



Kommunikationswissenschaft im Master studieren

UZH Mastertage, 9. und 10. März 2022

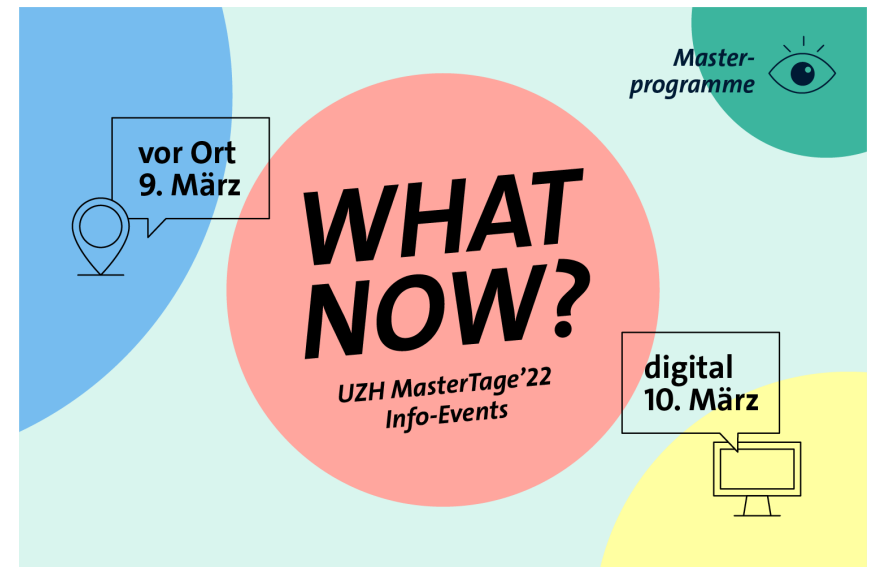
Prof. Dr. Mark Eisenegger

Prof. Dr. Thomas Zerback

Prof. Dr. Nadine Strauss

Jonathan Gruber, M.A.

Team Lehre und Studium





Agenda

- Warum Kommunikationswissenschaft im Master?
- Masterprogramme am IKMZ
 - Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
 - Politische Kommunikation & Governance
 - Strategische Kommunikation & Management
 - Internet & Society
- Struktur der Programme und Zulassungsanforderungen / Structure and admission
- Mobilität im Studium / Study abroad



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Warum Kommunikationswissenschaft?

Konsekutiver Master «Kommunikationswissenschaft & Medienforschung»

Prof. Mark Eisenegger, Studienprogrammdirektor



Warum Kommunikationswissenschaft?

- Kommunikationswissenschaft ist in der digitalen Gesellschaft zu einer Leitdisziplin aufgestiegen
- «Was wir über unsere Gesellschaft (...) wissen, wissen wir durch die Medien“ (Luhmann 1996)

Bsp: Ukraine-Krieg

Support the Guardian
Available for everyone, funded by readers
Contribute → Subscribe →

News Opinion Sport Culture Lifestyle More

World Europe US Americas Asia Australia Middle East Africa Inequality Global development

Russia

'Pure Orwell': how Russian state media spins invasion as liberation

State propaganda mobilised to sooth public's deep unease over incursion into Ukraine

Russia-Ukraine war latest news: follow live updates

Pjotr Sauer in Moscow
Fri 25 Feb 2022 15:02 GMT

A man clears debris at a damaged residential building in a suburb of Kyiv, the Ukrainian capital.
Photograph: Daniel Leal/AFP/Getty Images

Bsp: Covid-19 Pandemie

DEMONSTRATION

Nächste Corona-Kundgebung in Zug: Am Samstag sollen 3000 Skeptiker kommen

Die «Corona Rebellen» rufen zur Demonstration auf dem Zuger Stierenmarktareal. Innerhalb von zehn Monaten bewilligt nun die dritte Corona-Kundgebung.

Kilian Küttel
28.09.2021, 16:24 Uhr

«Nachhaltige Energie- und Klimalösungen für alle werden die zukünftige Lebensqualität entscheidend bestimmen, wofür innovative Ansätze nötig sind, an denen wir an der Empa forschen.»

ANKÜNDIGUNG

Am kommenden Samstag dem 02.10.2021 findet eine grosse Veranstaltung im Kanton Zug statt, im Stierenmarktareal von 15 - 21 Uhr. Sowas großes in diesem Ausmass gab es noch nie in der Schweiz!

Kostenloses essen und kostenlose Getränke stellen wir euch vor Ort auch zur Verfügung.

Wir haben eine große Bühne vor Ort mit Mikrofon und Leinwand und wir werden sehr viele kritische Themen behandeln und verschiedene Rapper

Stumm

Bsp: Net Zero Kommunikation

HAUNDELSZEITUNG | Nr. 31 | 12. August 2021 | 31

Zielgerichtet und gut adaptiert «Net Zero» erreichen

Europa Viele Volkswirtschaften erkennen sich zu Netto-null-Emissionszielen. Investoren tun gut daran, Strategien zur Dekarbonisierung anzugehen.

SARIL MAHTANI

Der Weg zu Net Zero erfordert einen drastischen wirtschaftlichen Wandel. Was es für die für einige Unternehmen eine Chance, für Investoren ist es nicht leicht, die Grenzen und Vorteile dieser Entwicklung bereits heute zu erkennen - auch weil gewisse Volkswirtschaften unterschiedliche Wege zur Kohlenstoffneutralität gehen. Entsprechend unterschiedlich sind die positiven Auswirkungen auf die einzelnen Branchen und Unternehmen.

Vergleichen mit anderen Wirtschaftszweigen hat Europa einen der detailliertesten und klarsten Pläne zur Erreichung der Netto-null-Emissionsziele konzipiert. Das heißt, Anlegern und Ausgegliederten nachzuvollziehen, wie sich die europäische Wirtschaft verändern wird. Einige Aspekte sind besonders zu beachten.

Zweitens geht es darum, den CO₂-Ausstoss zu verringern, wenn möglich sogar aus der Atmosphäre zu übernehmen. Um dies zu ermöglichen, sind Netto-null-Emissionszertifikate enthalten. Es besteht jedoch Unsicherheit darüber, wie und in welchem Umfang - das möglich sein wird.

