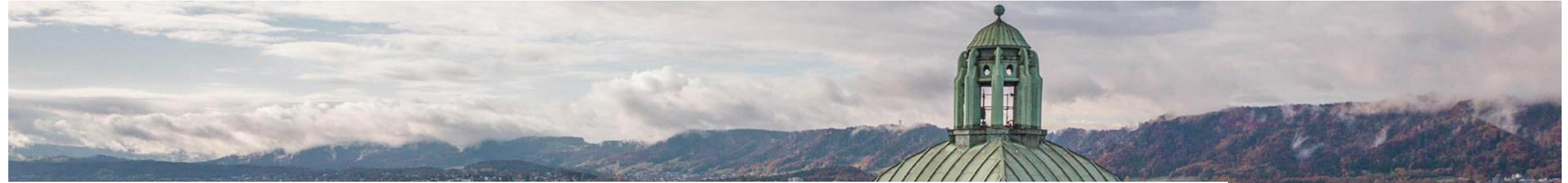




**Universität  
Zürich** UZH

Institut für Kommunikationswissenschaft und  
Medienforschung

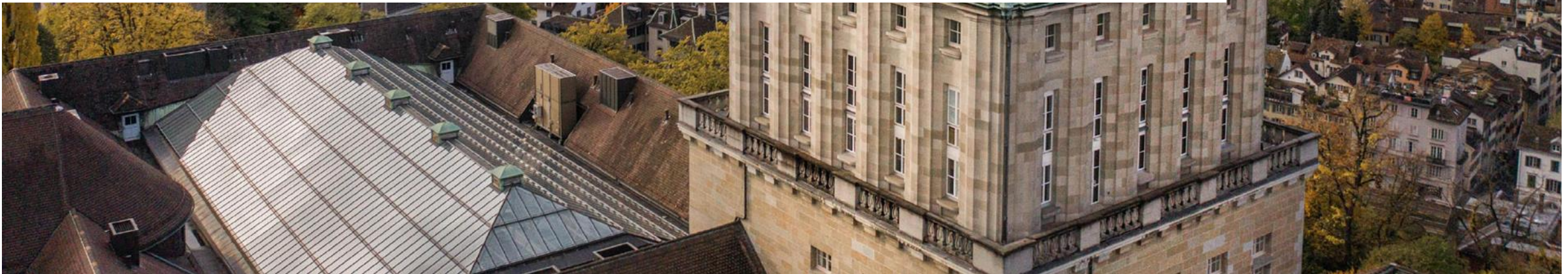


# Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

an der Universität Zürich studieren

Studieninformationstage 3./4. September 2025

Frank Esser, Stefanie Hangartner, Coralie Pluimgraaff





## Agenda

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung in  
Zürich studieren

Wie lehren wir?

Beispiele aus aktuellen Lehrveranstaltungen

Warum am IKMZ?

Karrierperspektiven

Eine typische Semesterwoche

Ein typischer Studienverlauf

Beliebte Fachkombinationen

Masterstudium und Auslandsstudium

Informationen für Studieninteressierte



# Was ist Kommunikationswissenschaft und Medienforschung überhaupt?

## Was ist eigentlich unser Forschungsgegenstand?

Im Zentrum steht **medial vermittelte Kommunikation** in ihren öffentlichen, interpersonalen (und zunehmend maschinell mitgestalteten) Formen: von TV über Insta bis Siri und AI-geschriebener Journalismus

## Welche Perspektiven werden im Fach vermittelt?

Eine **sozialwissenschaftliches** Grundverständnis, mit zunehmend **computerwissenschaftlichen** Methoden



## Wir beschäftigen uns mit...

\_Journalismus, PR und Werbung, Politiker:innen und Laien als **Communicators**

\_**Medieninhalten** wie News, Unterhaltung  
\_**Nutzungsgewohnheiten** und **Nutzungsmotive** von Mediennutzenden.

\_Individuelle & soziale **Medienwirkungen**, auf Wissen, Einstellungen und Verhalten.

## Seit wann gibt es dieses Fach bei uns?

1903 als **Professur für Zeitungskunde** in Zürich entstanden, ist es heute zu einer Leitdisziplin geworden.

# Mit welchen Fragestellungen beschäftigen Sie sich bei uns?

Wie verändert das Internet die Gesellschaft? Wie ist unser Mediensystem organisiert? In welchem Verhältnis stehen Medien zur Politik?

