

Das Bachelor-Studium Kommunikation Studienrichtung Journalismus / Organisationskommunikation

Journalismus/Organisationskommunikation (JO) ist die Bachelor-Ausbildung des IAM Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. JO ist ein praxisgerichtetes Hochschulstudium: Praxis und Theorie, Trainieren und Reflektieren halten sich die Waage. JO ist modular aufgebaut und bietet individuelle Studienpläne für flexible Zeitplanung. So richtet sich JO an Einsteigerinnen und Einsteiger wie an Erfahrene. In dieser Broschüre erfahren Sie, wie das Studium angelegt und aufgebaut ist.

Änderungen im Studienplan werden laufend nachgeführt. Stand 7. Oktober 2011.

A	Profil	2
I	Die Motivation: Einsteigen, Umsteigen oder Aufsteigen	2
II	Die Berufsfelder Journalismus und Organisationskommunikation	3
III	Zwei Grundausrichtungen	3
IV	Modulares Konzept, individueller Studienplan	4
B	Studienplan	6
I	Der Lernbereich Berufspraxis: Potenzial entwickeln	6
II	Der Lernbereich Fachwissen: Qualität erkennen	12
III	Der Lernbereich Sprachen: Textproduktion üben	18
IV	Der Lernbereich Kontexte: Wissenstransfer leisten	22
C	Rund um das Studium	28
I	Vor dem Studium: mit Bedacht entscheiden	28
II	Im Studium: kalkulieren, profitieren	29
III	Über das Studium hinaus: IAM! ZHAW!	33

A Profil

Das Studium *Journalismus/Organisationskommunikation* (JO) ist ausgerichtet auf berufliche Sicherheit und Mobilität in einer vernetzten Welt – und es ist modular angelegt. Ob Sie einsteigen wollen, oder ob Sie um- und aufsteigen und dabei auf Ihre Erfahrung aufbauen wollen: Mit Ihrem individuellen Studienplan und individuell portioniertem Zeitaufwand erlangen Sie den anerkannten, praxisgerichteten Hochschulabschluss als Bachelor in Kommunikation. Damit sind Sie vorbereitet auf eine Laufbahn, in der Sie das Sagen haben. – Die nächsten Abschnitte informieren über die Motivation zum Studium (I), die Berufsfelder (II) und das modulare Konzept (III).

I Die Motivation: Einsteigen, Umsteigen oder Aufsteigen

Mobil und sicher einsteigen heisst: von Anfang an etwas zu sagen haben und es auch mitteilen können. Im Fachhochschul-Studium gewinnen Sie beides. Beim Studienabschluss gehen Sie sicher um mit ExpertInnen aus Technik oder Wirtschaft, Politik oder Kultur: Sie stellen die richtigen Fragen und sitzen falschen Antworten nicht auf. Sie haben das Weiterlernen gelernt – und Sie können kommunizieren: mit Ihrem Körper, Ihrer Sprache, auf Papier, am Mikrofon, vor der Kamera und online. Damit erschliessen Sie sich den Arbeitsmarkt.

Mobil und sicher umsteigen heisst: im Journalismus Interessen benennen und einordnen, in der Organisationskommunikation Interessen vertreten. Im Fachhochschul-Studium üben Sie beides. Beim Bachelor-Abschluss kennen Sie die Perspektiven und beherrschen die Codes im öffentlichen Diskurs. Sie haben mit Nähe und Distanz journalistisch arbeiten gelernt – und Sie können in der Organisationskommunikation überzeugen: mit Rhetorik, Fachwissen und Engagement, in interner und externer Kommunikation. Damit fassen Sie Ihr Berufsfeld weit.

Mobil und sicher aufsteigen heisst: sich selbst kennen und die Schaltstellen im Netzwerk dazu. Im Fachhochschul-Studium begreifen Sie beides. Beim Eintritt legen Sie Ihr persönliches Studienprofil und damit Ihre zeitliche Belastung fest. Beim Bachelor-Abschluss haben Sie Schwächen überwinden und Stärken ausbauen gelernt – und Sie können bewegen: mit Projekten und Kontakten zu Organisationen, Verbänden, Unternehmen. Damit geben Sie Ihrer Laufbahn Schwung.

II Die Berufsfelder Journalismus und Organisationskommunikation

Im Studiengang JO bereiten Sie sich entsprechend zweier Grundausrichtungen der Kommunikationsberufswelt auf eines von zwei attraktiven Berufsfeldern gründlich vor: Sie legen die Basis für eine Laufbahn in Journalismus oder Organisationskommunikation. Wo liegen, aus der Sicht des IAM, die Gemeinsamkeiten der beiden Berufsfelder, wo die Unterschiede, und wie fasst JO die beiden Berufsfelder in einen Studiengang?

Journalistinnen und Journalisten erschliessen relevante Informationen im Interesse der Öffentlichkeit. Sie stellen die entscheidenden, auch die unangenehmen Fragen. Und sie vermitteln das Wichtige so, dass das Publikum verstehen will und verstehen kann. Neugier, Hartnäckigkeit und Sprachbegabung sind Voraussetzung – plus ein Gespür für Menschen, ein Flair für Medientechnik. Handwerk und Reflexion sind lernbar.

Mitarbeitende in der Organisationskommunikation lenken nützliche Informationen im Interesse ihres Arbeitgebers: eines Unternehmens, einer Nonprofit-Organisation, einer Verwaltung. Sie sorgen dafür, dass Kunden, MitarbeiterInnen oder Sponsoren viel von ihnen halten und wissen, was im Betrieb geschieht. Loyalität und Sprachbegabung sind Voraussetzung, plus die Freude am Auftritt und ein Gespür für Kommunikationskultur. Die Technik ist lernbar.

Zwei gegensätzliche Perspektiven also. Gerade das aber macht die Perspektivenvielfalt spannend: Im Beruf steigen immer mehr Medienleute zum Aufsteigen mehrmals um, und wer die andere Seite kennt, arbeitet auf der eigenen professioneller. In der Ausbildung blicken Sie diesen Tatsachen ins Auge und trainieren von Anfang an, die Perspektiven nicht zu vermischen, sondern einander entgegensetzen und im Verlauf des Studiums zu profilieren. Zur Berufsbefähigung vertiefen Sie sich im dritten Studienjahr in einem der beiden Berufsfelder. Dazu bauen Sie kommunikative Kompetenzen auf – für jeden Kommunikationsberuf.