Netto null-Emissionszertifikate sind ein Instrument, um die Netto-null-Emissionsziele zu erreichen. Sie werden in den kommenden Jahren von den Investoren abgeben und werden in den kommenden Jahren von den Unternehmen abgeben.

Wir befinden uns erst am Beginn des Weges Richtung Net Zero. Für Anlegerinnen und Anleger ist es daher besonders wichtig, die politische Agenda zu verfolgen. Dazu ist entscheidend, welche Branchen und Unternehmen in den kommenden Jahren zu den Investoren abgeben und welche Firmen und Branchen im Schatten stehen werden.

Saril Mahtani, Investmentbankerin, Moody One, London.

Warum am IKMZ?

- **Spitzenplatz** in Europa laut einschlägigen Hochschul-Rankings
- 1200 Studierende, 80 Mitarbeitende
- Ca. 200 Lehrveranstaltungen pro Jahr
- Ca. 150 Publikationen pro Jahr
- Führend im Bereich kommunikationswissenschaftlicher Theorien und Methoden der «Data Science»
- **Berufsaussichten?**
 - 95% im Beschäftigungsmarkt, oft in Führungspositionen
 - Häufigste Betätigungsfelder: Marketing, PR, Internet/Digitale Kommunikation, Journalismus, Forschung
 - 90% nach Studium in Kommunikations-affinen Bereichen tätig



Was verbindet uns am IKMZ?

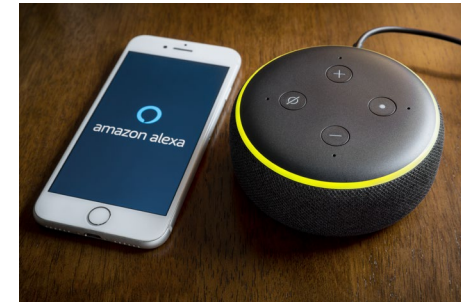
Im Zentrum steht die **öffentlich sichtbare Kommunikation:**



Massenmedien



Soziale Netzwerkmedien



Personalisierte
Kommunikationsdienste

→ Sowie ihre **Ursachen, Voraussetzungen** und **Folgen**



Vier Masterstudiengänge am IKMZ

- ① Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
- ② Politische Kommunikation & Governance
- ③ Strategische Kommunikation & Management
- ④ Internet & Society

«Der Generalist»

«Der Spezialist»

Studierbar:

- ① als Major / Minor
- ② ③ als Major
- ④ als Mono



Typische Fragen in unseren Masterstudiengängen

- **Wie arbeiten Medienorganisationen und mit welchen Leistungen?**
Z.B. Im Hinblick auf Inhalte und Qualität
- **Wie werden Medien genutzt und mit welchen Wirkungen?**
Z.B. für Menschen, Organisationen und die Gesellschaft insgesamt
- **Wie beeinflussen gesellschaftliche Rahmenbedingungen die gesellschaftliche Kommunikation?**
Z.B. Digitalisierung, politische/wirtschaftliche/soziale Kontexte
- **Wie beeinflusst die strategische Kommunikation organisationskritische Ziele?**
Z.B. in Bezug auf Reputation, Glaubwürdigkeit, Unterstützung, betriebswirtschaftliche Ziele





Unsere Abteilungen und Professor:innen (1)



Prof. Frank Esser
«International vergleichende
Medienforschung»

MA-Programme:

- ✓ Politische Kommunikation & Governance
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Natascha Just
«Media & Internet
Governance»

MA-Programme:

- ✓ Politische Kommunikation & Governance
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Thomas Zerback
«Politische
Kommunikation»

MA-Programme:

- ✓ Politische Kommunikation & Governance
- ✓ Konsekutiver Master



Unsere Abteilungen und Professor:innen (2)



Prof. Eszter Hargittai
«Internet use & Society»

MA-Programme:

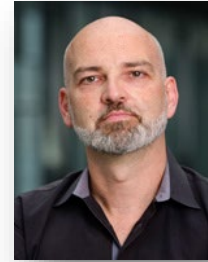
- ✓ Internet & Society
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Michael Latzer
«Medienwandel
& Innovation»

MA-Programme:

- ✓ Internet & Society
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Mike Schäfer
«Wissenschafts-, Krisen- &
Risikokommunikation»

MA-Programme:

- ✓ Internet & Society
- ✓ Konsekutiver Master



Unsere Abteilungen und Professor:innen (3)



Prof. Nadine Strauss
«Strategische
Kommunikation &
Medien Management»

MA-Programme:

- ✓ Strategische Kommunikation
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Thomas Friemel
«Mediennutzung und
Effekte»

MA-Programme:

- ✓ Strategische Kommunikation
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Werner Wirth
«Medienpsychologie
& Medienwirkung»

MA-Programme:

- ✓ Strategische Kommunikation
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Mark Eisenegger
«Öffentlichkeit &
Gesellschaft»

MA-Programme:

- ✓ Strategische Kommunikation
- ✓ Konsekutiver Master



Prof. Daniel Süss
«Mediensozialisation
& Medienkompetenz»

MA-Programme:

- ✓ Konsekutiver Master



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Spezialisierter Master «Politische Kommunikation & Governance»