Wie finanzieren sich Medien? Wer bezahlt für Medieninhalte? Wird KI den Journalismus ersetzen? Wie arbeiten Journalist: innen in China im Vergleich zu solchen in den USA?

Warum werden Themen in manchen Phasen besonders stark und in manchen Phasen fast gar nicht thematisiert? Welche Rolle spielen Medien im Alltag der Nutzer: innen?

Welche Wirkungen hat die Kommunikation wissenschaftlicher Befunde auf die Gesellschaft?  
Wie wirkt Werbung auf den Konsumenten?



**Mit diesen Fragen beschäftigen wir uns in der Forschung und Lehre.**

Im Studium werden Themen aufgegriffen, die aktuell am Institut erforscht und in der Gesellschaft debattiert werden.

# Wie lehren wir?

## Gruppengrösse

Im Studium gibt es **grosse Vorlesungen** mit über 300 Studierenden aber auch **kleine Forschungsseminare** mit wenigen Studierenden.  
Knapp 300 Studierende starten im Herbst im Minor oder Major.

## Leistungsnachweise

Bei uns werden Wissen, Verstehen und Anwendung mit schriftlichen **Prüfungen**, **Seminararbeiten**, **Referaten**, Gruppenarbeiten und **Forschungsberichten** geprüft.



## Methoden

\_Wir befragen Leute (Interviews, Umfragen),  
\_analysieren Medienbeiträge (oft computerunterstützt)  
\_verfolgend Social Media Debatten (z.B. als Netzwerke)  
\_rechnen mit Daten (statistisch)  
\_untersuchen Leute im Labor (z.B. mit Eye Tracking und EKG beim Gamen)

## Arbeitsformen

Bei uns wird hauptsächlich am **Computer** gelesen, geschrieben, gerechnet und zusammengefasst.

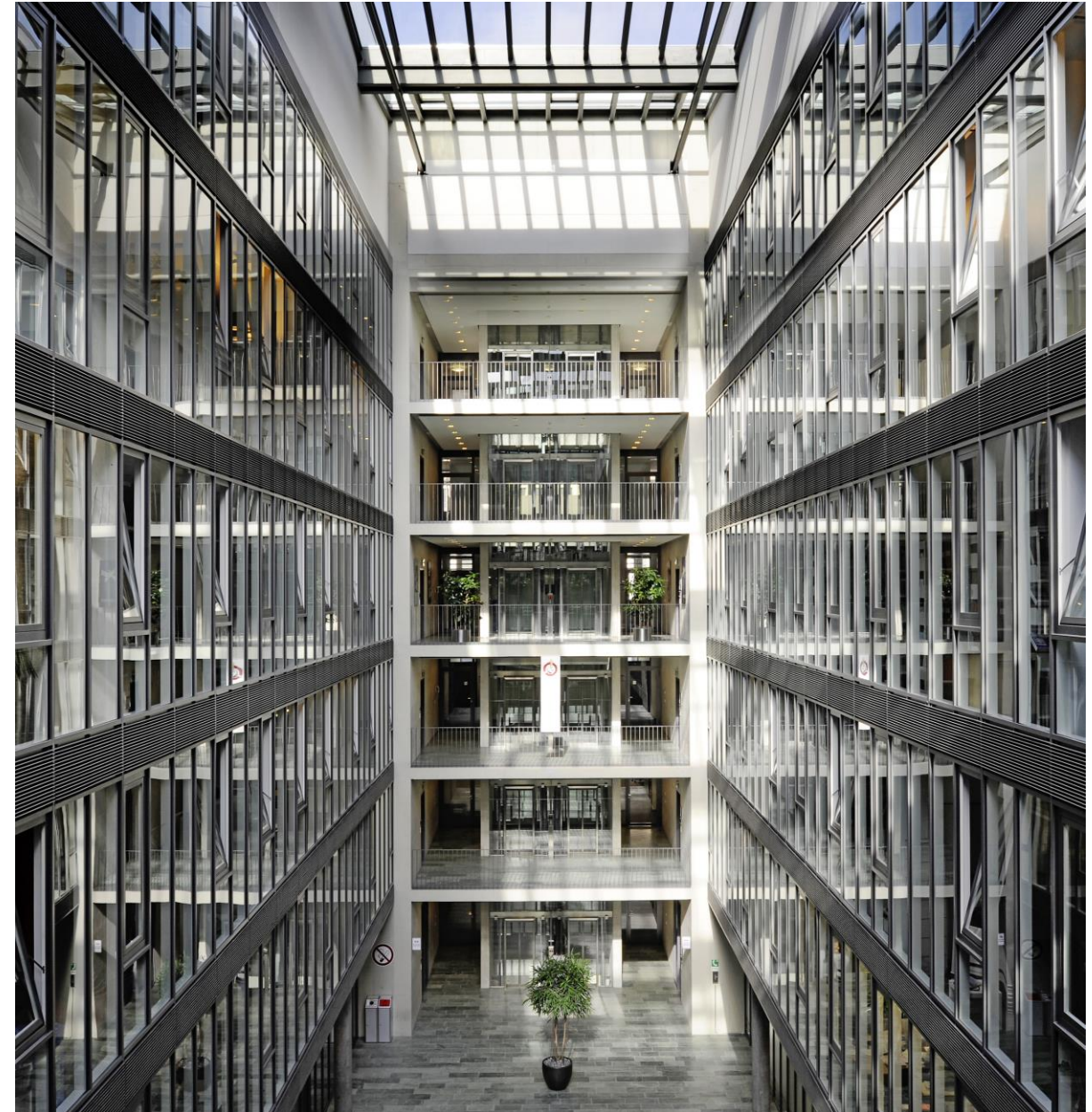
# Beispiele aus aktuellen Veranstaltungen