III Zwei Grundausrichtungen

Der Studiengang ist als Y-Modell angelegt und führt von der breiten Basis zur gezielten Vertiefung. In der Assessment- und Profilphase – im ersten und zweiten Studienjahr – findet eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den beiden Berufsfeldern Journalismus und Organisationskommunikation statt. Bereits ab dem zweiten Studienjahr können Sie innerhalb der Module Schwerpunkte setzen. Am Schluss der Profilphase entscheiden Sie, in welchem der beiden Berufsfelder Sie sich in der Qualifikationsphase – also im dritten Studienjahr – vertiefen wollen.

IV Modulares Konzept, individueller Studienplan

JO ist die flexible Hochschul-Ausbildung für EinsteigerInnen wie für Erfahrene, die ihr Studium mit Praxis verbinden. Wir bestimmen das Niveau: Hochschul-Abschluss mit eidgenössischem FH-Bachelor in Kommunikation. Sie bestimmen das Profil in jedem einzelnen Modul:

- Als EinsteigerIn: Präsenzstudium, mit praxisgerichteten Werkstätten, 2 Praktika, Vorlesungen, Seminaren und Tagungen, unterstützt durch das Internet als Regiemedium. Diesen Weg wählen Sie, wenn Sie neu einsteigen und mit vollem Einsatz möglichst rasch zum Ziel kommen wollen.
- Als ErfahreneR: Flexibleres Studium mit der Möglichkeit zum selbstgesteuerten Lernen parallel zu den Kolleginnen und Kollegen im Präsenzstudium. Wie diese werden Sie unterstützt durch das Internet als Regiemedium. Diesen Weg wählen Sie, wenn Sie bereits Erfahrung mitbringen und Ihren Arbeitsplan individueller gestalten wollen. Auch dabei braucht es Ihren vollen Einsatz.

Das Studium umfasst sechs Semester und besteht aus Semestermodulen. Ein solches Semestermodul kann während eines Semesters jede Woche zwei ganze Tage belegen, wie zum Beispiel die Werkstatt *Praxis 2*, oder während eines Semesters jede Woche nur zwei Stunden, wie das Modul *Englisch 2*. Die zwei *Praktika* im Verlauf des Studiums belegen zusammen ein ganzes Semester.

Die Semestermodule sind in sich abgeschlossen, aber untereinander vernetzt. Das bedeutet: Für jedes Semestermodul ist festgelegt, welches Wissen und Können Sie mitbringen müssen, und welches Wissen und Können Sie erwerben. Alle regulären Prüfungen, auch die Modul-Abschlussprüfung, finden innerhalb der Module statt, keine in den Semesterferien. Spätere Module bauen über klar definierte Schnittstellen auf frühere auf.

Jedes Semestermodul können Sie auf zwei Arten belegen:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
EinsteigerInnen: Präsenz am IAM mit JO-Internet				P				P				P	R	R	R	R	P	P
Erfahrene: Zeitlich flexibler mit JO-Internet				P				P				P	R	R	R	R	P	P

Bild 1 Semestermodul für EinsteigerInnen (oben) und für Erfahrene (unten); P: Prüfungen R: Repetitionswochen

Als Einsteiger oder Einsteigerin besuchen Sie täglich während zwölf Wochen jedes Semesters die Veranstaltungen am Institut, dann bereiten Sie sich vier Wochen lang im Selbststudium auf die Modulabschlussprüfungen vor.

Als Erfahrene oder Erfahrener lernen Sie pro definiertes Modul und Semester zeitlich flexibler und kommen für die Leistungsnachweise (Prüfungen, Vorträge, Feedbacks etc.) ans Institut.

Vor Studienbeginn haben Sie sich auf die Anforderungen der ersten Module vorzubereiten. Ebenfalls vor Studienbeginn beantragen Sie bei der Studiengangleitung, welche Module Sie als Einsteiger oder Einsteigerin und welche Module Sie als Erfahrener oder Erfahrene belegen wollen.

- Und JO als Teilzeitstudium? – JO ist ein Vollzeitstudium. Allerdings kann JO auch in Teilzeit studieren, wer das Studium auf mehrere Jahre verteilt. Wenn Sie die Module jedes Vollzeit-Studienjahres auf zwei Jahre aufteilen, dauert Ihr Studium insgesamt sechs Jahre. Wenn Sie die Module von zwei Studienjahren aufteilen, studieren Sie fünf Jahre, wenn Sie lediglich ein Jahr aufteilen, dauert Ihr Studium vier Jahre. Vor Beginn jedes Studienjahres können Sie mit der Studiengangleitung regeln, ob Sie in Vollzeit oder in Teilzeit studieren wollen.

So entsteht Ihr individueller Studienplan. Mehr dazu unter C, Rund um das Studium.

B Studienplan

Im Studium *Journalismus/Organisationskommunikation* (JO) lernen Sie typische Berufsrollen von Journalismus und Organisationskommunikation kennen und die Kommunikationsprozesse in diesen Berufsrollen gestalten. Dazu bauen Sie Selbstkompetenz, Sozialkompetenz und Sachkompetenz auf, in vier Lernbereichen: Berufspraxis (I), Fachwissen (II), Sprachen (III) und Kontexte (IV).

I Der Lernbereich Berufspraxis: Potenzial entwickeln

Im Lernbereich Berufspraxis erwerben Sie die Techniken und Routinen für die tägliche Praxis in Journalismus und Organisationskommunikation – und lernen, Ihr Potenzial in der Berufspraxis selbst weiterzuentwickeln. Sie ziehen Projekte durch und üben effizientes Lernen und Arbeiten allein und in Teams, Sie recherchieren, produzieren, redigieren – und nutzen all Ihre Kanäle, von Körpersprache bis Internet. Dabei knüpfen Sie Kontakte zu den Keyplayers der Kommunikation.

Die Module zum Lernbereich Berufspraxis sind als Werkstätten angelegt: Sie arbeiten zwei Tage pro Woche am Stück an einem Thema. Jede Woche lernen Sie beim Tun. Ihre Trainerinnen und Trainer sind Fachleute aus der Praxis. Der Lernbereich Berufspraxis besteht aus sechs Praxis-Werkstätten.

