

The background features a collage of business-related items: a newspaper with the word 'Handelsblatt' visible, a calculator, and a line graph showing a fluctuating trend. The text 'Kommunikationswissenschaft mit dem SP Ökonomie und Organisation der Medien' is overlaid on the bottom right of this collage.

Kommunikationswissenschaft mit dem SP Ökonomie und Organisation der Medien

Mediennahe Studiengänge an der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Prof. Dr. Wolfgang Seufert
FSU Jena

Erfurter Wirtschaftskongress 2007

Erfurt, 7.6. 2007

Was heißt “mediennah”?

„Konvergenz“ → Begriff der „Medien“ wird zunehmend diffus:

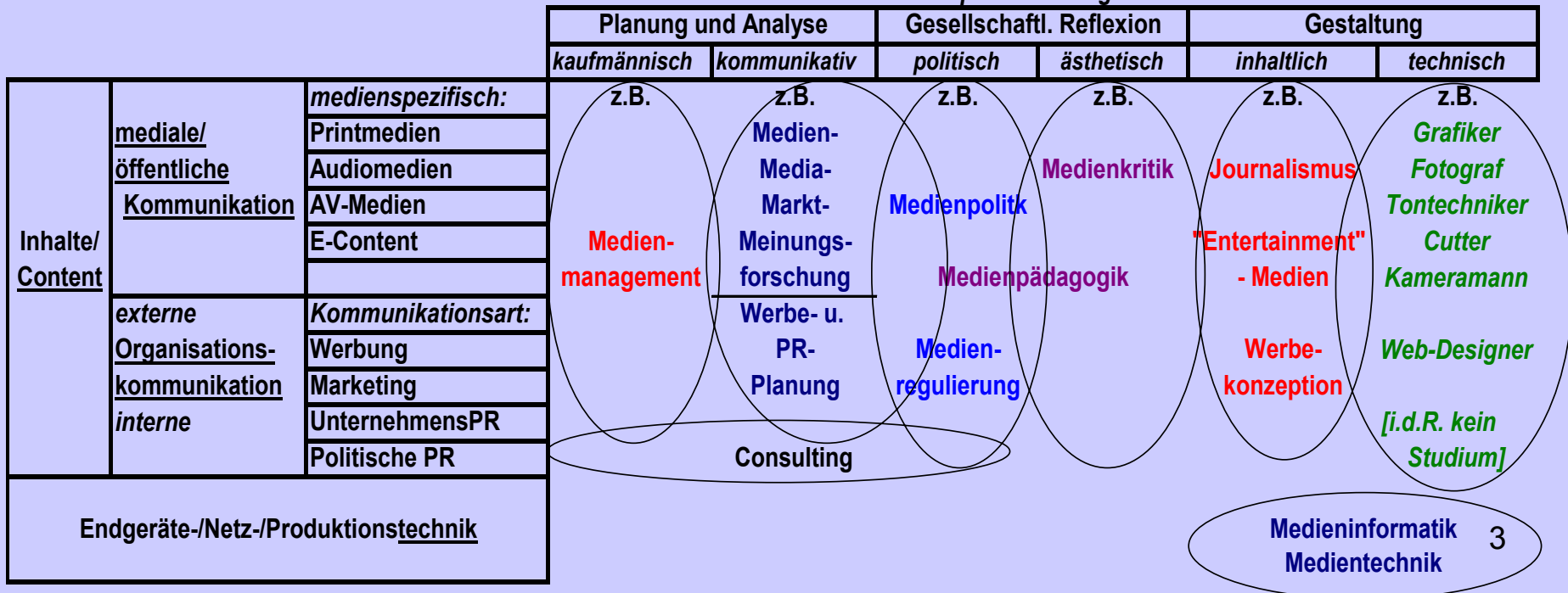
- Nur Medien-Kommunikation (Journalismus/Unterhaltung) oder auch Organisationskommunikation (Werbung/PR)?
- Nur Inhalt (Content) oder auch Technik?
- Alles Digitalisierbare (PC-Spiele, E-commerce...)?