Master Info Days, 9. März 2022

Prof. Dr. Thomas Zerback



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

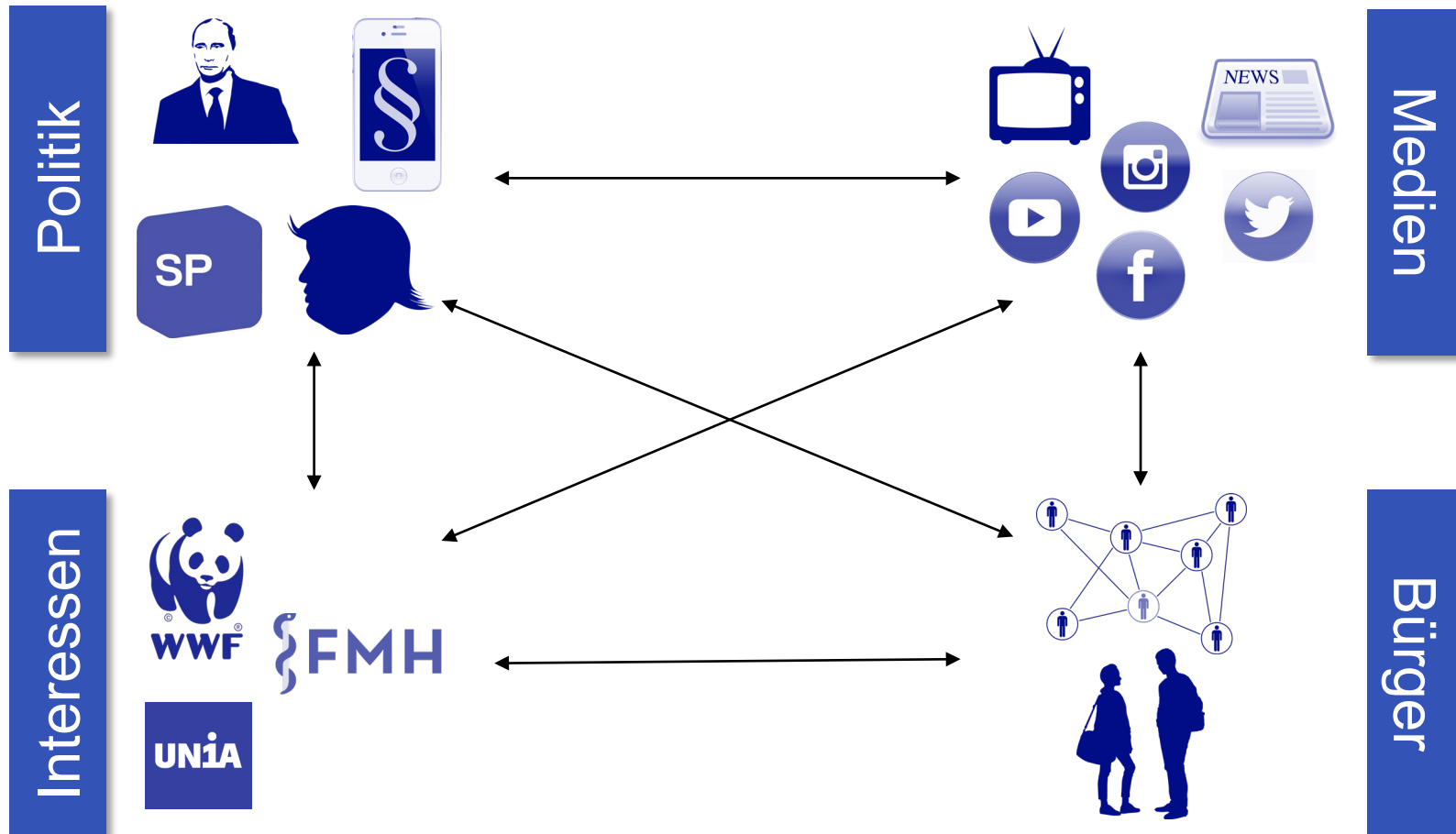
Warum?



Weil sich in der Welt einiges tut...



Weil Politik Kommunikation ist...





Weil politische Kommunikation Konsequenzen hat...





**Universität
Zürich** ^{UZH}

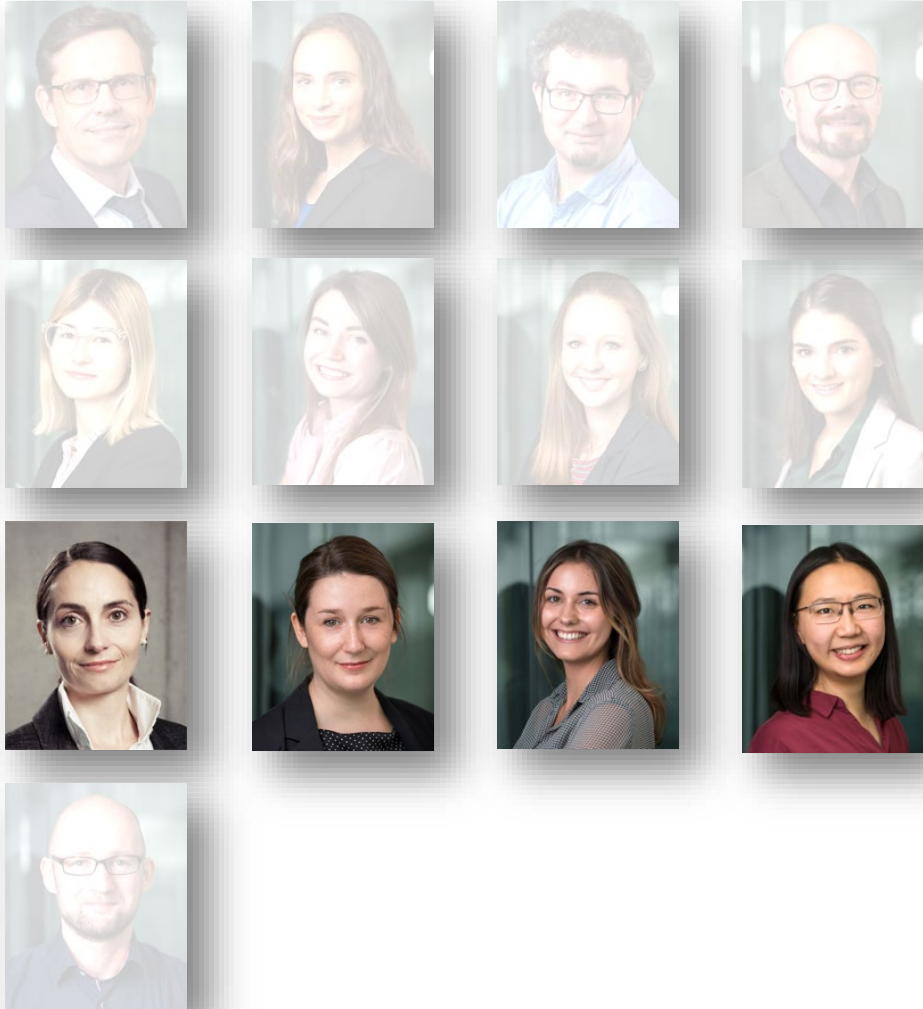
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Wer und was?