- Klimawandel in der Öffentlichkeit
- Politik im Netz: Digitale Kommunikationsstrategien
- Krisenkommunikation in digitalisierten Öffentlichkeiten
- Im Maschinenraum der Medien: Wie Schweizer Redaktionen Nachrichten produzieren
- Propaganda im Internet
- Kulturberichterstattung im Wandel
- Soziale Medien & Gesundheit
- Strategic Financial Communication
- Soziale Implikationen von Algorithmen
- Mord und Totschlag: Kriminalität und Justiz in den Medien
- Fitspiration in den sozialen Medien
- Von der Strategie zum Image - Geheimnisse erfolgreicher Markenkommunikation
- KI in der Gesundheitskommunikation
- KI als Werkzeug der Persuasion: Können Einstellungen mittels KI erfolgreich verändert werden?
- Einfluss der Digitalisierung auf Medienunternehmen
- Mediensozialisation und Medienkompetenz
- Communication, Technology, and Urban Life
- Soziale Einflüsse in digitalen Medienumgebungen
- Nachhaltigkeitskommunikation und Konsumentenverhalten



# Warum am IKMZ?

- **Grösstes Institut in der Schweiz, Spitzenplatz** in Europa laut einschlägigen Hochschul-Rankings
- 1'200 Studierende, 80 Mitarbeitende
- Ca. 200 Lehrveranstaltungen pro Jahr
- Ca. 150 Publikationen pro Jahr
- Führend im Bereich kommunikationswissenschaftlicher Theorien und Methoden der «Data Science»



# Karrierperspektiven der Kommunikationswissenschaft



Institut für Kommunikations-  
wissenschaft und Medienforschung



**Kommunikations-  
wissenschaft studieren  
und dann?**

Karrierewege im Porträt

- 95% im Beschäftigungsmarkt, oft in Führungspositionen
- Häufigste Betätigungsfelder:
  - Kommunikationsabteilungen von Unternehmen,
  - öffentlichen oder Non-Profit-Organisationen
  - Marketing- und Werbeagenturen
  - Medien-, Meinungs- und Marktforschungsunternehmen
  - Politik und öffentliche Verwaltung
  - Journalismus und Medienproduktion
  - Medienmanagement und Medienvermarktung
  - Forschung und Lehre an Hochschulen



**Zur Broschüre**

# Wie sieht eine typische Semesterwoche aus?



Montag: Pflichtvorlesung Kernbereich  
Medieninhalte & Mediennutzung, 10-12 Uhr



Montag: Wahlvorlesung zu Wahlen, Präsidentschaft und  
Medien in den USA, 14-16 Uhr



Mittwoch: Pflichtvorlesungen Statistik und empirische Methoden  
der Kommunikationswissenschaft, 8-12 Uhr