Berufsfelder „Medien“

Berufsfelder Medien

Arbeitsfelder

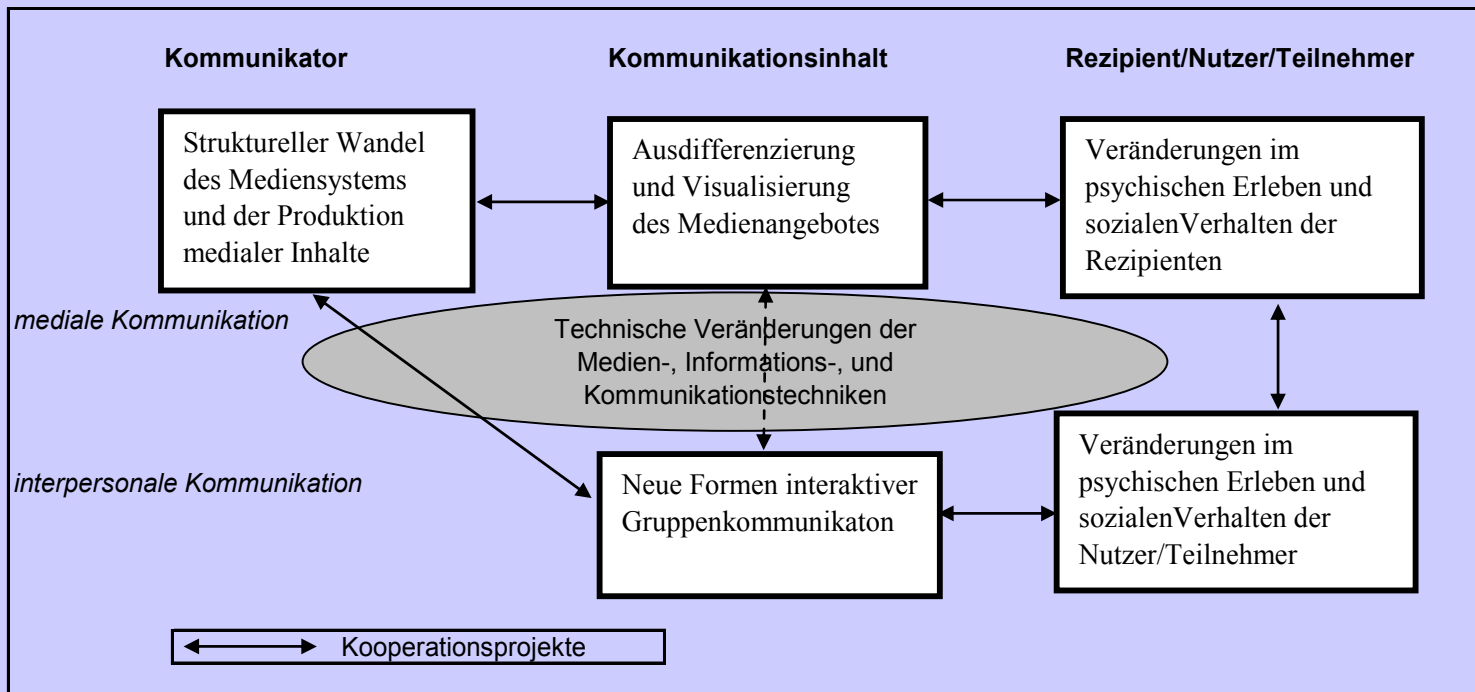
Spezialisierungen



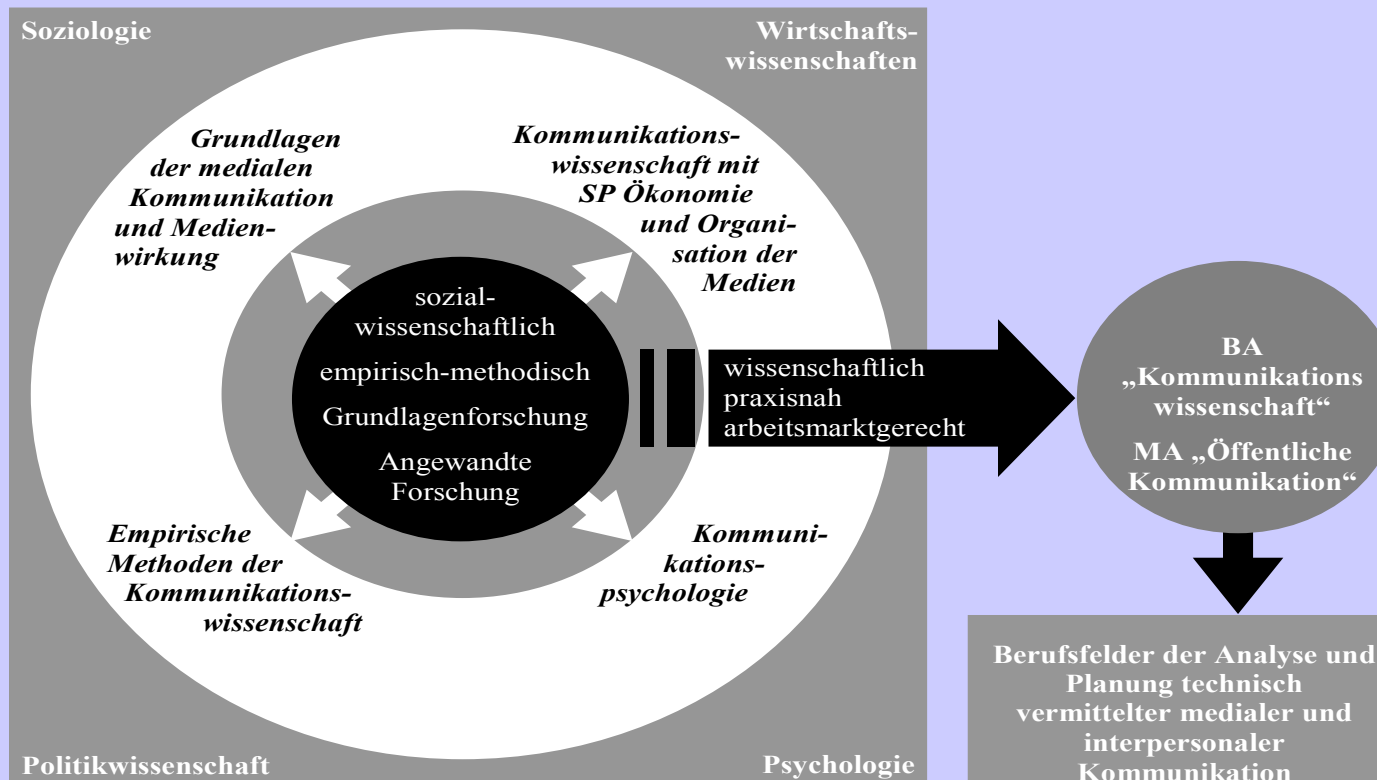
Welche Qualifikationen vermitteln?

- Spezialisten – Generalisten?