International vergleichende Medienforschung

- Entstehung, Verbreitung und Wirkung von Desinformation im internationalen Vergleich
- Künstliche Intelligenz im Journalismus
- Populistische (Online)Kommunikation
- Medienmärkte und Medienselektion



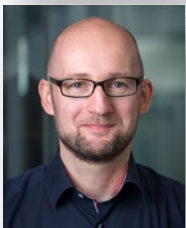
Medien- & Internet Governance

- Content Moderation
- Datenschutz, Schutz der Privatsphäre und der Grundrechte
- Netzneutralität
- Wettbewerb auf Medienmärkten und Konzentrationskontrolle
- Handeln politischer Entscheidungsträger, Regulierungs- und Wettbewerbsbehörden



Politische Kommunikation

- Meinungsbildung auf Social Media
- Effekte von Online-Desinformation und Gegenmassnahmen
- Meinungsvielfalt aus Rezipientensicht
- Emotionen in der politischen Kommunikation



Welche Kompetenzen erlerne ich im Master?

- Vertiefung theoretischer Konzepte und empirischer Methoden
- Planen und Durchführen eigener Forschungsprojekte zu aktuellen Themen
- Anwendung moderner wissenschaftlicher Forschungs- und Analysemethoden
- Teamarbeit und Koordination
- Präsentationsskills



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Wohin?



Berufsfelder nach dem Master

Was sind die Arbeitsfelder?

- Strategische politische Kommunikation
 - Politische Öffentlichkeitsarbeit
 - Politikberatung
 - Kampagnenplanung
- Regulierung
- Forschung
 - Politische Marktforschung
 - Universitäre Forschung
- Journalismus

Wer sind die Arbeitgeber?

- Parteien und Politiker
- Interessengruppen und Verbände
- Ministerien und Behörden
- Unternehmen
- Politikberatung und Marktforschung
- Universitäten



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Einschreiben 😊



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Spezialisierter Master «Strategische Kommunikation & Management»

Prof. Nadine Strauss



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Warum?

Weil strategische Kommunikation eine wichtige Rolle spielt bei...



Entscheidungen von Konsumenten



Verhalten von Individuen



Reputation von Unternehmen



Change-Prozessen in Unternehmen



Gesellschaftlichen Veränderungen



Politischen Entscheidungen

Weil das Management von Kommunikation entscheidend ist ...



...in Krisen-Situationen
& bei
gesellschaftlichen
Herausforderungen



...im Stakeholder-
Management



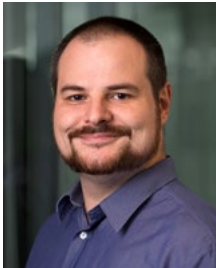
...bei der erfolgreichen
Entwicklung einer
Organisation



**Universität
Zürich** ^{UZH}

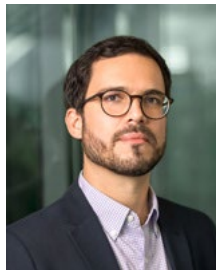
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Wer und was?



Team: Prof. Dr. Werner Wirth

- Auswirkungen der strategischen Kommunikation auf Meinungen, Verhalten, Einstellungen
- Psychologische Perspektive (Persuasionsforschung)
- Wirkung von Argumenten und Stilmittel (Emotionen, Storytelling, Humor)
- Werbekampagnen (optimale Wirkung, Randfaktoren wie Zeit oder Normen)



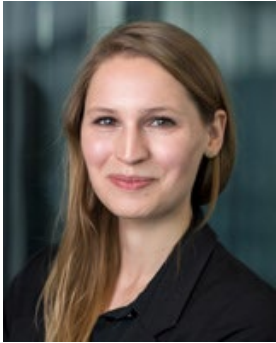
Team: Prof. Dr. Mark Eisenegger

- Kommunikation & Inhalte der strategischen Kommunikation (z.B. Leitbilder wie Agilität, soziale Verantwortung)
- Wechselwirkung zwischen Organisationskommunikation & Öffentlichkeit
- Reputation als Zielgröße der strategischen Kommunikation (Veränderungen im digitalen Zeitalter)



Team: Prof. Dr. Thomas N. Friemel

- Gesundheitskommunikation & Kommunikationskampagnen (z.B. Organspende, Tabakprävention)
- Wissenschaftliches Verständnis von Gesundheitsverhalten, Persuasionsprozessen und Evaluationsmethoden
- Soziale Netzwerkanalyse: komplexe Dynamiken auf Mikro- und Makro-Ebene



Team: Prof. Dr. Nadine Strauß

- Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen (z.B. Net Zero, CSR) zu internen und externen Stakeholdern
- Finanzkommunikation (Investor Relations, Sustainable Finance)
- Wechselwirkung zwischen (Finanz-)Medien und Akteuren im Wirtschaftssystem (Unternehmen, NGOs, Investoren, Politik)



Welche Kompetenzen erlerne ich im Master?

- Vertiefung theoretischer Konzepte und empirischer Methoden
- Planen und Durchführen eigener Forschungsprojekte zu aktuellen Themen
- Anwendung moderner wissenschaftlicher Forschungs- und Analysemethoden
- Teamarbeit und Koordination
- Präsentationsskills
- Analyse von Strategien und Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen
- Management von Kommunikationsprozessen
- Verständnis von PR, Werbung, Kampagnen, Chancen & Risiken strategischer Kommunikation
- Planung, Durchführung und Evaluation von strategischer Kommunikation



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Wohin?



Berufsfelder nach dem Master

Was sind die Arbeitsfelder?

Strategische Kommunikation

PR/Öffentlichkeitsarbeit

Strategie- und Kommunikationsberatung

Interne/externe Unternehmenskommunikation

Planung & Durchführung von Kommunikationsstrategien

Marketing/Werbung

Forschung

Marktforschung (z.B. Medien- und Reputationsanalysen)

Universitäre Forschung

Wer sind die Arbeitgeber?

- ✓ Unternehmen
- ✓ PR- und Marketingagenturen
- ✓ Beratung und Marktforschung
- ✓ Interessengruppen und Verbände
- ✓ Universitäten



**Universität
Zürich** ^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Specialized Master «Internet & Society»

Jonathan Gruber, M.A.



Universität
Zürich^{UZH}

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Specialized Master «Internet & Society»

Jonathan Gruber

the concept of Internet skills

Search results for "uzh internet and society master".

