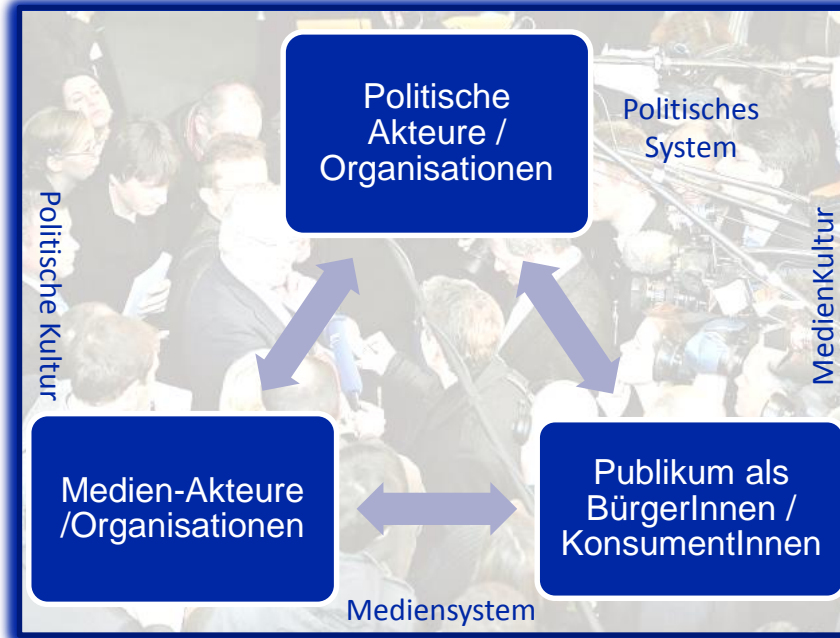
Fokus: Politische Kommunikation

SP Politische Kommunikation & Medienpolitik



Politik:

- Politisches Marketing, Wahlkämpfe, Lobbying
- E-Government & Web-Campaigning
- Digitale Demokratie, Medien-Demokratie
- Polit. Rhetorik und Überzeugungskommunikation
- Kommerzialisierung u. Popularisierung d. Politik
- Celebrity Politics & Personalisierung
- Politischer Populismus, Medienpopulismus



Publikum:

- Politikverdrossenheit und digitale Spaltung
- Politische Beteiligung und Mobilisierung
- Polarisierung der Öffentlichkeit, Hostile Media Bias
- Emotionen in der pol. Kommunikation



Medien:

- «Medienmacht» und Medialisierung der Politik
- Medien als polit. Akteur: Parteilichkeit, Agenda Setting, Kritik und Kontrolle
- Medienqualität, Debattenqualität, Demokratiequalität
- Medienregulierung, Gemeinwohl, Internet Governance
- Politischer Humor, Satire, Popular Culture
- Social Media, Citizen Journalism, Online News



Fokus: Internet & Gesellschaft

SP Medienökonomie & Neue Medien

Internet und Mobilkommunikation verändern moderne Gesellschaften.

Der Schwerpunkt analysiert Bedingungen und Auswirkungen dieses Wandels:

- Wie nutzen Einzelne das Internet? Welche Online-Skills haben Sie? Was bewirkt das?
- Wie verändert sich die strategische Kommunikation von politischen Organisationen, Unternehmen, NGOs etc.? Wie agieren Medienunternehmen unter Online-Bedingungen?
- Was sind die gesellschaftlichen Bedingungen und Folgen – von möglichen «digital divides» über fragmentierte Online-Öffentlichkeiten bis zu Regulierungsbedarf

Sie lernen, den Medienwandel zu analysieren

- regulatorische und wirtschaftlich-strategische Entscheidungen zu beurteilen,
- Chancen & Risiken von Medieninnovationen abzuschätzen.

Diese Strategiebildungskompetenzen sind nützlich

- in Forschungseinrichtungen und Bundesämtern,
- in Strategie- und Kommunikationsabteilungen von Organisationen.



Fokus: News & Entertainment

SP Massenkommunikation & Effekte

Im Fokus: Zwei Bereiche im Wandel!

Starke Veränderungen bei den Produktionsbedingungen, Inhalten, der Nutzung und der Wirkung. Welches sind die strukturellen, technologischen und institutionellen Ursachen?

Grenzen verschwimmen

zwischen Information und Entertainment bzw. zwischen Journalismus und Fiktion, Hybridformen entstehen (Infotainment).

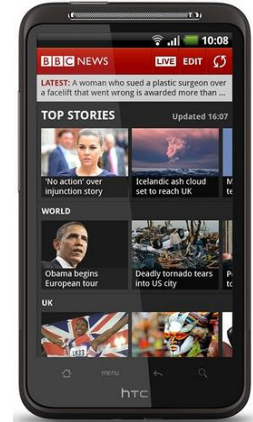
Was sind die **Konsequenzen**?

Gesellschaftlich:

Politikverdrossenheit, andere Weltbilder, Fragmentierung des Publikums

Beispielprojekte

- Optimierung vektorspezifischer Nachrichtenprodukte
- Optimierung von Transmedia-Produkten
- Verstärkt sich die wechselseitige Koorientierung der Medien?
- Fördert der Trend zum Infotainment Populismus?
- Wieviel Infotainment «vertragen» Informationssendungen?
- Wie entstehen Medienhypes und «firestorms»?