- Anteile Theorie – Empirie – Praxis?

Forschungsschwerpunkte KoWi Jena



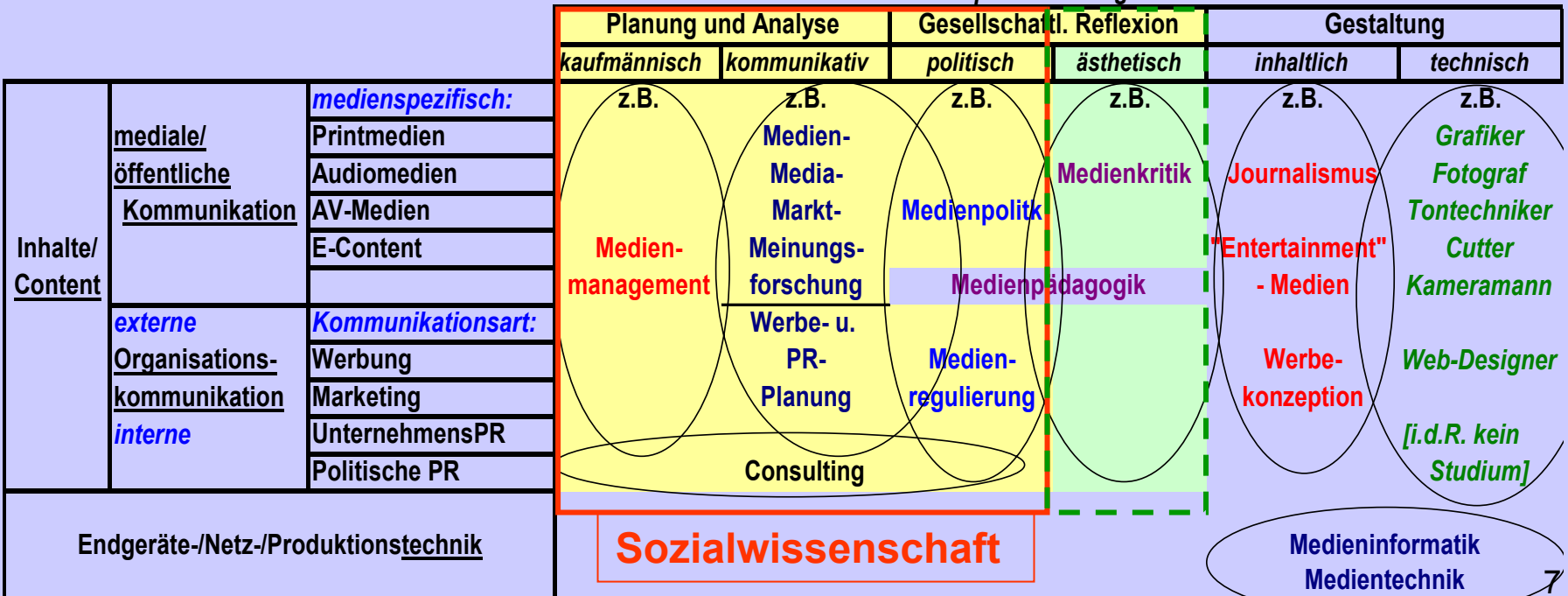
Kernkompetenzen KoWi Jena



Profil der FSU Jena

Arbeitsfelder

Spezialisierungen



[Kulturwissenschaft]