Ungefähr 93'900 Ergebnisse (0.32 Sekunden)

Wissenschaftliche Artikel zu uzh internet and society master
 ... awareness as an important **internet** skill: the case of ... - Gruber - Zitiert von: 3

<https://www.ikmz.uzh.ch> › study › master › internet-soc... ▾

Internet & Society im Monofach studieren - IKMZ

Home Hauptnavigation Suche Direkt zum Inhalt. Seitenpfad. Universität Zürich de Studium **Master Internet & Society**. Seitenfunktionen.

**Information, information, information:
 2 videos, one flyer, and and and...**

Welcome at IKMZ

Bachelor

Master

FAQ

Important Documents (German)

Communication Science and Media Research

Political Communication & News

Strategic Communication & Management

Internet & Society

Application & Admission

Rules for Changing Programs

Minor Social Sciences

Minor Methods-Data-Society

Graduation

Doctorate

Exams

Student Advisory Service

OLAT

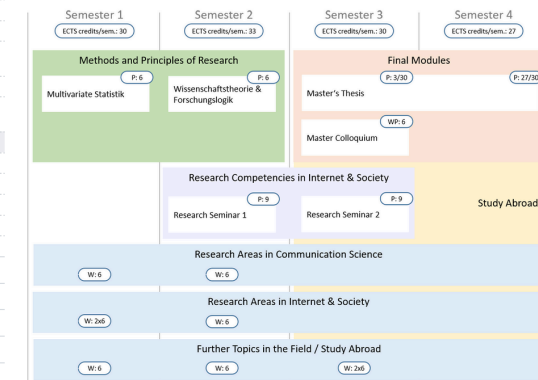
International

Student Association (German)

Announcements

Mailing List

Study Internet & Society as a Mono-Masterprogram

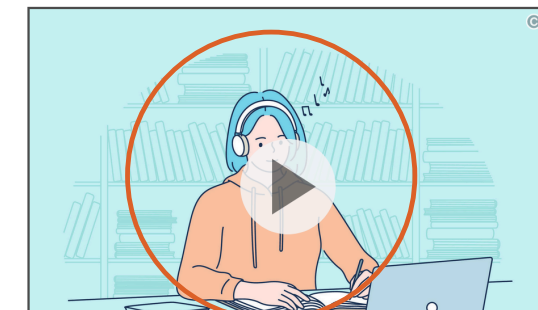


P = „Compulsory“, WP = „Core Elective“ (one needs to be chosen), W = „Elective“ This sample curriculum illustrates an exemplary course of study (with start in the fall semester). No claims can be derived from this.

Sample curriculum and possible course of study

The specialized mono-master's program Internet & Society provides students with in-depth theoretical knowledge and up-to-date findings about the architecture and affordances as well as the economic, social, cultural, and political aspects of information and communication technologies. These skills enable students to plan, run and evaluate empirical projects on the preconditions and implications of Internet use, and on the opportunities and challenges of a constantly changing media ecosystem. The program focuses on research, particularly on questions such as:

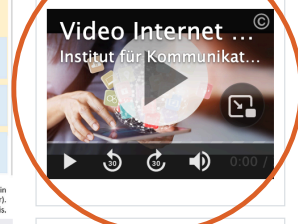
- What are the opportunities and challenges connected to current developments within the media, internet governance, and internet economics?
- How do various stakeholders/parties implement online communication strategies?
- How are online debates about issues of societal importance structured, and how can they be researched?
- How do people use digital media and with what individual-level and societal implications?



New at IKMZ?
 You will find helpful videos here:
 Welcome at IKMZ.

Infobox

- Booking modules at UZH
- Booking modules: A how to guide
- Study progress report
- Summary of Credits and Transcript of Records
- Modules and exams at the PhF
- Dates and Deadlines at the PhF



Study Guide Internet & Society
 ↓ Study Guide (PDF, 458 KB)

Important Documents Internet & Society (in German)

- Anhang zur Studienordnung (STO)
- Modulkatalog (MK)
- Mustercurriculum (MC)

Program specific information
 To this contact form



PHD STUDENT IN THE INTERNET USE AND SOCIETY DIVISION

INTERDISCIPLINARY

- ↳ SOCIOLOGY
- ↳ PSYCHOLOGY
- ↳ POLITICAL SCIENCE
- ↳ ECONOMICS
- ↳ ...



DIGITAL SOCIETY

↓
OPPORTUNITIES AND
RISKS?

