



**TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN**

Institut für Kommunikationswissenschaft



ifK Master-Studiengang Angewandte Medienforschung

Warum dieser Studiengang?

Kaum ein Wirtschaftsfeld wächst mit einer vergleichbaren Dynamik wie der Medien- und Informationssektor. Diesem Wachstum hat das Internet noch einmal einen Schub gegeben. Präsenz und Einfluss der Medien sind Auslöser eines tiefgreifenden Strukturwandels in Politik, Wirtschaft und anderen gesellschaftlichen Bereichen.

Diese Veränderungen werfen viele Fragen für die Wissenschaft auf. Gleichzeitig steigt in der Medienpraxis und den benachbarten Feldern der Bedarf an systematischer Analyse und kompetenter, wissenschaftlich fundierter Beratung. Die Medienforschung wird deshalb in den kommenden Jahren noch mehr an Bedeutung gewinnen – nicht nur in Unternehmen und Institutionen, sondern auch in Politik und Gesellschaft.

Der Master-Studiengang wurde erstmals im Wintersemester 2007/08 angeboten. Anders als die meisten kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge konzentriert er sich ganz auf angewandte Forschung. Darunter verstehen wir, dass kommunikationswissenschaftliche Theorien, Methoden und Ergebnisse dafür eingesetzt werden, Fragen zu beantworten, die in der Kommunikationspraxis entstehen – Fragen wie zum Beispiel: Welche Zuschauer erreicht ein bestimmtes Fernsehprogramm? Wie wirkt sich eine Anzeige auf den Absatz des beworbenen Produkts aus? Welche Botschaften sind am besten für eine Kampagne gegen das Rauchen geeignet? Wie benutzerfreundlich ist eine bestimmte Unternehmens-Website?

Solcherlei Fragen betreffen die Medien selbst, alle Institutionen, die öffentliche Kommunikation betreiben oder die über ihr Bild in der Öffentlichkeit informiert sein müssen, sowie Forschungsdienstleister, die mit Medieninhaltsanalysen, Umfragen oder anderen Verfahren die öffentliche Kommunikation untersuchen.

Wer sind wir?

Das Institut für Kommunikationswissenschaft an der TU Dresden zeichnet sich seit jeher dadurch aus, exzellente empirisch-sozialwissenschaftliche Forschung mit großer Praxisnähe zu verbinden. Wir bieten seit Jahren eine fundierte Ausbildung in den Theorien und Forschungsmethoden der Kommunikationswissenschaft.

Dazu kommen praxisrelevante Kurse für Journalismus, Public Relations und Werbung. Die Praxisnähe und der Einsatz von Grundlagenforschung zur Lösung strategischer Ziele der Praxis zahlen sich aus: Absolventenbefragungen bestätigen unseren Studierenden hervorragende Berufsaussichten.

Wer sind unsere Partner?

Um einen optimalen Praxisbezug zu gewährleisten und schon während des Studiums den Ausbau beruflicher Netzwerke zu fördern, wird der Studiengang in Kooperation mit verschiedenen Partnern aus Medien, Politik, Wirtschaft und Kultur durchgeführt.

Die Partner aus der Praxis bringen sich über Lehrveranstaltungen, Praktika und Projekte in den Studiengang ein und beraten uns im Hinblick auf die Anforderungen in Medienberufen. Zu den Praxispartnern zählen unter anderem das Sächsische Druck- und Verlagshaus, das Institut für Demoskopie Allensbach, die Forschungsgruppe Medien und die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma).

Eine zusätzliche Nähe zur Praxis schaffen jährlich stattfindende Exkursionen. In den vergangenen Jahren besuchten die Studenten das ZDF in Mainz, die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und den Bayerischen Rundfunk (BR).

Warum Dresden?

Erich Kästner schrieb über seine Heimatstadt: „Wenn es zutreffen sollte, dass ich nicht nur weiß, was schlimm und hässlich, sondern auch, was schön ist, so verdanke ich diese Gabe dem Glück, in Dresden aufgewachsen zu sein.“

Seit Kästners Zeiten hat sich das Gesicht Dresdens erheblich geändert, ist aber genauso schön geblieben. Die sächsische Landeshauptstadt Dresden ist eine der Boom-Städte Deutschlands mit hervorragenden Zukunftsperspektiven – und das bei bezahlbaren Lebenshaltungskosten! Eingebunden in eine reizvolle Umgebung, blühen hier Kunst und Kultur, Wirtschaft, Forschung und Bildung. Die Studierenden der sieben Hochschulen prägen das Stadtbild mindestens ebenso wie der Barock. Studentisches Leben findet außerhalb der Uni vor allem im etwas schrägen Flair der Dresdner Neustadt statt.

Was lernt man?

Aufbauend auf kommunikationswissenschaftlichem Basiswissen über die Funktionsweisen von Medien und Öffentlichkeit sowie auf Kenntnissen von Grundlagen der empirischen Sozialwissenschaften umfasst der Studiengang folgende Kerninhalte:

- Medieninhaltsforschung,
- Media- und Publikumsforschung,
- Markt- und Meinungsforschung,
- Konzeption und Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen.

Besonderen Wert legen wir im Studium auf das Miteinander von theoretischer Fundierung und Anwendungsnähe. Aktuelle Entwicklungen in der Forschung wie in der Kommunikationspraxis werden kritisch diskutiert.

Wie läuft das Studium ab?

Das Studium beginnt jeweils im Wintersemester und umfasst vier Semester. Neben Vorlesungen, Seminaren und Tutorien ist ein praktisches Forschungsprojekt über zwei Semester zu absolvieren. An der Lehre sind auch Dozenten aus der Praxis beteiligt. Den Abschluss bildet die Masterarbeit. Die begrenzte Anzahl von Studienplätzen ermöglicht dabei eine angemessene fachliche und persönliche Betreuung (► Wer sind wir?).

Wohin führt das Studium?

Unsere Absolventen werden für zahlreiche Berufe und Branchen ausgebildet:

- Publikums- und Reichweitenforschung bei Print-, Rundfunk- und Onlinemedien,
- Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Interessensgruppen oder Parteien,
- Zielgruppenanalysen im Marketing,
- Meinungsforschung,
- Medieninhaltsforschung,
- Kampagnenkonzeption und Mediaplanung in Werbeagenturen,
- Public Relations und interne Unternehmenskommunikation,
- Marktforschung und Unternehmensberatung,
- Kommunikations- und Usability-Abteilung bei IT-Unternehmen,
- Politikberatung,
- universitäre Kommunikationsforschung.

Wer kann studieren?

Zulassungsvoraussetzung ist ein Abschluss in Kommunikations-, Publizistik- oder Medienwissenschaft, in Ausnahmefällen auch anderer sozialwissenschaftlicher Studiengänge (B.A., Magister, Diplom). Die Bewerber müssen über grundlegende Kenntnisse in sozialwissenschaftlichen Methoden und Statistik verfügen. Neben der deutschen Sprache müssen sie Englisch sicher beherrschen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.angewandte-medienforschung.de und tu-dresden.de/ifk.

Kontakt

Institut für Kommunikationswissenschaft
der Technischen Universität Dresden

Technische Universität Dresden
Philosophische Fakultät
Institut für Kommunikationswissenschaft
01062 Dresden

kommunikationswissenschaft@mailbox.tu-dresden.de

Foto: Uli Löser