1 Praxis: Recherchieren, Schreiben und Gestalten

Diese Werkstatt vermittelt Ihnen Techniken, Methoden und Haltungen zum Studieren auf Hochschulstufe. Sie lernen grundlegende Denkweisen, Arbeitstechniken, Methoden und Textsorten Ihrer späteren Berufsfelder Journalismus und Organisationskommunikation kennen. In praktischer Arbeit eignen Sie sich Strategien zum Lernen, zum wissenschaftlichen Arbeiten, zum Arbeiten im Netz und in Gruppen an. Sie lernen, wie Sie sich im Studium und später am Arbeitsplatz neue Denkwerkzeuge selbst erschliessen können. Die Werkstatt Recherchieren, Schreiben und Gestalten findet statt im ersten Semester, zwei Tage pro Woche.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen die Grundlagen von Lernen, wissenschaftlichem und praktischem Arbeiten sowie von Teamarbeit. Sie sind mit dem Begriff „Public Storytelling“ sowie mit den elementaren Techniken und Textsorten der Berufsfelder Journalismus und Organisationskommunikation vertraut.
- Methoden: Sie setzen Techniken zur Produktion von Texten in Journalismus und Organisationskommunikation sowie von wissenschaftlichen Texten ein. Sie können methodengeleitet recherchieren und kennen Kriterien zur Beurteilung von Texten, Bildern und Layouts.
- Haltungen: Sie erkennen, dass die Beherrschung von elementaren Techniken und Fertigkeiten Voraussetzung ist für ein erfolgreiches Studium und die spätere Berufsarbeit. Sie sind sich der unterschiedlichen Perspektiven und Funktionen von Journalismus und Organisationskommunikation bewusst.

Themen

- Public Storytelling: Muster von öffentlichem Storytelling
- Wissenschaftliches Arbeiten: Studieren lernen auf Hochschulstufe
- Recherchieren als grundlegende Arbeitstechnik
- Typische Textsorten der beiden Berufsfelder
- Gestalterische Grundlagen: Bild und Darstellung als Teil der Kommunikation
- Arbeitsplatztechnik

2 Praxis: Formen und Instrumente in Journalismus und PR

Sie erlernen das Storytelling, das Aufziehen von Geschichten: Themen erkennen und Aussagen sach-, medien- und adressatengerecht vermitteln. Dabei beziehen Sie Stellung und nehmen eine Perspektive ein: journalistisch oder im Auftrag der Organisationskommunikation. Aus beiden Perspektiven üben Sie mit Beitragsformen für Online, Print, Radio und TV. Bei aller Technik erkennen Sie als entscheidenden Faktor der Kommunikationsdramaturgie den Prozessor im Kopf. Die Werkstatt findet statt im zweiten Semester, zwei Tage pro Woche.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen und verstehen die Grundlagen der Textdramaturgie in Online, Print, Radio und TV, in Journalismus und Organisationskommunikation. Sie sind mit den wichtigsten Instrumenten der Medienarbeit vertraut, setzen diese adäquat ein und wissen, was für Phasen und Schritte ein Kommunikationskonzept beinhaltet.
- Methoden: Sie können ein Repertoire von Darstellungsformen, von Medienmitteilung bis Interview, situativ einsetzen und können Texte effizient produzieren und redigieren.
- Haltungen: Sie erkennen, dass Textproduktionsroutinen von Kreativitätszwang entlasten – aber auch einengen können. Sie entwickeln ein Qualitätsbewusstsein für Texte aus Journalismus und Organisationskommunikation.

Themen

- Recherchieren, Redigieren und Archivieren
- Referierende, illustrierende und kommentierende Textsorten
- Textsorten abstimmen in der integrierten Kommunikation
- Wie professionelle Textmuster entstehen
- Textsorten des Journalismus: Nachricht, Bericht, Interview
- Textsorten der Organisationskommunikation: Medienmitteilung etc.
- Grundformen des Radio- und TV-Journalismus

3 Werkstatt: Auftreten und Präsentieren

Sie lernen sich selbst wahrzunehmen und in der Öffentlichkeit aufzutreten: vor Publikum, Mikrofon und Kamera. Als JournalistIn oder im Auftrag der Organisationskommunikation. Sie führen und moderieren Gespräche. Fürs Streitgespräch üben Sie den Umgang mit Kritik, als Kritisierende und als Kritisierte. Und Sie befragen Experten so, dass Sie die relevanten Informationen erhalten. Die Werkstatt Auftreten und Präsentieren findet statt im dritten respektive vierten Semester, einen Tag pro Woche.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen erprobte Techniken des Zuhörens und Redens und der Gesprächsführung, der Routinen- und Krisenkommunikation, des Auftritts vor Publikum, Mikrofon und Kamera.
- Methoden: Sie können in Alltag und Beruf auf allen Kanälen sicher kommunizieren, und Sie können, auch unter Druck und in der Krise, ruhig, effizient und effektiv informieren.
- Haltungen: Sie erkennen Natürlichkeit und Authentizität als Kern professionellen Auftretens, verstehen den Sinn ganzheitlichen Trainings – und Sie treten gerne auf.

Themen

- Auftritt live, am Mikrofon und vor der Kamera
- Qualifiziertes Feedback
- Verbaler, paraverbaler und nonverbaler Kanal
- Gestik, Mimik, Körperhaltung, Raumbezug
- Atem- und Stimmtraining
- Emotionen und Sinnlichkeit in der Kommunikation
- Authentizität und Glaubwürdigkeit
- Individuelles Sprechtraining
- Rapport und Status, Pacing
- Hochdeutsche Lautung
- Visualisieren, Sprachbilder
- Auftritt mit PowerPoint und anderen Medien

4 Praxis: Praktika in Journalismus und PR

Sie absolvieren im zweiten Studienjahr zwei Praktika in Journalismus und PR – entweder im Herbst- oder im Frühlingsemester. Während des Praxissemesters (von mindestens 14 Arbeitswochen Dauer) arbeiten Sie auf Redaktionen, in Kommunikationsabteilungen von Firmen oder öffentlichen Verwaltungen, in PR-Agenturen etc. Dort erhalten Sie Einblick in Arbeitsabläufe und Tätigkeiten der Berufsfelder Journalismus und Organisationskommunikation, wenden die im Studium erlernten Kommunikationswerkzeuge praktisch an und arbeiten produktiv mit. Davor können Sie in Teams einen Videogrundkurs bzw. Radioworkshop absolvieren, dies fakultativ und auf eigene Kosten.