RESEARCH ON

- A) PEOPLE'S EXPERIENCE
OF ALGORITHMIC SELECTION
ONLINE
- B) DIGITAL COMMUNICATION
FOR SOCIAL INTERACTION

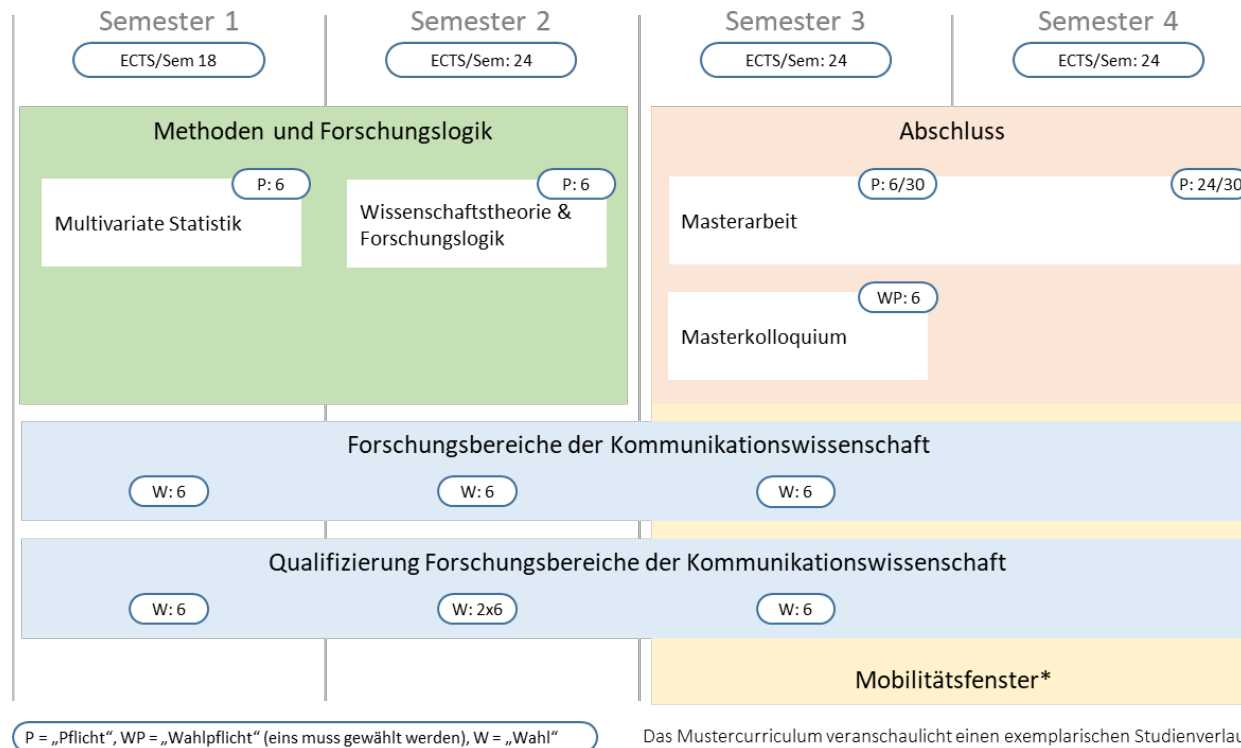
QUALITATIVE AND
QUANTITATIVE
METHODS

FUTURE ?

- ACADEMIA
- THINK TANKS
- CONSULTING
- MEDIA COMPANIES
- POLITICAL ORGANISATIONS
- ...



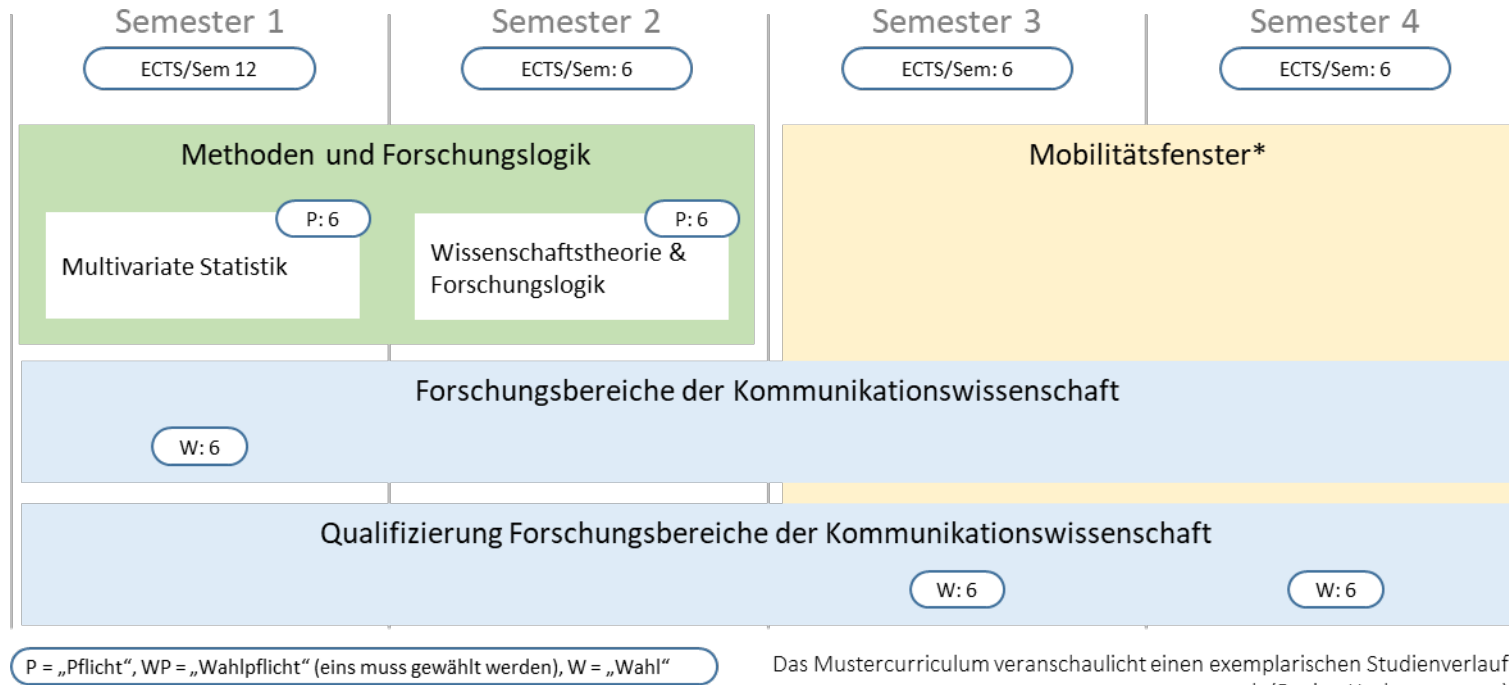
Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Major



Das Mustercurriculum veranschaulicht einen exemplarischen Studienverlauf ab (Beginn Herbstsemester)
Daraus können keine Ansprüche abgeleitet werden.