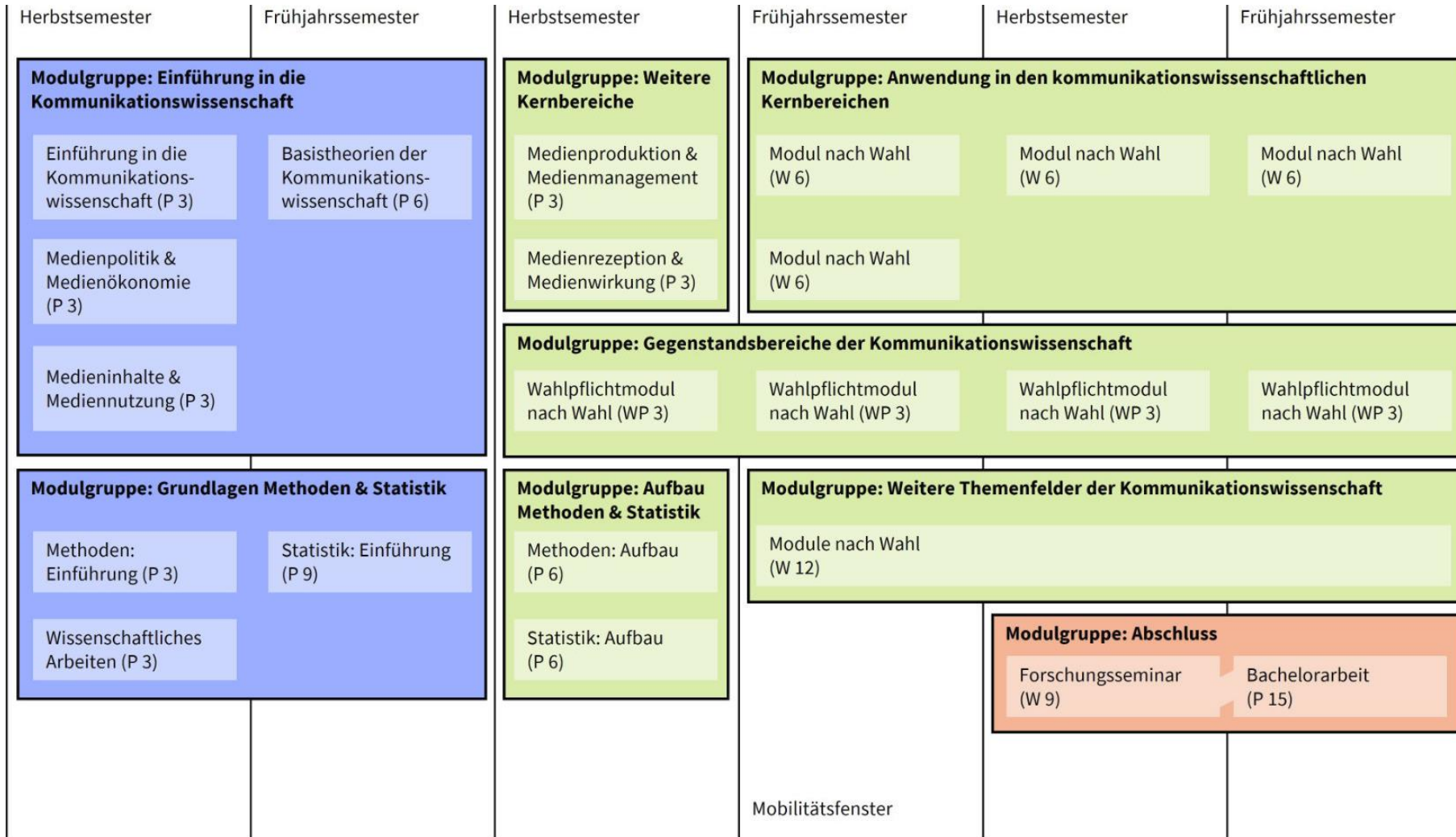
Mittwoch: Seminar zu Desinformation und  
Verschwörungstheorien, 16-18 Uhr



Donnerstag: Forschungsseminar zum Thema Algorithmen  
im Internet, 10-12 Uhr

In der Regel besuchen Sie im **Major 4-5**  
**Veranstaltungen** und im **Minor rund 2-3**  
Veranstaltungen im Semester, verteilt über  
die Woche.