Lernziele

- Wissen: Die Studierenden arbeiten in den Berufsfeldern Journalismus und Organisationskommunikation, produzieren unter realen Bedingungen und kennen exemplarisch Strukturen, Aufgaben und Routinen von Redaktionen (Print, Online, Radio und TV) bzw. Kommunikationsabteilungen oder PR-Agenturen.
- Methoden: Sie erstellen eine Reflexionsarbeit über ihre Arbeit sowie über ihre Rollen in den Unternehmen und wenden dabei die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens an.
- Haltungen: Die Studierenden sind sich bewusst, dass sie im jeweiligen Unternehmen Rollen einnehmen und können sich in Teams integrieren. Sie reflektieren ihre Erfahrungen am Arbeitsplatz, setzen diese mit dem eigenen Verhalten in Beziehung und nutzen sie für ihre Laufbahngestaltung.

Themen

- Produktion in der Praxis JO
- Umsetzung Theorie/Praxis JO
- Reflexionsarbeit zur eigenen Arbeit/Rolle im Unternehmen oder zu Erfahrungen im Unternehmen
- Weiterentwicklung persönlicher Stärken und fachlicher Kenntnisse

5/6 Praxis: Vertiefungs-Werkstätten

Nach Ihrer Vertiefungsentscheid für Journalismus oder Organisationskommunikation setzen Sie sich in Pflichtmodulen mit komplexen Formen und Themen des von ihnen gewählten Berufsfeldes auseinander. Sie wählen Ihre Werkstätten und erarbeiten Produkte für die Praxis, unter Bedingungen und in Abläufen, wie sie in Journalismus und Organisationskommunikation üblich sind. Die beiden Werkstätten „Informierende, illustrierende und kommentierende Darstellungsformen im Journalismus“ sowie „Umfassendere Konzepte für externe und interne PR“ finden statt im fünften Semester, die Werkstätten im Bereich „Komplexe journalistische Darstellungsformen – Strategische PR“ im sechsten Semester, je zwei Tage pro Woche.

Themen (je nach Wahl der Werkstätten)

- Komplexe Formen des Journalismus
 - Grosse Reportage
 - Narratives Schreiben
 - Kommentar
 - Visualisieren mit Infografiken
- Komplexe Formen der Organisationskommunikation
 - Strategische PR
 - Interkulturelle Kommunikation
 - Integrierte Kommunikation
 - Corporate Social Responsibility
 - Social Media und PR

II Der Lernbereich Fachwissen: Qualität erkennen

Im Lernbereich Fachwissen lernen Sie, was die Qualität von Kommunikation in Öffentlichkeit und Institutionen ausmacht. Sie verstehen Befunde aktueller Medien- und Kommunikationsforschung, forschen selbst und blicken in die historische Tiefe der Kommunikationsgesellschaft. Mit Denkwerkzeugen aus Medienlinguistik, -psychologie, -soziologie, -recht und Betriebswirtschaft erfassen Sie Prinzipien der medialen Kommunikation sowie Unterschiede von Journalismus und Organisationskommunikation.

Die Module zum Lernbereich Fachwissen sind als Vorlesungen und als Seminare angelegt: Sie arbeiten bis zu sechs Stunden pro Woche im Rhythmus von Input und Übung. Die Inputs vermitteln Ihnen neues Wissen über Ihre künftigen Berufsfelder, neue Perspektiven auf scheinbar Bekanntes und neue Werkzeuge zur Analyse des täglichen Tuns. Die Dozierenden bringen einschlägige Forschungs-, Lehr- und Praxiserfahrung mit. Der Unterricht in diesem Lernbereich besteht für alle Studierenden aus je drei Modulen Journalistik (1), Theorie der Organisationskommunikation (2) und Medienlinguistik (3), einem Modul Medienforschung (4) sowie Kommunikationsrecht (5). Abhängig von der gewählten Vertiefungsrichtung wird dieses Programm im fünften und sechsten Semester noch durch weitere Module in Journalismus oder Organisationskommunikation ergänzt.

1 Journalistik

In den Vorlesungen und Seminaren Journalistik fragen Sie, welche Faktoren die öffentliche Kommunikation beeinflussen. Sie fokussieren auf die Ziele, Normen und Ressourcen – kurz: auf die Strukturen und Prozesse von Akteuren in der öffentlichen Kommunikation. Solche Strukturen und Prozesse ermöglichen das Handeln, schränken es aber auch ein, und sie sind oft selbst die Folge von Kommunikation. Die Vorlesungen Journalistik finden statt im ersten, zweiten und wenn Sie die Vertiefung Journalistik wählen im fünften Semester, die Seminare Journalistik zwischen dem dritten und sechsten Semester. Die Veranstaltungen umfassen 1 bis 2 Wochenlektionen.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen und verstehen die Grundlagen der Mediensoziologie und der soziologischen Forschung im Berufsfeld Journalistik. Sie setzen sich mit grundlegenden Theorien und Modellen der Journalistik auseinander, um auf dieser Basis Praxis systematisch beobachten zu können.
- Methoden: Sie können Werkzeuge der Mediensoziologie nutzen, um Entwicklungen und Abläufe im Beruf zu analysieren und zu verbessern.
- Haltungen: Sie erkennen (berufliches) Handeln als geprägt vom sozialen Kontext, und Sie verstehen den Wert einer Reflexion der Ansprüche und Erwartungen der Beteiligten.

Themen

- Mediensystem Schweiz
- Konzepte von Öffentlichkeit
- Gesellschaftliche Medienfunktionen
- Medientheorien
- Medienpolitik
- Organisationale Strukturen im Journalismus
- Verhältnis Journalismus und PR
- Journalismus-Konzepte
- Medienethik, journalistische Qualität und Qualitätssicherung
- Medienwirkungen
- Individuell ausgerichtete Schwerpunkte in den Seminaren

2 Theorie der Organisationskommunikation

In den Vorlesungen und Seminaren zur Organisationskommunikation fragen Sie, welche Rolle die Kommunikation bei der Organisationsführung spielt. Sie erkennen, dass die Organisationskommunikation ein eigenständiger Managementprozess ist, und erfahren, wie Kommunikationsprozesse gesteuert werden. Die Vorlesungen zur Theorie der Organisationskommunikation finden statt im ersten, zweiten und wenn Sie die Vertiefung Organisationskommunikation wählen im fünften Semester, die Seminare Organisationskommunikation zwischen dem dritten und sechsten Semester. Die Veranstaltungen umfassen 1 bis 2 Wochenlektionen.