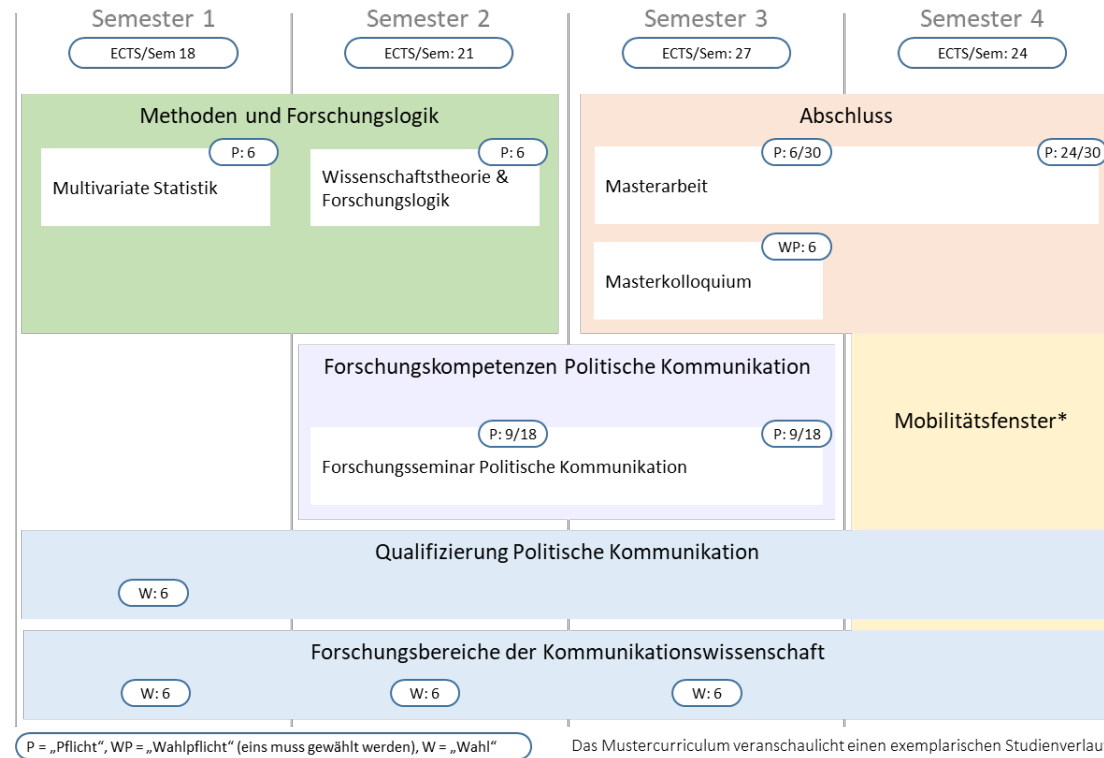
Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Minor



Das Mustercurriculum veranschaulicht einen exemplarischen Studienverlauf ab (Beginn Herbstsemester)
Daraus können keine Ansprüche abgeleitet werden.



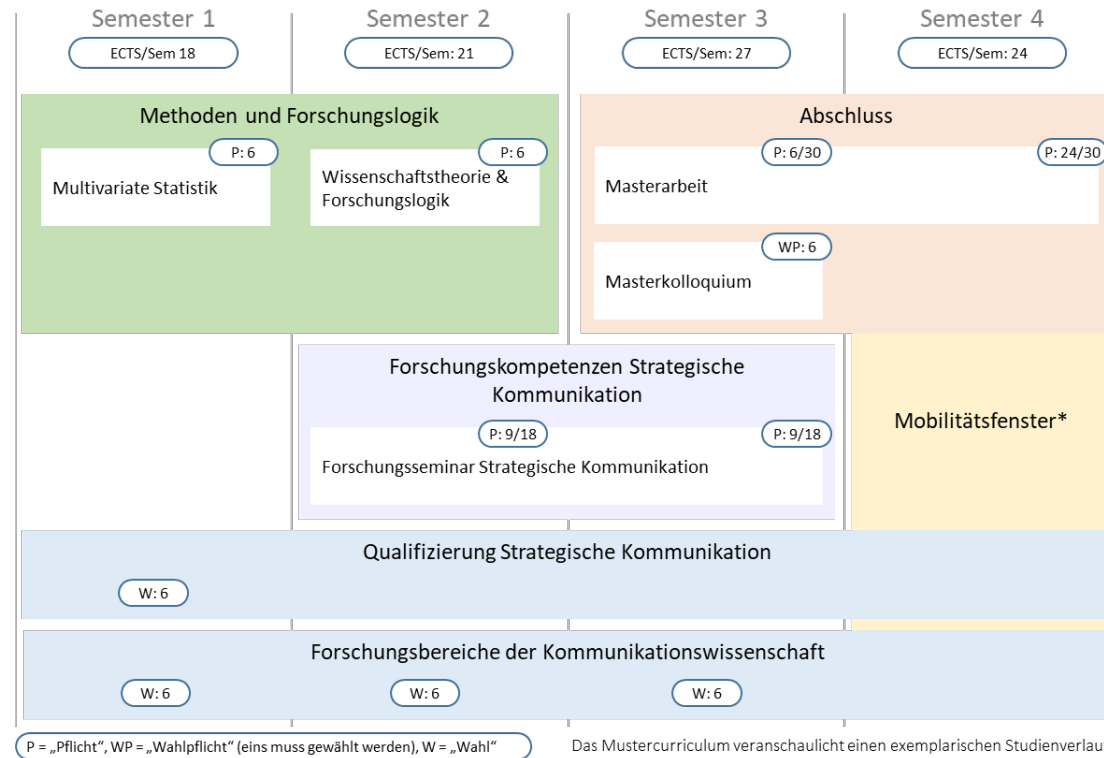
Politische Kommunikation & Governance



Das Mustercurriculum veranschaulicht einen exemplarischen Studienverlauf ab (Beginn Herbstsemester)
Daraus können keine Ansprüche abgeleitet werden.



Strategische Kommunikation & Management



Das Mustercurriculum veranschaulicht einen exemplarischen Studienverlauf ab (Beginn Herbstsemester)
Daraus können keine Ansprüche abgeleitet werden.



Anforderungen konsekutiver Master

60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorkenntnissen (Auflagen, wenn nicht erfüllt):

- Grundkenntnisse der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung sowie deren Kernthemen: Medienpolitik & Medienökonomie, Medieninhalte & Mediennutzung, Medienproduktion & Medienmanagement, Medienrezeption & Medienwirkung (21 ECTS)
- Kenntnisse der Statistik und der Erhebungsmethoden (27 ECTS)
- Weitere Kenntnisse in verschiedenen Themenbereichen und Anwendungen der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (12 ECTS)



Anforderungen spezialisierte Major-Programme

39 ECTS-Punkte an fachlichen Vorkenntnissen (Auflagen, wenn nicht erfüllt):

- Basiskenntnisse der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (15 ECTS)
- Kenntnisse der Statistik und der Erhebungsmethoden (24 ECTS, davon mindestens 15 aus Statistik)

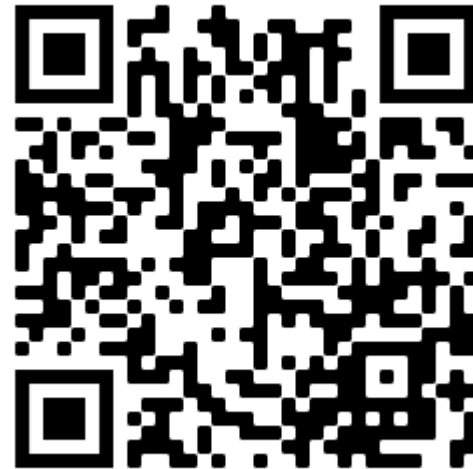
Weitere Kenntnisse im Umfang von 21 ECTS-Punkten der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung ODER fachlich einschlägige Kenntnisse aus dem Bereich

- Politikwissenschaft (Politische Kommunikation),
- BWL, Soziologie oder Psychologie (Strategische Kommunikation)

Die gerundete **Gesamtnote des BA-Zeugnisses** (oder deren Äquivalent) ist **5.00** oder besser.



