



Merkblatt für Studieninteressierte

Zulassung und Auflagen für Masterprogramme am IKMZ

1. Allgemeine Informationen

Am IKMZ bieten wir folgende Masterprogramme an:

[Kommunikationswissenschaft und Medienforschung \(Deutsch\)](#)

[Strategische Kommunikation & Management \(Deutsch\)](#)

[Internet & Society \(Englisch\)](#)

Für die Zulassung zum Masterstudium gelten formale und fachliche Voraussetzungen. Die formalen Voraussetzungen werden von der Zulassungsstelle geprüft. Details dazu finden Sie auf der Seite der [UZH-Zulassungsstelle](#).

Eine der formalen Zulassungsvoraussetzungen für das spezialisierte Master-Studienprogramm «Strategische Kommunikation & Management» ist eine Gesamtnote von mindestens 5.00. Eine Aufrundung ist nicht vorgesehen. Das heisst, jemand mit einem Bachelorabschluss aus dem eine Gesamtnote – Major & Minor – von < 5.00 hervorgeht, wird nicht zugelassen. Wenn Sie also in Ihrem Bachelorzeugnis einen Gesamtschnitt von 5.00 oder besser haben, erfüllen Sie dieses formale Zulassungskriterium.

Die fachlichen Voraussetzungen werden – erst nach Eingang der Bewerbung – vom IKMZ geprüft. Diese unterscheiden sich je nach Studienprogramm und sind im jeweiligen [Anhang zur Studienordnung](#) des Programms aufgeführt. Eine Zulassung ohne Auflagen erfolgt, wenn man den Bachelor am IKMZ abgeschlossen hat (im Major oder Minor).

Das fachliche Anforderungsprofil umschreibt die für das Masterstudienprogramm erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten. Es orientiert sich an der Qualität und am Inhalt, Umfang sowie am vermittelten Fähigkeitsniveau unseres [Bachelorprogramms](#).

2. Anforderungsprofil Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Grundkenntnisse von Kommunikationswissenschaft und Medienforschung sowie deren Kernthemen im Umfang von 21 ECTS Credits

- Grundlagen und Basistheorien der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
- Medienpolitik & Medienökonomie
- Medieninhalte & Mediennutzung
- Medienproduktion & Medienmanagement
- Medienrezeption & Medienwirkung

Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens, der Methoden und Statistik im Umfang von 27 ECTS Credits

- Wissenschaftliches Arbeiten
- Einführende und fortgeschrittene Methoden der Kommunikationsforschung



- Einführende und fortgeschrittene Statistik und Datenanalyse in der Kommunikationsforschung

3. Anforderungsprofil Strategische Kommunikation & Management

Die Gesamtnote des BA-Zeugnisses ist 5.00 oder besser.

Grundkenntnisse der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung im Umfang von 15 ECTS Credits. Dazu gehören

- Basistheorien der Kommunikationswissenschaft
- Medienpolitik & Medienökonomie
- Medieninhalte & Mediennutzung
- Medienproduktion & Medienmanagement
- Medienrezeption & Medienwirkung

Kenntnisse der Statistik und der Erhebungsmethoden sowie Forschungsprojekterfahrung im Umfang von 24 ECTS Credits (davon mindestens 15 aus Statistik).

- Einführende und fortgeschrittene Methoden der Kommunikationsforschung
- Einführende und fortgeschrittene Statistik und Datenanalyse in der Kommunikationsforschung

4. Anforderungsprofil Internet & Society

<https://www.ikmz.uzh.ch/en/studies/application-admission.html>

5. Beschreibung Auflagenmodule

Erfüllen Sie die fachlichen Voraussetzungen nicht vollständig, könnten Sie für die deutschsprachigen Studienprogramme «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung» und «Strategische Kommunikation & Management» mit Auflagen zugelassen werden. Auflagen sind Pflichtmodule aus unserem [Bachelorprogramm](#). Da die fachliche Prüfung erst nach Eingang der Bewerbung erfolgt, finden Sie hier weitere Erläuterungen zu den erwarteten fachlichen Vorkenntnissen. Weitere Details zu den Modulen finden Sie auch im [Modulkatalog des Bachelorstudiengangs](#).

Grundlagen und Basistheorien der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Studierende haben einen Überblick über die gesamte Disziplin und ihre wichtigsten Bereiche und Entwicklungen. Sie kennen die Geschichte des Fachs und ihre zentralen Gegenstands-bereiche mit Fragestellungen, theoretischen Ansätzen und Modellen sowie Befunden.

Die Studierenden haben einen Überblick über sozialwissenschaftliche Basistheorien, die für die Kommunikationswissenschaft bedeutsam sind. Sie kennen Gegenstände, Grundbegriffe, Kernaussagen, Implikationen (normative, methodische etc.) dieser Theorien. Sie haben ein Verständnis für die Unterschiede zwischen den Theorien und ihre Leistungen bezogen auf einzelne Fragestellungen des Fachs entwickelt.