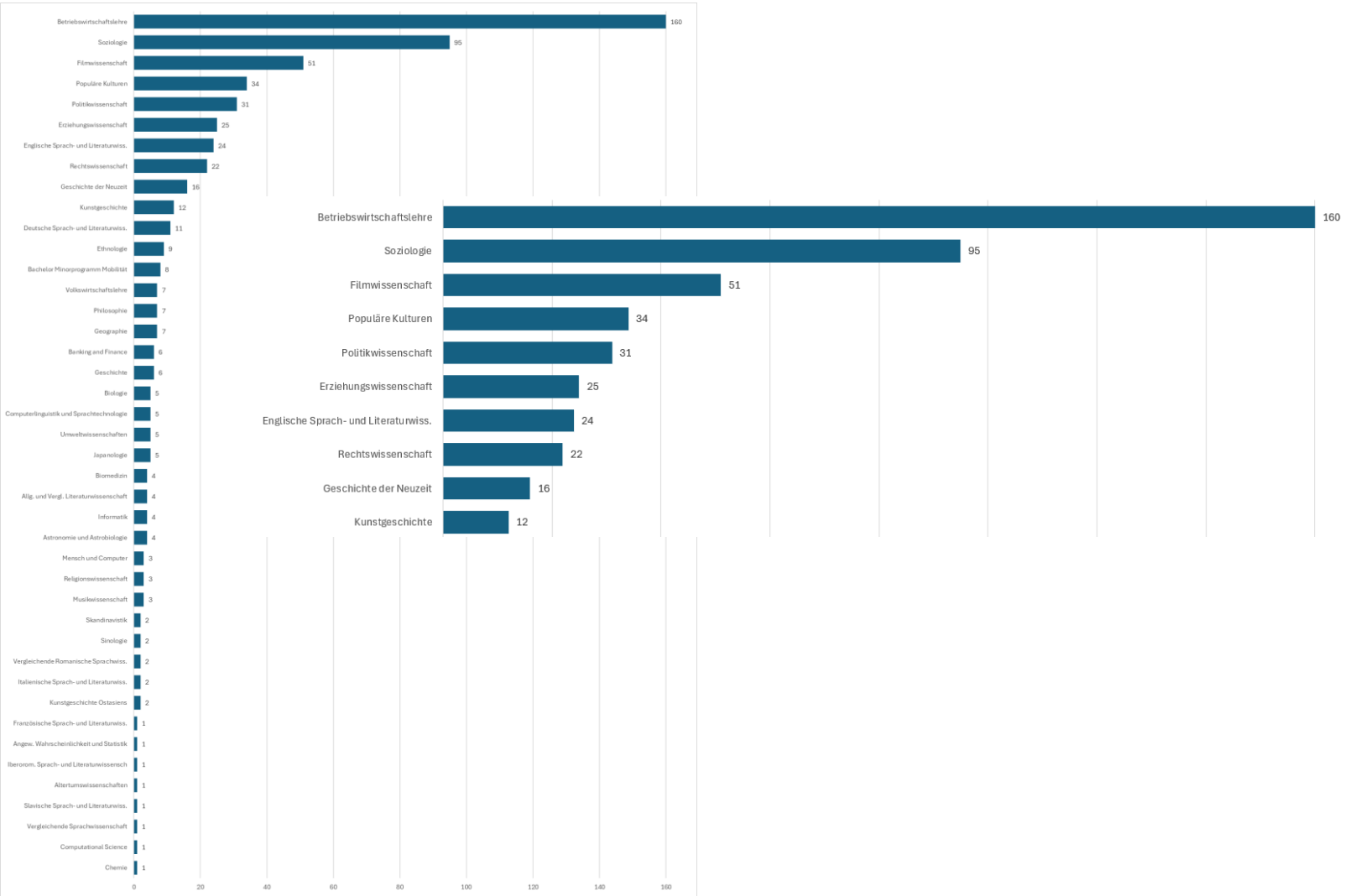
# Wie sieht ein typischer Studienverlauf aus?



P: Pflichtmodul – WP: Wahlpflichtmodul – W: Wahlmodul – Zahl: Anzahl ECTS Credits

gültig ab 1. Februar 2025

# Beliebte Fachkombinationen zum Major Kommunikationswissenschaft



# Vier Masterstudiengänge am IKMZ

## Kommunikationswissenschaft und Medienforschung



Universität Zürich



Kommunikationswissenschaft und Medienforschung studieren

**Inhalte**  
Das Masterprogramm «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung» beschäftigt sich mit öffentlich beobachtbarer Kommunikation. Das Studium beschäftigt sich mit den ökonomischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen der Medienentwicklung, Strukturen von Medienmärkten, politischen Prozessen, erfahrungsbasiertem Kommunikationsmanagement von Organisationen sowie dem Nutzerverhalten und der Wirkung von Medienkonsum.  
Das Masterstudium baut auf der Bachelorstufe auf und vermittelt fachspezifisches Wissen, aktuelle Forschungsergebnisse sowie umfassende methodische Qualifikationen der Sozialwissenschaften. Diese befähigen, empirische Forschung selbstständig zu planen und durchzuführen, inhaltlich deckt das Masterprogramm die Vielfalt und die Breite des Faches ab.

