

3 Universität Freiburg

Universität Freiburg
**DCM – Departement für Kommunikationswissenschaft und
Medienforschung**
**Studiengänge: Kommunikationswissenschaft und
Medienforschung (BA), Sciences de la communication (BA),
Kommunikation und Gesellschaft (MA), Business Communication
(BA/MA)**

Universität Freiburg
Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft
Boulevard de Pérolles 90
1700 Fribourg
026 300 84 18
026 300 83 83
dcm@unifr.ch
www.unifr.ch/dcm

Voraussetzungen und Zulassungsbedingungen	<p>Personen mit Matura können das Studium ohne Aufnahmeprüfung beginnen; Personen ohne Matura, die mindestens 30-jährig sind, können im Rahmen des Programms „30plus“ nach einer Aufnahmeprüfung zum Studium zugelassen werden</p> <p>Direkte Zulassung zum Masterstudiengang Kommunikation und Gesellschaft, wenn im Bachelorstudium mindestens 60 ECTS im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft erworben wurden; für die direkte Zulassung zum Master in Business Communication sind je nach gewählten Modulen 30-60 ECTS auf Bachelorstufe im entsprechenden Fach erforderlich.</p> <p>Ausländische Studierende: Immatrikulationsbedingungen der Universität Freiburg (vgl. www.unifr.ch/admission)</p>
Studiendauer	<p><u>Bachelor</u>: 3 Jahre</p> <p><u>Master</u>: 1,5 bis 2 Jahre</p>
Mögliche Studiengänge	<ul style="list-style-type: none">- Hauptfach Bachelor Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (deutsch)- Grosses oder Kleines Nebenfach Bachelor Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (deutsch)- Hauptfach Bachelor Sciences de la communication (französisch)- Grosses Nebenfach Bachelor Business Communication (französisch)- Kleines Nebenfach Bachelor Communication et Médias (französisch)- Master Kommunikation und Gesellschaft (deutsch/englisch)- Master Business Communication (französisch/englisch/deutsch)- Joint Master Digital Communication and Creative Media Production (mit FH Graubünden, ab 2023, deutsch/englisch)- Doktorat in Sozialwissenschaften (Dr. rer. soc.)

Titel nach erfolgreichem Abschluss des Studiengangs	<ul style="list-style-type: none"> - Bachelor of Arts in Social Sciences - Master of Arts in Kommunikation und Gesellschaft - Master of Arts in Business Communication - Master of Science in Digital Communication and Creative Media Production Universität Freiburg und Fachhochschule Graubünden - Doctor of Philosophy in Communication and Rerum Socialum
Ausbildung (Erstausbildung, Diplomausbildung, Aufbaustudium, Neben- und Ergänzungsfach)	<p>Erstausbildung</p> <p>Zweitausbildung (30plus)</p> <p>Haupt- und Nebenfach</p>
Unterrichtssprache (Hauptsprache für Unterricht und Prüfungen)	<p>Deutsch oder Französisch, je nach Studiengang; einige Lehrveranstaltungen werden in beiden Sprachen angeboten; im Masterstudium auch Lehrveranstaltungen auf Englisch</p>
Notwendige Anzahl Credits	<ul style="list-style-type: none"> - BA-Hauptfach (deutsch): 120 ECTS (+ 60 ECTS in Nebenfachprogrammen) - BA-Hauptfach (französisch): 90 ECTS (+ 90 ECTS in Nebenfachprogrammen) - BA Grosses Nebenfach: 60 ECTS - BA Kleines Nebenfach: 30 ECTS - MA Universität Freiburg: 90 ECTS Hauptprogramm + 30 ECTS fakultativ in Nebenfachprogrammen - Joint Master mit FH Graubünden: 120 ECTS
Studienkosten	<p>Immatrikulationskosten und Studiengebühren: BA/MA 835 CHF (Schweizer/innen und Ausländer/innen mit Aufenthaltsbewilligung C) bzw. 985 CHF (übrige Ausländer/innen) pro Semester</p> <p>Doktorat 295 CHF pro Semester</p> <p>Weitere Auslagen (Bücher, Kopien, Prüfungen etc.): ca. 200 CHF pro Semester</p>
Studienbeginn	<p><u>Bachelor</u>: Jeweils zum Herbstsemester</p> <p><u>Master</u>: Herbst- oder Frühjahrssemester</p>
Verortung, Strukturen (Fakultät, Institut etc.)	<p>Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Fakultät, Departement Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (DCM)</p>
Institutsleitung	<p>Departementspräsident/in wird jeweils für zwei Studienjahre gewählt</p> <p>2021-2023: Prof. Dr. Laura Illia</p> <p>2023-2025: Prof. Dr. Philomen Schönhagen</p>
Anzahl ordentliche oder assoziierte Professuren	<p>7 ordentliche Professuren, 1 Assistenzprofessur</p>
Anzahl Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer (inkl. Privatdozenten)	<p>33 externe Lehrbeauftragte (2022/23)</p>
Stellenprozente wissenschaftliches Personal (Mitarbeiter, Assistenzen, Oberassistenzen)	<p>Oberassistenten, Lehr- und Forschungsräte, Lektoren: 570%</p> <p>Assistenten: 1'150%</p> <p>Wissenschaftliche Mitarbeiter: ca. 300%</p>
Stellenprozente Sekretariat, Bibliothek	<p>Sekretariat: 140%</p> <p>Bibliothek: gemeinsame Bibliothek der gesamten wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät</p>