Lernziele

- **Wissen:** Sie setzen sich mit grundlegenden Theorien und Modellen der Organisationskommunikation auseinander, um auf dieser Basis Praxis systematisch beobachten zu können. Sie erkennen Organisationen als kommunikative Gebilde. Sie leiten daraus zentrale, organisationale Kommunikationsfunktionen ab.
- **Methoden:** Sie verfügen über die Reflexionsfähigkeit, Funktionen und grundlegende Konzepte der Organisationskommunikation zu betrachten und zu analysieren.
- **Haltungen:** Sie nehmen die Rolle eines distanzierter Beobachters und Analytikers ein, um zu verstehen, welche Regeln und Ressourcen die Prozesse des Kommunikationsmanagements beeinflussen und steuern.

Themen

- Grundlagen von Organisationskommunikation und Kommunikationsmanagement
- Aufgaben, Probleme und operative Felder des Kommunikationsmanagements
- PR-Handlungskonzepte und PR-Modelle
- Organisation und Prozesse der PR-Arbeit
- PR-Arbeit als externe Dienstleistung
- Message Design in Wirtschaft und Politik
- Aspekte der wissenschaftlichen und der Praxis-Diskussion zu strategischer Kommunikation
- Individuell ausgerichtete Schwerpunkte in den Seminaren

3 Medienlinguistik

Spass und Sicherheit beim Schreiben und Sprechen – in den Vorlesungen Medienlinguistik geht es um logische, passende, wirksame Sprache in Text, Bildtext, Hypertext und Gespräch. Sie stellen aktuelle Arbeitsproben aus Organisationskommunikation und Journalismus neben einschlägige Einsichten angewandter Linguistik und arbeiten am Sprachstück, bis es stimmt und klingt, bis man verstehen kann und will, bis das Medium als Hebel wirkt. Die Vorlesungen Medienlinguistik finden statt im ersten, zweiten und fünften Semester und umfassen 1 bis 2 Wochenlektionen.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen und verstehen die Grundlagen der Medienlinguistik und der linguistischen Forschung in den Berufsfeldern Journalismus und Organisationskommunikation.
- Methoden: Sie können Werkzeuge der Medienlinguistik nutzen, um Ihre verbale und paraverbale Kommunikation in Alltag und Beruf zu analysieren und zu verbessern.
- Haltungen: Sie erkennen Verstehen als konstruktiven Akt, und Sie verstehen den Wert der Metakommunikation, des Bemühens um Verständigung, des Klärens der Botschaften.

Themen

- Sprachstruktur, Sprachfunktion, Sprachmedium
- Arbitrarität, Konventionalität, Kompositionalität und Ökonomie der Sprache
- Type und Token
- Ethnomethodologie
- Kohärenzherstellung, Verstehen als Konstruktionsleistung
- Bedeutung und Definition
- Sprechakt und Kooperationsprinzip
- Varietät, Repertoire, Code-Switching
- Gespräch und Schreibprozess
- Hypermediatext und Intertextualität

4 Medienforschung

Wie forscht die Medienwissenschaft? – Exemplarisch spielen Sie die Phasen eines idealtypischen Forschungsprozesses durch: von der theoriegeleiteten Fragestellung, Begriffsbildung und Hypothesenentwicklung über die Operationalisierung und Stichprobenbildung bis zur Interpretation von Forschungsdaten. Dazu wägen Sie Stärken und Schwächen von Erhebungs-, Aufbereitungs- und Auswertungsverfahren ab und wirken selbst in einem Forschungsprojekt mit. Die Vorlesung und die Seminare Medienforschung finden im dritten oder vierten Semester statt und umfassen 2 Wochenlektionen Präsenz und 4 Lektionen Projektarbeit.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen und verstehen Methoden der Medien- und der Kommunikationswissenschaft zur Erforschung von Kommunikation und sozialem Handeln.
- Methoden: Sie können einfache Schritte in einem Prozess der empirischen Forschung selbst durchführen und können Resultate gängiger Verfahren interpretieren.
- Haltungen: Sie erkennen Forschungsergebnisse als abhängig von Perspektiven und Methoden und können Befunde mit Werkzeugen der Medien- und Kommunikationsforschung einschätzen.

Themen

- Begriffe, Hypothesen und Operationalisierungen
- Der idealtypische Forschungsprozess
- Befragung
- Leitfadengespräche
- Inhaltsanalyse
- Panelstudien
- Mitarbeit in Forschungsprojekten

5 Kommunikationsrecht

In der Veranstaltung Kommunikationsrecht erhalten Sie einen Überblick über die Rechtsgrundlagen des heute gültigen Kommunikations- und Medienrechts. Mit Fällen und Fragen aus der Praxis leuchten Sie aus, welche Rechtsgebiete für die Medien- und Kommunikationspraxis relevant sind. Kommunikationsrecht findet im sechsten Semester statt und umfasst 4 halbe Tage.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen die Grundlagen und Grundfragen von Rechtsetzung und Rechtsanwendung in Journalismus und Organisationskommunikation.
- Methoden: In einfachen Fällen aus Ihrer Berufspraxis können Sie den rechtlichen Problemlöseprozess selbst anwenden, in komplexen Fällen können Sie mit Experten zusammenarbeiten.
- Haltungen: Sie erkennen (Kommunikations-)Recht als Ergebnis eines sozialen Prozesses und verstehen Rechtsprechung als Interpretationsprozess – nicht als Schematismus der Gerechtigkeit.

Themen

Auswahl aus:

- Privatsphäre vs. öffentliches Interesse
- Güterabwägung
- Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz
- Radio- und Fernsehgesetzgebung
- Gegendarstellung, Berichtigung
- Recht und Satire
- Werberecht
- Unlauterer Wettbewerb
- Urheberrecht

III Der Lernbereich Sprachen: Textproduktion üben

Im Lernbereich Sprachen lernen Sie Texte verstehen und produzieren, in drei Sprachen und für viele Kulturen. Sie setzen Deutsch, Französisch und Englisch als Arbeitssprachen ein, als Basis des beruflichen Handelns mit gesprochenen und geschriebenen Texten. Das Sprachtraining verbinden Sie mit den künftigen Berufsdomänen und -kulturen. So loten Sie aus, wie öffentliche Kommunikation in einem konkreten Sprachraum spielt.

Die Module zum Lernbereich Sprachen sind als Seminare angelegt. Mündlich und schriftlich arbeiten Sie stark interaktiv und bauen dabei Ihre Sprachkompetenz aus. Sie lernen Techniken des Textverstehens und der Textproduktion kennen und anwenden, für Alltag und Beruf, in Deutsch, Englisch und Französisch. Und Sie verstehen den Sinn interkultureller Kompetenz für landesweite und weltweite Kommunikation. – Der Lernbereich Sprachen besteht aus je fünf Modulen Deutsch (1), Englisch (2) und Französisch (3).