**Zulassung**  
Eine Zulassung zum Programm setzt 60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorstudien voraus.  
• Kenntnisse der Theorien und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft, Medienpolitik, Medienökonomie, Medienethik, Medienrezeption, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung

**Berufsperspektiven**  
Ein Abschluss in Kommunikationswissenschaft und Medienforschung qualifiziert aufgrund der erarbeiteten Kompetenzen für organisierende, evaluative und leitende Tätigkeiten in verschiedenen Bereichen der modernen Kommunikation, wie z.B. in der angewandten Medien-, Kommunikations-, Markt- und Meinungsforschung, der Evaluation von Kommunikationsleistungen und Medieninnovationen, der Organisationskommunikation und Public Relations, im Medienmanagement und in der Fort- und Weiterbildung im Kommunikationsbereich. Mit dem Masterabschluss besteht die Möglichkeit, einen Dokturstudiengang anzuschließen.

**Weitere Informationen**  
Alle Masterstudiengänge der UZH  
[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)  
Bewerbung und Zulassung  
[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)  
Rund ums Studium [www.uzh.ch/studium](http://www.uzh.ch/studium) Beratungsgelände  
[www.uzh.ch/lehre](http://www.uzh.ch/lehre)  
Zentrale Kontaktadressen  
[www.uzh.ch/contact](http://www.uzh.ch/contact)

Universität Zürich  
Institute für Kommunikation,  
Wissenschaft und Medienforschung  
Autlenstrasse 11  
CH-8002 Zürich

[www.uzh.ch/ikmz](http://www.uzh.ch/ikmz)

[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)

[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)

[www.uzh.ch/studium](http://www.uzh.ch/studium)

[www.uzh.ch/lehre](http://www.uzh.ch/lehre)

[www.uzh.ch/contact](http://www.uzh.ch/contact)

## Strategische Kommunikation & Management



Universität Zürich



Strategische Kommunikation & Management studieren

**Inhalte**  
Das spezialisierte Masterprogramm Strategische Kommunikation & Management vermittelt theoretisches Wissen und aktuelle Forschungsergebnisse zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den spezialisierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und den Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Beispiele von Fragestellungen sind:  
• Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und umgesetzt?  
• Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?  
• Welche Motive und Ziele werden in der strategischen Kommunikation verfolgt?  
• Was sind die Ziele und Motivationen aus Sicht von Organisationen unterschiedlicher Typ?

**Berufsperspektiven**  
Die Master befähigt Studierende, Projekte zu Organisationskommunikation, Public Relations, Kommunikationsmanagement, Social Media sowie Werbung, Kampagnen- und Marketingkommunikation zu planen, durchzuführen und zu evaluieren. Die erworbenen Analysekompetenzen und das strategische Denken qualifizieren Studierende für verantwortliche Tätigkeiten in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, öffentlichen Institutionen, NGOs und anderen mit strategischer Kommunikation befassten Organisationen.

**Zulassungsvoraussetzungen**  
Die Gesamtpunkte der Bachelor muss 50 oder höher sein. Fachliche Vorkenntnisse (60 ECTS):  
• Theorien und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft, Medienpolitik, Medienökonomie, Medienethik, Medienrezeption, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (31 ECTS)

**Weitere Informationen**  
Alle Masterstudiengänge der UZH  
[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)  
Bewerbung und Zulassung  
[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)  
Rund ums Studium [www.uzh.ch/studium](http://www.uzh.ch/studium) Beratungsgelände  
[www.uzh.ch/lehre](http://www.uzh.ch/lehre)  
Zentrale Kontaktadressen  
[www.uzh.ch/contact](http://www.uzh.ch/contact)

Universität Zürich  
Institute für Kommunikation,  
Wissenschaft und Medienforschung  
Autlenstrasse 11  
CH-8002 Zürich

[www.uzh.ch/ikmz](http://www.uzh.ch/ikmz)

[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)

[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)

[www.uzh.ch/studium](http://www.uzh.ch/studium)

[www.uzh.ch/lehre](http://www.uzh.ch/lehre)

[www.uzh.ch/contact](http://www.uzh.ch/contact)