Fokus: Strategische Kommunikation

SP Strategische Kommunikation & Medienleistungen

Die Kommunikation von Unternehmen, Organisationen, dem Staat und der Politik verfolgt in aller Regel zielgerichtet, d.h. sie verfolgt einen bestimmten Zweck, z.B. die Veränderung von Wissen, Einstellungen, Verhalten.



Akteure

Welche Ziele verfolgen Organisationen mit ihrer strategischen Kommunikation? Wie verfolgen Sie diese Ziele? Wie evaluieren Sie?

Appelle

Wie sehen erfolgreiche strategische Kommunikationsappelle aus – wie der Mix aus Argumenten und Stilmittel? Wie funktionieren Stilmittel (Emotionen, Narrationen, Humor, ...)?

Prozesse

Wie verarbeiten Rezipienten persuasive Appelle? Wann lassen Sie sich überzeugen, wann nicht? Kann die Verarbeitungsweise durch die Appelle gesteuert werden? Welche Rolle spielen Personmerkmale?

Beispielprojekte

- Optimierung von Nachhaltigkeitskommunikation (Sustainability)
- Strategien und Wirkungen von Abstimmungskampagnen und -debatten
- Informationskampagnen: Konzeption und Evaluation von Kampagnen zur Suchtprävention und zur Verkehrssicherheit
- Wie kann klimafreundliches Verhalten in der Bevölkerung kommunikativ gefördert werden?

Ein Ausblick auf das Angebot ab HS19



LEHREN UND LERNEN

Lehrformen

- Sie arbeiten in kleinen Gruppen und profitieren entsprechend vom persönlichen Kontakt zu Dozierenden und anderen Studierenden.
- Die Lehrveranstaltungen sind geprägt durch Interaktion und Diskussion. Sie können entsprechend ihr Wissen und ihre Ideen einbringen.
- Sie werden direkt in laufende Forschungsvorhaben am IKMZ eingebunden und lernen so kommunikationswissenschaftliche Projekte aus der Innensicht kennen.
- Sie arbeiten direkt an realen wissenschaftlichen Projekten mit und lernen so, selbst entsprechende Projekte durchzuführen (Forschungs- und Methodenkompetenz).
- Sie werden dabei unterstützt, frühzeitig interessante Themen für die Masterarbeit (z.B. aus den Forschungsseminaren) zu finden.
- UND: Sie werden unterstützt, wenn Sie sich für einen Studienaufenthalt im Ausland interessieren.



Selbstorganisiertes Lernen

Im Master-Studium bedeutet selbstorganisiertes Lernen für Sie ...

- Ihren Lernprozess selbständig und selbstbestimmt zu planen, umzusetzen, zu steuern und zu kontrollieren;
- sich bestimmte, für das Studium relevante Ziele zu setzen;
- einen eigenen Zeitplan zu erstellen und einzuhalten;
- verschiedene Lernstrategien auszuwählen und anzuwenden;
- frühzeitig und selbstständig Informationen zu den Themen und Schwerpunkten einzuholen;
- sich selbst zu motivieren und nicht nur von anderen motivieren zu lassen;
- sich von anderen Studierenden, aber auch von den Dozierenden beraten lassen.

Fazit einer Absolventenstudie

- Das am IKMZ erworbene Wissen und die Erfahrungen kann gewinnbringend im Berufsalltag eingesetzt werden.
- Die analytische Reflexionskompetenz zahlt sich also im Berufsalltag der Absolventen des IKMZ aus.
- Ein Masterstudium am IKMZ bereitet somit sehr gut auf den Berufsalltag vor.

Quelle: Reichel & Wirth (2011)

FORMALIA

Zulassung, Auflagen, Fristen

Zulassung **ohne** Auflagen:

- Bachelor-Hauptfach-Abschluss in PuK (120 ECTS-Punkte)

Zulassung **mit** Auflagen/Bedingungen:

- Bachelor-Abschluss mit mind. 60 ECTS-Punkten in PuK anrechenbar

Bewerbungsfristen auf HS18:

- Semestereinschreibung (bereits immatrikuliert) 15. – 31. Mai
- Bewerbung mit Schweizer Vorbildung 1. Dez. – 30. April
- Bewerbung mit ausländischer Vorbildung 1. Dez. – 30. April

Weitere Informationen

Anträge für die Zulassung zum Masterstudium (Onlinebewerbung) sind an die Kanzlei der UZH zu richten (wenn nicht direkt im Anschluss an Bachelor); Informationen dazu unter:

<http://www.uzh.ch/studies/application/master.html>

Informationen zum Masterprogramm und die FAQs finden Sie auf unserer Website: <http://www.ikmz.uzh.ch> unter Studium → Master

Dieses ppt-File finden Sie auf unserer Website:

<http://www.ikmz.uzh.ch> unter Studium → Aktuelles

Bei weiteren Fragen zum Masterprogramm wenden Sie sich bitte an programmkoordination@ikmz.uzh.ch

Wir freuen uns, wenn Sie sich für ein
Master-Studium am IKMZ
entscheiden und Sie zusammen mit uns
neue Aspekte
von Publizistik und Kommunikation erforschen!