Veränderungen durch BA/MA-Einführung

bis WS 2006/07

Magisterfach "Medienwissenschaft" (9 Semester)

Hauptfach (50%)	plus	2 Nebenfächer (50%)
mit sozialwissenschaftlichem Schwerpunkt		z.B. Sprache
oder kulturwissenschaftlichem Schwerpunkt		z.B. Wirtschaftswissenschaft

ab WS 2007/08

Bachelor "Kommunikationswissenschaft" (6 Semester)

Kernfach (66%)	Ergänzungsfach (33%)
Empirische Sozialforschung Grundlagen/Medienwirkung Medienpsychologie/Gruppenkommunikation Medienökonomie	Politikwissenschaft Soziologie Wirtschaftswiss. Psychologie (Ausnahmen)

Master "öffentliche Kommunikation" (4 Semester)

Basis (Theorie)	Praxisanteil	Forschungsseminare	MA-Arbeit

„Diploma Supplement“ BA Kommunikationswissenschaft

Die Absolventen verfügen über **Grundkenntnisse** der Theorien und Modelle sowie **der Methoden und Verfahren der Datenerhebung und Datenauswertung** in der Kommunikationswissenschaft. Die Absolventen können komplexe Sachverhalte aus einer allgemeinen fachlichen Perspektive beurteilen. Sie sind in der Lage, Theorien, Methoden und Befunde problemorientiert und systematisch darzustellen sowie kritisch zu beurteilen. Die Absolventen sind außerdem **fähig, ihre Kenntnisse unter Anleitung auf eine vorgegebene, zeitlich und inhaltlich eng umrissene Fragestellung anzuwenden**. Das stellen sie in ihrer Bachelor-Arbeit unter Beweis.

Der Bachelor **qualifiziert für die niedere Führungsebene** (z.B. Assistenz der Geschäftsführung, Trainee) in den **Bereichen der strategischen Planung und Analyse im Mediensektor, in der Markt- und Meinungsforschung sowie den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, besonders im Management und in Public Relations**. Schließlich qualifiziert der Bachelor für **Tätigkeiten in der Wirtschafts- und Politikberatung**.

„Diploma Supplement“ MA Öffentliche Kommunikation

Die Absolventen **verbreitern und vertiefen ihre Kenntnisse** der Theorien und Modelle, **der Verfahren zur Erhebung und Auswertung empirischer Daten** sowie der zentralen empirischen Ergebnisse des Faches. Dabei berücksichtigen sie die aktuellen theoretischen, methodischen und empirischen Entwicklungen. Komplexere Sachverhalte können die Absolventen bis in spezifische Details durchdringen und kompetent kritisch beleuchten. Sie sind in der Lage, die theoretischen, methodischen und empirischen Kenntnisse forschungsorientiert einzusetzen, indem sie eigene wissenschaftliche Fragestellungen finden und selbständig theoretische Modelle sowie methodische Lösungen dafür entwickeln. Die **Absolventen sind in der Lage, die theoretischen, methodischen und empirischen Kenntnisse selbständig auf ein selbst entwickeltes, komplexeres sowie zeitlich und inhaltlich breiter angelegtes Forschungsproblem anzuwenden.** Das stellen sie in der Master-Arbeit unter Beweis.

Der Master-Abschluss **qualifiziert für eine wissenschaftliche Karriere sowie für Berufe der gehobenen Führungsebene** (z.B. Senior Researcher, Teamleitung) in den Feldern der strategischen Planung und Analyse im Mediensektor, der Markt- und Meinungsforschung sowie den Kommunikationsabteilungen von Organisationen, besonders im Management und in Public Relations. Schließlich qualifiziert der Master-Abschluss für Tätigkeiten in der Wirtschafts- und Politikberatung.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Wolfgang Seufert
Friedrich-Schiller-Universität Jena
Institute für Kommunikationswissenschaft
Medienökonomie
w.seufert@uni-jena.de