## Politische Kommunikation & Governance



Universität Zürich



Politische Kommunikation & Governance studieren

**Inhalte**  
Das spezialisierte Masterprogramm Politische Kommunikation & Governance vermittelt verteiltes theoretisches Wissen und Forschungsergebnisse zu aktuellen Fragen und Phänomenen im Kontext digitaler politischer Kommunikation sowie der Governance und Regulierung des korrupten Kommunikationsmarktes. Im Mittelpunkt steht das Verhältnis zwischen Politik, Medien und Öffentlichkeiten sowie der digitale Wandel, dem es unterworfen ist. Dazu zählen sowohl Handlungsprozesse mit Blick auf veränderte Unternehmensstrukturen, digitale Angebote, Inhalte und Wirkungen als auch die dadurch entstehenden Herausforderungen an und Möglichkeiten ihrer Regulierung. Beispiele von Fragestellungen sind:  
• Welche Regulierungs- und Governance-Herausforderungen bringen Plattformen mit sich?  
• Welche Rolle spielen Internetaufreißer wie Google oder Facebook bei der Auswahl, Verbreitung und Darstellung politischer Inhalte?  
• Welche kommunikativen Strategien verfolgen Politiker und Parteien?  
• Welche Arten politischer Kommunikation nutzen Bürger online, um sich zu informieren und wie verarbeiten sie diese?

**Berufsperspektiven**  
Die im Master erlernten Kompetenzen befähigen dazu, empirische Projekte zu diesen und anderen Themen und Problemen politischer Kommunikation und Governance selbstständig zu planen, durchzuführen und zu evaluieren. Die vertieften Analysekompetenzen zu den veränderten Strukturen und Prozessen digitaler politischer Kommunikation sowie die umfassend erarbeiteten Kenntnisse sozialwissenschaftlicher Methoden qualifizieren für verantwortliche Tätigkeiten in der politischen Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationsberatung, in der politischen Marke- und Meinungsforschung, sowie in Journalismus und Medienproduktion.

**Zulassungsvoraussetzungen**  
Die Gesamtpunkte der Bachelor muss 50 oder höher sein. Fachliche Vorkenntnisse (60 ECTS):

**Weitere Informationen**  
Alle Masterstudiengänge der UZH  
[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)  
Bewerbung und Zulassung  
[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)  
Rund ums Studium [www.uzh.ch/studium](http://www.uzh.ch/studium) Beratungsgelände  
[www.uzh.ch/lehre](http://www.uzh.ch/lehre)  
Zentrale Kontaktadressen  
[www.uzh.ch/contact](http://www.uzh.ch/contact)

Universität Zürich  
Institute für Kommunikation,  
Wissenschaft und Medienforschung  
Autlenstrasse 11  
CH-8002 Zürich

[www.uzh.ch/ikmz](http://www.uzh.ch/ikmz)

[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)

[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)

[www.uzh.ch/studium](http://www.uzh.ch/studium)

[www.uzh.ch/lehre](http://www.uzh.ch/lehre)

[www.uzh.ch/contact](http://www.uzh.ch/contact)

## Internet & Society



University of Zurich



Study Internet & Society

**Content**  
From Twitter to TikTok, Zoom calls to e-voting, and disinformation to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media, corporations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the web of tomorrow? How can we tackle mis- and disinformation on social media? What are digital inequalities, why do they persist and how can we bridge them? Join this exciting state-of-the-art master's program and find out.

**Very good English language skills at the academic level**  
• Good grades in the Bachelor's program  
• A motivation letter in English  
• A recommendation letter in English  
• A scholarship paper written by the applicant in English  
• Upon request of the Admissions Committee, further evidence of qualifications relevant to the study program and/or an admissions interview

**Admission Requirements**  
Prerequisite for admission into the program is a Bachelor's degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 60 ECTS. Further requirements are:

**Further Information**  
All degree programs at UZH  
[www.uzh.ch/studies/degrees/master](http://www.uzh.ch/studies/degrees/master)  
Application and Admissions  
[www.uzh.ch/studies/apply](http://www.uzh.ch/studies/apply)  
Study at UZH [www.uzh.ch/studies](http://www.uzh.ch/studies)  
Advice and Support  
[www.uzh.ch/studies/advice](http://www.uzh.ch/studies/advice)  
Contact  
[www.uzh.ch/master/contact](http://www.uzh.ch/master/contact)

University of Zurich  
Institute for Communication,  
Wissenschaft und Medienforschung  
Autlenstrasse 11  
CH-8002 Zürich

[www.uzh.ch/ikmz](http://www.uzh.ch/ikmz)

[www.dgms.uzh.ch](http://www.dgms.uzh.ch)