1 Deutsch

Sie lernen die deutsche Sprache professionell einsetzen. Dazu lesen Sie Texte gezielt, analysieren diese differenziert und beurteilen begründet. Sie schreiben, redigieren, korrigieren, kommentieren, diskutieren und präsentieren nach allen Regeln der Kunst und verfassen Texte themen- und adressatengerecht in den Schreibwerkstätten. Die Seminare Deutsch finden während fünf Semestern statt und umfassen je 4 Wochenlektionen.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen Techniken der Textrezeption, der Komplexitätsreduktion und der intertextuellen Textproduktion.
- Methoden: Sie können in der deutschen Sprache auf professionellem Niveau schriftlich und mündlich situations- und adressatengerecht kommunizieren und metakommunizieren.
- Haltungen: Sie erkennen Sprache als Mittel von Überlieferung, Denken und Verständigung und verstehen den Sinn eines differenzierten Repertoires von Textverarbeitungsstrategien und -techniken.

Themen

- Korrektes Schreiben: Grammatik und Rechtschreibung
- Schreibformen und Textanalyse
- Stilistik und Rhetorik
- Intertextuelles Arbeiten und Diskurskompetenz
- Sprachliche Wirklichkeitskonstruktion
- Fachsprachlichkeit zwischen Wissenschafts- und Laiensprache

2 Englisch

Sie entwickeln Ihre Sprachfertigkeiten in der Weltsprache Englisch, erlangen Sicherheit im Schreiben und Sprechen und finden die richtigen Worte auch im beruflichen Umfeld. Aktuelles Geschehen im angelsächsischen Raum verfolgen Sie in der Originalsprache und kommentieren und diskutieren es sprachlich kompetent. Das Einstiegsniveau ist Niveau B2 des *Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen*. Im ersten Studienjahr findet das Seminar Englisch in zwei unterschiedlichen Leistungsklassen statt, die Einteilung erfolgt aufgrund eines Online-Einstufungstests vor Studienbeginn. Die Seminare Englisch finden während fünf Semestern statt und umfassen je 2 Wochenlektionen.

Lernziele

- Wissen: Sie beherrschen zentrale Regeln der englischen Sprache, kennen Techniken der Verarbeitung englischsprachiger Texte und verstehen berufliche Codes.
- Methoden: Sie können englische Fachliteratur und Alltagstexte rezeptiv und produktiv verarbeiten und in der englischen Sprache schriftlich und mündlich situations- und adressatenspezifisch kommunizieren.
- Haltungen: Sie erkennen menschliche Textverarbeitung als sprachlich und kulturell gebunden und verstehen den Sinn des Aufbaus von Cross Cultural Competence für die weltweite Kommunikation.

Themen

- Grammatische und syntaktische Strukturen
- Fachvokabular mit Schwerpunkt Medien und Kommunikation
- Lesestrategien und Textverständnis
- Schreibstrategien für Alltags- und Fachtexte
- Sprech-, Präsentations- und Argumentationsstrategien
- Recherche- und Diskurskompetenz

3 Französisch

Sie entwickeln Ihre Sprachfertigkeiten in der Landessprache Französisch, erlangen Sicherheit im Schreiben und Sprechen und finden die richtigen Worte auch im beruflichen Umfeld. Aktuelles Geschehen im französischsprachigen Raum verfolgen Sie in der Originalsprache und kommentieren und diskutieren es sprachlich kompetent. Das Einstiegsniveau ist Niveau B2 des *Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen*. Im ersten Studienjahr findet das Seminar Französisch in zwei unterschiedlichen Leistungsklassen statt, die Einteilung erfolgt aufgrund eines Online-Einstufungstests vor Studienbeginn. Die Seminare Französisch finden während fünf Semestern statt und umfassen je 2 Wochenlektionen.

Lernziele

- Wissen: Sie beherrschen zentrale Regeln der französischen Sprache, kennen Techniken der Verarbeitung französischsprachiger Texte und verstehen berufliche Codes.
- Methoden: Sie können französische Alltagstexte rezeptiv und produktiv verarbeiten und in der französischen Sprache schriftlich und mündlich situations- und adressatenspezifisch kommunizieren.
- Haltungen: Sie erkennen menschliche Textverarbeitung als sprachlich und kulturell gebunden und verstehen den Sinn des Aufbaus von interkultureller Kompetenz für die Kommunikation über den Röstigraben hinaus.

Themen

- Grammatische und syntaktische Strukturen
- Fachvokabular mit Schwerpunkt Medien und Kommunikation
- Lesestrategien und Textverständnis
- Optimierungsstrategien im mündlichen Ausdruck
- Verfassen und Redigieren von Gebrauchstexten
- Recherche- und Diskurskompetenz

IV Der Lernbereich Kontexte: Wissenstransfer leisten

Im Lernbereich Kontexte lernen Sie Expertenwissen erschliessen und Wissenstransfer leisten. Sie lernen den ExpertInnen die richtigen Fragen zu stellen und falschen Antworten nicht aufzusitzen. Alltagsphänomene ergründen Sie mit Denkansätzen aus Wirtschaftswissenschaften, Politologie und Kulturwissenschaften – Sie erkunden die Disziplinen objektorientiert.

Die Module zum Lernbereich Kontexte sind als Tagungen angelegt, in jedem Semester ein Tag pro Woche. Plenarvorträge wechseln ab mit Workshops und Recherche. Geleitet werden die Module von Teams von Dozierenden, die hohe methodische Kompetenz mit Fachkompetenz in Wirtschaft, Politik und Kultur verbinden – kurz, bei denen Lernen am Objekt überzeugt.

In den Modulen zur Wirtschaft üben Sie sich im ökonomischen Denken und lernen die Fachsprache der Wirtschaft verstehen. Exemplarisch, in anschaulichen Ausschnitten, analysieren Sie unternehmerische und wirtschaftspolitische Probleme, wenden Methoden des Managements an und werten die Folgen von Managemententscheiden aus. Sie deuten Trends, wägen die Risiken von Strategien ab und entwickeln sich zum reflektierten und handlungsfähigen Wirtschaftsbürger.