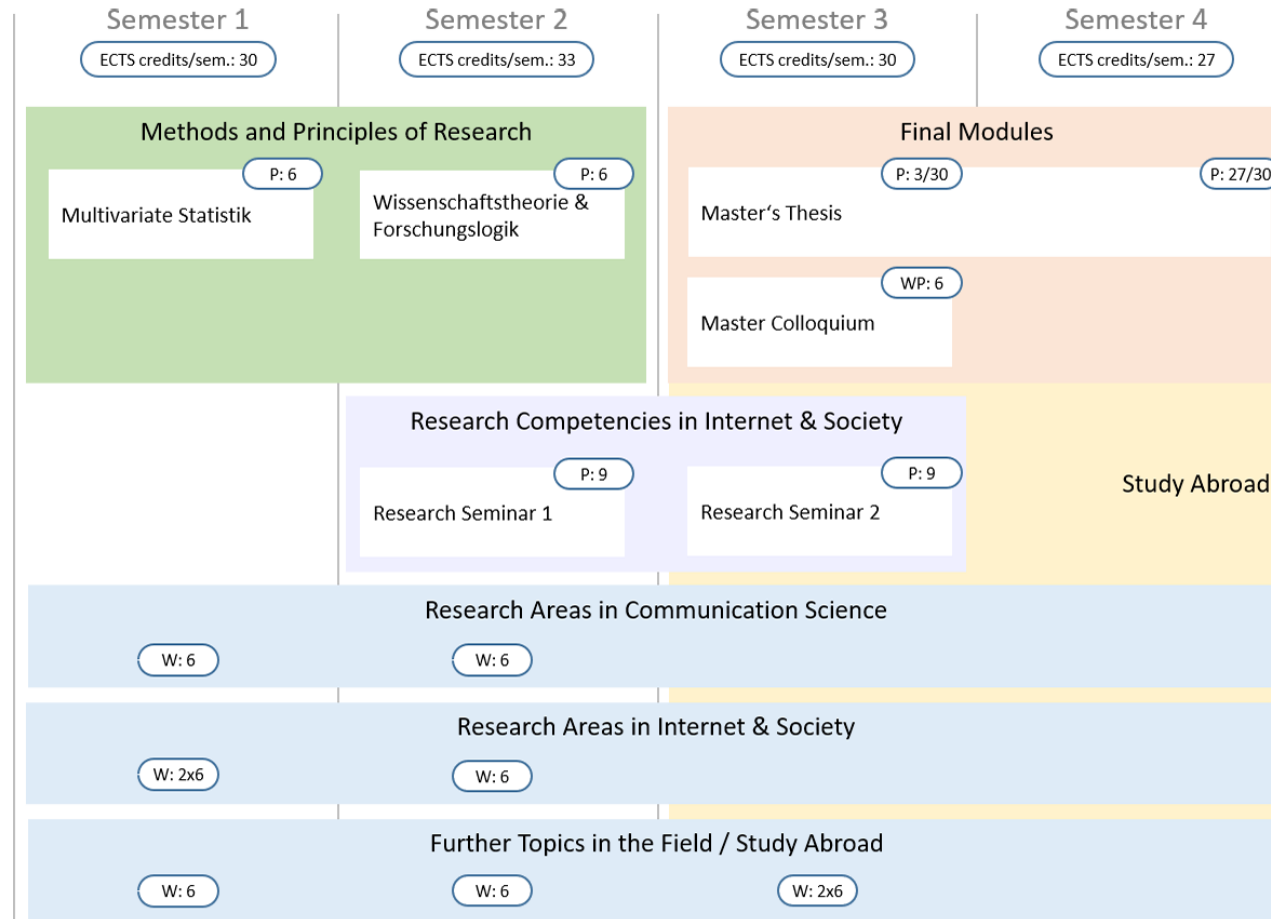
Zulassungsbedingungen und weitere Informationen



Zu den wichtigen Dokumenten



Internet & Society (120 ECTS): Sample Curriculum



P = „Compulsory“, WP = „Core Elective“ (one needs to be chosen), W = „Elective“

This sample curriculum illustrates an exemplary course of study (with start in the fall semester). No claims can be derived from this.



Internet & Society: Admission Requirements

- Bachelor's degree in Communication & Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 60 ECTS.
- Good grades in the Bachelor's program
- Very good English language skills at the academic level
- A motivation letter in English
- A recommendation letter in English (to be submitted by the referee)
- A scholarly paper written by the applicant in English (a term paper written independently or as part of a group with a clear own contribution of at least 10 pages, or several short papers)
- At the request of the Admissions Committee:
 - further evidence of qualifications relevant to the study program
 - an admissions interview



Study Abroad

Why

- Experience
- CV
- Network
- Other academic courses
- Personal Development
- Language
- Culture
- Broaden Horizon

When

- Mandatory modules to be taken at IKMZ
- Spring semester: combine with Master thesis
- Internet & Society: exchange in 3rd or 4th semester

How

- Application deadline 15th Jan. / 15th July
- Exchange in Switzerland: 15 April (fall) / 31 Oct. (spring)
- Questions: mobility@ikmz.uzh.ch

Where

- Any accredited university in the world
- Partner or non-partner university overseas
- SEMP (Erasmus+) Europe
- Switzerland



Partner university network (92 universities in 37 countries)





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**Zur Website für unsere
Masterprogramme**

**Fragen beantworten wir Ihnen gerne im
Anschluss am Stand unserer Programme oder
morgen in der digitalen Veranstaltung!**



programmkoordination@ikmz.uzh.ch



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