[www.uzh.ch/lehre/apply](http://www.uzh.ch/lehre/apply)

[www.uzh.ch/studies](http://www.uzh.ch/studies)

[www.uzh.ch/studies/advice](http://www.uzh.ch/studies/advice)

[www.uzh.ch/master/contact](http://www.uzh.ch/master/contact)

# Studieren im Ausland

## Warum

CV, Spass, Kultur, Sprache, Netzwerk

Erfahrung, Freundschaften

Horizont Erweiterung, persönliche Entwicklung

Akademischer Tapetenwechsel, Global Citizen

## Wann

Studieneingangsphase (SEP) abgeschlossen

Pflichtmodule & Forschungsseminar am IKMZ belegen

In der Regel Frühjahrssemester (4. Semester)

BA-Arbeit darf im Ausland geschrieben werden

## Wie

Informieren Sie sich schon im 1. Semester!

Online Bewerbung UZH 15. Jan. / 15. Juli

[mobility@ikmz.uzh.ch](mailto:mobility@ikmz.uzh.ch)

## Wo

Selbstorganisiert oder einfacher an einer Partneruniversität



"Diese Erfahrung hat mich sehr verändert und mich dazu gebracht, sowohl persönlich als auch akademisch zu wachsen."

# Webseite IKMZ – Studium – Internationales - Studieren im Ausland



Universität  
Zürich

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Home | Kontakt | English

Suche

Institut | Forschung | Studium | News

Home / Studium / Internationales / Studieren im Ausland

## Studieren im Ausland



**Orientierung** →

Warum?



**Planung** →

Wann?



**Partneruniversitäten** →

Wo?



**Bewerbung** →

Wie?



**Anrechnung der Credits** →

Was?



**Finanzierung** →

Wie viel?

# Partnernetzwerk für ein Auslandsemester



**64**

Partner universities overseas

**36**

Partner universities in Europe

**11**

Partner universities in Switzerland

# Informationen für Studieninteressierte

## Studieren am IKMZ: Eine gute Wahl



Wieso Kommunikationswissenschaft? →



Studienprogramme am IKMZ →



Bewerbung & Zulassung →



Start ins Studium →



Modulbuchung →



Leistungsnachweise →



Anrechnung & Anerkennung →



Internationales →



Abschlussmodule →

## Warum Kommunikationswissenschaft studieren?

Wie beeinflussen Medien unsere Realitätsvorstellung? Wie verändert das Internet die Gesellschaft? Welche Wirkungen hat die Kommunikation wissenschaftlicher Befunde?

Kommunikation und Medien prägen das menschliche Zusammenleben tiefgreifend. Im Studium der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung lernt man deshalb sozialwissenschaftliche Theorien kennen, mit denen sich menschliches Handeln und gesellschaftliche Entwicklungen in der digitalisierten Medienwelt verstehen lassen. Wir untersuchen, wie Kommunikation und Medien in digitalen Gesellschaften aussehen und sich wandeln – mit Blick auf Journalismus, PR, Marketing und Werbung in TV, Printmedien, Internet und Sozialen Medien.

Ist Kommunikationswissenschaft das richtige Studienfach für mich? ▾

Welche Studienprogramme in Kommunikationswissenschaft gibt es? ▾

Welche Karriereperspektiven habe ich? ▾

Wie ist das Studium organisiert? ▾

Kann ich ins Studium der Kommunikationswissenschaft reinschnuppern? ▾

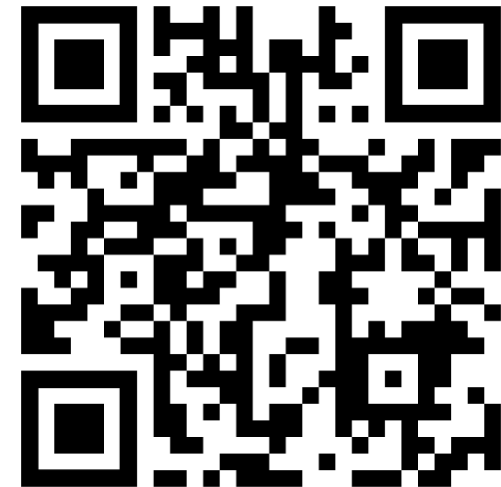
**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit**



<https://www.ikmz.uzh.ch/de/studies.html>



[programmkoordination@ikmz.uzh.ch](mailto:programmkoordination@ikmz.uzh.ch)



**Zur Website für Studierende**



**Universität  
Zürich** UZH