Medienpolitik & Medienökonomie



Studierende kennen die ökonomischen und politischen Besonderheiten und Funktionsweisen des Kommunikationssektors, einschliesslich der relevanten nationalen und internationalen Akteure, Institutionen und Organisationen. Sie verstehen, womit sich Medienpolitik und Medienökonomie in Forschung und Praxis beschäftigen, weshalb in Medienindustrien politische Eingriffe erfolgen und wie sich die Medien- und Kommunikationsindustrien gewandelt haben. Darüber hinaus können sie neue medienpolitische und -ökonomische Herausforderungen identifizieren und kritisch beleuchten.

Medieninhalte & Mediennutzung

Studierende kennen die wichtigsten methodischen und theoretischen Ansätze der Mediennutzungs- und Medieninhaltsforschung. Sie sind sensibilisiert für die hybride Rolle des Publikums, das neue Medien zugleich nutzt und gleichzeitig als Produzent mitgestaltet. Die Studierenden wissen um die wichtigsten Studien und Forschungsbefunde in diesem Bereich. Sie sind in der Lage, neue Studien und methodische Weiterentwicklungen entsprechend einordnen und kritisch zu reflektieren.

Medienproduktion & Medienmanagement

Studierende haben Kenntnisse in den Bereichen Medienproduktion, Medienmanagement, Medienorganisationen und Medienmärkte. Sie sind sensibilisiert für den Doppelcharakter von Medien als ökonomisches und publizistisches Gut. Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Digitalisierung und des gesellschaftlichen Wandels. Sie erwerben Analyse- und Reflexionskompetenzen, die es Ihnen ermöglichen, Theorien, Studien und Aussagen im Fachgebiet Medienproduktion und -management kritisch zu vergleichen und zu bewerten.

Medienrezeption & Medienwirkung

Die Studierenden haben Kenntnisse der zentralen Konzepte, Ansätze und Theorien der Rezeptions- und Wirkungsforschung sowie deren Entstehungsgeschichte. Sie kennen grundlegende kognitive und emotionale Prozesse bei der Verarbeitung medialer Information und haben die Fähigkeit, wissenschaftliche Forschungspublikationen in die bestehende Forschung einzuordnen und zu beurteilen. Die Studierenden erkennen Potenziale und Grenzen bestehender Studien zu zentralen Theorien der Rezeptions- und Wirkungsforschung und können diese kritisch reflektieren.

Wissenschaftliches Arbeiten

Studierende haben Kenntnis von Bibliothekssystemen und verschiedenen Quellen wissenschaftlicher Literatur. Sie besitzen die Fähigkeit der problemorientierten fachwissenschaftlichen Literatursuche sowie des kommunikationswissenschaftlichen Umgangs mit Quellen und Bibliographien. Sie haben das Rüstzeug zur selbständigen Erstellung einer schriftlichen Arbeit. Sie können wissenschaftliche Zitierweisen und bibliographischer Regeln anwenden, mündliche Präsentationen wissenschaftlicher Forschungsergebnisse vorbereiten und im wissenschaftlichen Team arbeiten.

Einführende und fortgeschrittene Methoden der Kommunikationsforschung

Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der Logik, des Ablaufs und der Erhebungsmethoden der empirischen Kommunikationsforschung. Die Studierenden können methodische Fachliteratur sowie die methodische Beschreibung einfacher empirischer Studien



verstehen und einordnen. Die Studierenden kennen die etablierten Forschungsdesigns und Erhebungsmethoden, insbesondere die gängigen Verfahren der Befragung, Inhaltsanalyse und Beobachtung. Die Studierenden verfügen über praktische Erfahrungen und Wissen in der empirischen Kommunikationsforschung. Sie sind in der Lage ein einfaches Forschungsprojekt zu planen, umzusetzen und sind mit der Leistungs- und Zeitplanung im Rahmen eines professionellen Projektmanagements vertraut. Die Studierenden sind in der Lage, einen Fragebogen sowie ein inhaltsanalytisches Kategoriensystem zu entwerfen und zu testen. Sie haben zudem Erfahrungen als Befragte und Kodierer gesammelt.

Einführende und fortgeschrittene Statistik und Datenanalyse in der Kommunikationsforschung

Studierende verfügen über grundlegendes Wissen im Bereich der deskriptiven Statistik und der Inferenzstatistik sowie der Datenanalyse mit der statistischen Open-Source-Software R. Die Studierenden verfügen über Analyse-/Reflexionskompetenz, die es Ihnen ermöglicht, einfache statistische Analysen in Forschungsberichten zu interpretieren und kritisch zu vergleichen. Die Studierenden sind in der Lage, kleinere statistische Aufgaben selbstständig zu lösen, die entsprechenden Analysen in R auszuführen und die ausgegebenen Ergebnisse zu interpretieren. Studierende verfügen über grundlegendes Wissen im Bereich der multivariaten Statistik sowie der Datenanalyse. Sie sind in der Lage, multivariate statistische Analysen in Forschungsberichten zu verstehen, zu interpretieren und kritisch zu vergleichen. Die Studierenden können einfache multivariate Analysen selbstständig ausführen und die ausgegebenen Ergebnisse interpretieren. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, weiterführende Statistikliteratur zu lesen und sich zusätzliche Kenntnisse eigenständig anzueignen.

6. Fragen zu Zulassung und Auflagen

programmkoordination@ikmz.uzh.ch