Im Modul Politik professionalisieren Sie Ihr Wissen über politische Fragen, indem Sie Politik als soziales System verstehen sowie politische Probleme und Lösungsansätze analysieren lernen. Sie werden eingeführt in den Umgang mit politischen Prozessen: Sie lernen wichtige Akteure der politischen Kommunikation kennen und deren Kommunikationsrepertoire einsetzen. Für das spezifische Handlungsfeld Entwicklungszusammenarbeit erarbeiten Sie Grundlagenwissen und Methoden und lernen die Perspektiven unterschiedlicher Berufsrollen innerhalb des Handlungsfeldes kennen.

Im Modul Kultur richten Sie Ihren Blick auf Kultur in ihren verschiedensten Erscheinungsformen und lernen dabei das Denken und die Sprache der Kultur- und Geisteswissenschaften kennen. Exemplarisch, in anschaulichen Ausschnitten, beschreiben und analysieren Sie kulturelle Phänomene, wie Kunstwerke, Diskurse sowie kulturell geprägte Verhaltensweisen, und wenden dabei kultur- und geisteswissenschaftliche Methoden an. Sie verstehen aktuelle kulturelle Phänomene als Ausdruck von Menschen, die vor dem Hintergrund ihrer Tradition und mit Blick in die Zukunft ihr individuelles und kollektives Selbstverständnis entwerfen.

Der Lernbereich Kontexte besteht aus den Modulen: Wirtschaft I (1), Politik (2), Wirtschaft II (3), Wirtschaft III (5 oder 6) und Kultur (5 oder 6).

1 **Wirtschaft I: Die Unternehmung und ihre Anspruchsgruppen**

Sie analysieren komplexe Probleme in der unternehmerischen Realität und systematisieren diese in einem Unternehmungsmodell. Tools zur Gestaltung von Unternehmens- und Marketingstrategien wie auch finanzielle Instrumente erschliessen Sie sich als Arbeitswerkzeuge. Sie verstehen Phänomene, Problemfelder und Prozesse im Kontext verschiedener Anspruchsgruppen und bestimmen Zielkonflikte und Spannungsfelder, die es bei deren Lösung zu beachten gilt. In sozio-ökonomischen Handlungsfeldern können Sie Ihren Standpunkt einnehmen und kritisch reflektieren. Wirtschaft I findet statt im ersten Semester, einen Tag pro Woche.

Lernziele

- **Wissen:** Sie erkennen den Wert von Unternehmungsmodellen für die Orientierung in unternehmerischen Problemfeldern. Sie verstehen das Zusammenwirken unterschiedlicher Anspruchsgruppen und deren Anliegen.
- **Methoden:** Die Studierenden setzen das vernetzte Denken sowie Problemlöse- und Entscheidungsstrategien situationsgerecht und strukturiert ein.
- **Haltungen:** Die Studierenden sind sich der umfassenden unternehmerischen Verantwortung gegenüber ökonomischen, sozialen und ökologischen Anspruchsgruppen bewusst. Sie tragen diese ethische Denkhaltung mit und sind bereit, diese reflektiert in ihre Arbeit einzubringen.

Themen

- A **Dynamik und Komplexität bewältigen**
Unternehmungsmodell und Stakeholderkonzept
Unternehmungs- und Geschäftsstrategien
Marketing
- B **Organisation und Führung verstehen**
Führungsgrundsätze und Führungsmodelle
Organisationsprinzipien und Organisationsformen
Personalmanagement
- C **Investor Relations verstehen**
Bilanz, Erfolgsrechnung und Geldflussrechnung
Finanzierung

2 Politik: Handlungsfelder und Akteure

Im Wahlmodul Politik professionalisieren Sie Ihr Wissen über politische Fragen, indem Sie Politik als soziales System verstehen sowie politische Probleme und Lösungsansätze analysieren lernen. Sie werden eingeführt in den Umgang mit politischen Prozessen: Sie lernen wichtige Akteure der politischen Kommunikation kennen und deren Kommunikationsrepertoire einsetzen. Für das spezifische Handlungsfeld Entwicklungszusammenarbeit erarbeiten Sie Grundlagenwissen und Methoden und lernen die Perspektiven unterschiedlicher Berufsrollen innerhalb des Handlungsfeldes kennen. Das Wahlmodul Politik findet statt im zweiten Semester, einen Tag pro Woche.

Lernziele

- Wissen: Sie erleben, verstehen und analysieren Politik. Sie tun dies einerseits in Bezug auf politische Systeme mithilfe von Makrotheorien und andererseits in Bezug auf Akteure und Strukturen mithilfe von akteurzentrierten Ansätzen.
- Methoden: Sie vermitteln, beeinflussen, konzipieren und überprüfen Politik mithilfe der argumentativen Politikanalyse, der Netzwerk- und Interaktionsanalyse sowie der Politikprogrammierung und -evaluation.
- Haltungen: Sie sind sich bewusst, dass Politik uns prägt und wir die Politik prägen durch Recherche, Analyse, Reflexion und Kommunikation. Sie tun dies in den Rollen des aktiven Bürgers, des Politikanalysten und des Kommunikators.

Themen

- A Politik verstehen und vermitteln (am Beispiel der Schweizer Konsensdemokratie)
Systemvergleichende Politiktheorie und Politikfeldanalyse
Diskurs- und Argumentationsanalyse
Policy Networks, Koalitionen und Kommunikationsstrategien
- B Politik erleben und beeinflussen (am Beispiel der Akteure in der Sozialpolitik)
Netzwerk- und Interaktionsanalyse
Verbände und Parteien; Parlamente und Verwaltungen
- C Politik konzipieren und überprüfen (am Beispiel Entwicklungspolitik)
Probleme und Trends globaler Entwicklungspolitik
Implementation von Programmen und Evaluation der Entwicklungspolitik

3 Wirtschaft II: Wirtschafts- und sozialpolitische Spannungsfelder

Sie analysieren komplexe normative Probleme in der unternehmerischen Realität und systematisieren diese, um Managementprozesse wertorientiert mitzugestalten. Sie verstehen diese Problemfelder und Prozesse im Kontext verschiedener Anspruchsgruppen und der daraus entstehenden Zielkonflikte, die es bei deren Lösung zu beachten gilt. Sie kennen aktuelle wirtschafts- und sozialpolitische Fragen und Herausforderungen und können als Staats- und WirtschaftsbürgerIn kritisch reflektieren, Position beziehen, Entscheidungen treffen und Verantwortung übernehmen. Wirtschaft II findet statt im dritten oder vierten Semester, einen Tag pro Woche.