Anzahl Studierende (HS 2022)	Bachelor auf Deutsch, Hauptfach: 164 Bachelor auf Deutsch, Nebenfach: 16 Bachelor auf Französisch, Hauptfach: 60 Bachelor auf Französisch, Nebenfach: 7 Master Kommunikation und Gesellschaft: 40 Master Business Communication: 40
Anzahl Hauptfachabschlüsse 2022	Bachelor Kommunikationswissenschaft: 44 Master Kommunikationswissenschaft und Medienforschung: 9 Master Business Communication: 21
Bibliothek	Gemeinsame Bibliothek mit anderen Fächern der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im gleichen Universitätsgebäude. Ausleihbare Bücher, Präsenzbestand, Fachzeitschriften, Zugang zu elektronischen Ressourcen, z.B. Online-Pressearchive
Arbeitsplätze für Studierende	1 PC-Raum mit 60 Stationen, mehrere Arbeitsräume für Studierende mit Steckplätzen für Notebooks, drahtloser Internet-Zugang im gesamten Universitätsgebäude
Grundausrüstung des Studiengangs (sozial-, kultur- oder wirtschafts- wissenschaftlich)	sozialwissenschaftlich
Beschreibung des Forschungsgegenstandes	<p><i>Im Zentrum des Fachs steht die Vermittlung strukturellen Wissens und Problembewusstseins bezüglich der öffentlichen gesellschaftlichen Kommunikation. Zentraler Gegenstand sind die Rahmenbedingungen, Systeme, Prozesse, Inhalte und Wirkungen der Massenkommunikation.</i></p> <p>Die Professuren des Departements befassen sich unter anderem mit den folgenden Schwerpunkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Politische Kommunikation</i> (Prof. Dr. Regula Hänggli): Produktion der politischen Berichterstattung, öffentliche Debatten, Meinungsbildung, direkte Demokratie und Digitalisierung als Herausforderung für Demokratie und Gesellschaft. • <i>Politische Kommunikation und Medien</i> (Prof. Dr. Alexandra Feddersen): Kommunikation zwischen Politik, Medien und öffentlicher Meinung und deren gegenseitige Beeinflussung • <i>Communication, Business & Social Responsibility</i> (Prof. Dr. Laura Illia): Kommunikation und Wirtschaft, Stakeholder Management, soziale Verantwortung, Themen- und Krisenmanagement, Legitimation von Organisationen, Stigmata, Reputation, Identität, Social Impact, Soziale Medien, Text-Mining, Zeitreihen, thematische Analysen. • <i>Organisationskommunikation und Public Diplomacy</i> (Prof. Dr. Diana Ingenhoff): Reputations- und Issues Management, Corporate Citizenship, CSR und internationale Unternehmenskommunikation. • <i>Mediennutzung und Medienwirkung</i> (Prof. Dr. Andreas Fahr): Mediennutzungs-, Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung, Medienpsychologie. • <i>Medienstrukturen und Governance</i> (Prof. Dr. Manuel Puppis): Mediensysteme im internationalen Vergleich, Schweizer Mediensystem, Medienorganisationen, Medienpolitik und Medienregulierung, Medienökonomie. • <i>Kommunikationsgeschichte und gesellschaftliche Kommunikation</i> (Prof. Dr. Philomen Schönhagen): Systematische Kommunikations- und Mediengeschichte, Massenkommunikationstheorie und Theoriegeschichte, Journalismustheorie, -geschichte und -forschung, Medien und gesellschaftliche Integration, Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Medien und Geschlecht.

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kommunikationswissenschaft und Medienforschung</i> (Prof. Dr. Thilo von Pape): Kommunikation in digitalen Kontexten: Nutzung und Wirkung, soziale Konstruktion und Aneignung von Medieninnovationen, mobile Medien und Kommunikation, Privatheit, Nachhaltigkeit und Zugänglichkeit digitaler Kommunikation.
<p>Aufbau des Studiengangs (Grobstrukturen)</p>	<p><u>Bachelorstudiengänge:</u> Vorlesungen und Seminare zur Vermittlung der Grundlagen der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Einführungen in andere sozialwissenschaftliche Fächer, Methoden und Statistik, journalistische Praxiskurse (als Wahlkurse nur im Hauptfach).</p> <p><u>MA Kommunikation und Gesellschaft:</u> Basismodul mit theoretischen und methodischen Grundlagen, vertiefende Vorlesungen und Seminare aus 4 verschiedenen Schwerpunkten (Media Structures & Media Performance, Political Communication, Organizational Communication, Media Use & Effects), Wahlkurse, Abschluss mit Masterarbeit und Kolloquium</p> <p><u>MA in Business Communication:</u> 1 Modul (30 ECTS) mit kommunikationswissenschaftlichen Kursen, namentlich aus dem Bereich der Organisationskommunikation. 1 weiteres 30-ECTS-Modul wahlweise in Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Ethik und Volkswirtschaft oder Wirtschaftsinformatik</p> <p><u>Joint Master Digital Communication and Creative Media Production:</u> Je nach Bachelorabschluss (Fachhochschule oder Universität) liegt der Schwerpunkt im ersten Semester auf sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen oder auf medientechnischen Grundlagen. Daneben werden Kreativitätstechniken und soziale Kompetenzen geschult. Bei den «Studios» im zweiten und dritten Semester handelt es sich um ein kollaboratives, ereignisorientiertes und praxisnahes Lehr- und Lernformat. Parallel dazu werden weitere Vertiefungskurse und Wahlmodule angeboten. Das vierte Semester umfasst die Masterarbeit und das Masterkolloquium.</p>
<p>Berufsfelder</p>	<ul style="list-style-type: none"> - praktischer Journalismus - Organisationskommunikation, Public Relations - Kommunikations- und Medienforschung - Markt- und Meinungsforschung - Medienmanagement - Kommunikationsberatung (Agenturen) - Kommunikationspolitik, Medienaufsicht und -verwaltung - Fort- und Weiterbildung Kommunikations- und Medienbereich