Lernziele

- **Wissen:** Sie erkennen die Bedeutung normativer Orientierungs- und Legitimationsprozesse für die strategische Gestaltung von Visionen und Leitbildern. Sie kennen die Merkmale, Probleme und Herausforderungen der aktuellen Wirtschafts- und Sozialpolitik.
- **Methoden:** Sie setzen analytische, kreative und vernetzende Methoden des Managements für die Planung, Umsetzung und Kontrolle unternehmerischer Visionen und Wertschöpfungsprozesse situationsgerecht um.
- **Haltungen:** Sie sind sich der umfassenden Verantwortung als Staats- und WirtschaftsbürgerIn gegenüber ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen bewusst, tragen diese Verantwortung mit und sind bereit, Lösungen zu gesamtwirtschaftlichen Problemen mitzugestalten.

Themen

- A Normative Orientierungsprozesse mitgestalten
Normatives Management und Wirtschaftsethik
Ökologie und Umweltmanagement
- B/C Wirtschaftspolitische Probleme und Herausforderungen verstehen
Wirtschaftswachstum, Konjunktur und Konjunkturpolitik
Arbeitslosigkeit und Arbeitsmarktpolitik
Steuerwettbewerb und Staatsverschuldung
Notenbankpolitik
Sozialer Ausgleich und Sozialpolitik

5/6 Wirtschaft III: Businessplan und Marketing

Sie lernen die Grundlagen dafür kennen, wie Produkte und Dienstleistungen im Markt gezielt positioniert werden. Sie arbeiten in Gruppen selbstständig und gestalten für ein Produkt oder eine Dienstleistung Ihrer Wahl den Businessplan von A bis Z, von einer ersten Idee bis zur Konzeptgestaltung, von der Kalkulation bis zu den Planungsrechnungen (Budget, Erfolgsrechnung, Szenarien). Dabei stärken Sie Ihre Fähigkeiten sowohl im konzeptionellen Denken als auch im Problemlösen. Das Modul findet statt im fünften oder sechsten Semester, einen Tag pro Woche.

Lernziele

- Wissen: Sie erkennen den Wert des Marketings und können das Zusammenwirken und die Auswirkungen der Entscheidungen im Marketing abschätzen. Sie verstehen die Relevanz von Kalkulation und Plan-Jahresrechnung.
- Methoden: Sie setzen das vernetzte Denken sowie Konzept-, Problemlösungs- und Entscheidungstechniken situationsgerecht und strukturiert ein und erstellen einen eigenen Businessplan für die Lancierung eines Produktes oder einer Dienstleistung.
- Haltungen: Sie sind sich der Bedeutung von konzeptionellem Arbeiten bewusst und integrieren dabei auch die Kosten-/Wirkungsseite.

Themen

- Methodische Planung
- Vernetzung von Marketingkonzept und Unternehmensstrategie
- Marketingkonzept
- Operatives Marketing
- Kalkulation/Plan-Jahresrechnung
- Finanzierungskonzept

5/6 Kultur: Ansichten und Zugänge

Sie lernen Kultur als etwas von Menschen Geformtes, mit anderen Systemen Vernetztes und in stetem Wandel Begriffenes kennen. Um die ungebrochene Attraktivität von Kulturphänomenen wie Wilhelm Tell oder Che Guevara zu erklären, verwenden Sie kulturwissenschaftliche Werkzeuge wie das Konzept des kulturellen Gedächtnisses oder Mythentheorien. Im Umgang mit literarischem Storytelling arbeiten Sie intertextuell, narratologisch und textanalytisch. Im Zusammenhang mit dem Iconic Turn unserer Kultur gilt es, das Sehen zu schulen und grundlegende Fragen zum Umgang mit Bildern zu stellen. Beiträge aus Kunst, Bild- und Medienwissenschaften liefern hierfür wichtige Impulse. Das Wahlmodul Kultur findet statt im fünften oder sechsten Semester, einen Tag pro Woche.

Lernziele

- Wissen: Sie kennen und verstehen Kultur als etwas Gewordenes, Vernetztes und Gestaltbares und verstehen die Wechselwirkungen zwischen Kultur und Gesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.
- Methoden: Sie lernen verschiedene kultur- und geisteswissenschaftliche Theorien und Methoden kennen, wissen um deren Möglichkeiten und Grenzen und setzen sie reflektiert und problemorientiert ein.
- Haltungen: Sie verstehen das individuelle und kollektive Verhalten von Menschen und folglich auch die Kommunikation als kulturell geprägt. Sie anerkennen Kultur als Ausdruck individuellen und kollektiven Selbstverständnisses.

Themen

A Kultur und Gedächtnis

Was ist Kultur? Kulturelles Gedächtnis und Alltagspraxis
Wilhelm Tell und Swissness; Mythen und ihre Funktionen

B Kultur, Narration und Identität

Literatur als Intertextualität; Erzählen über das Erzählen
Architektur erzählt Geschichte(n); Literatur spiegelt Wirklichkeit(en)

C Kultur und Bild

Was ist ein Bild? Schule des Sehens im Museum
Individuelle Wahrnehmung und kollektive Rezeption; Original und Reproduktion

C Rund um das Studium

Ein Studium besteht aus mehr als klaren Konzepten und einem abgestimmten Studienplan. Einen Teil des Drumherums stellt dieser Studienführer hier vor: Was vor dem Studienbeginn zu klären ist (I), was im Studium gilt (II) und was über das Studium hinaus wirkt (III).

I Vor dem Studium: mit Bedacht entscheiden

Journalismus/Organisationskommunikation ist ein eidgenössisch anerkanntes Hochschulstudium mit Abschluss als Bachelor in Kommunikation. Das minimiert die Studiengebühr für Sie – aber erhöht die Anforderungen, zum Beispiel beim Eintritt. Zu beachten sind die Regelungen zu Vorbildung (1), Anmeldung (2), Eignungsabklärung (3) und Einteilung (4).

1 Vorbildung

Zum Studium sind Sie grundsätzlich zugelassen, wenn Sie einen der folgenden Schulabschlüsse mitbringen:

- a Berufsmatura
- b gymnasiale Matura
- c Fachmatura
- d eidgenössisch anerkannte Handels-, Diplom- oder Fachmittelschule nach dreijähriger Ausbildung (ab Schulabschluss 2009 mit Aufnahmeprüfung zusätzlich zur Eignungsabklärung).

Wer eine eidgenössisch anerkannte Berufsmatura oder Fachmatura hat, wird ohne weitere Praxiserfahrung in das erste Semester aufgenommen, vorausgesetzt, die Eignungsabklärung (3) ist bestanden. Bei anderen Schulabschlüssen wie zum Beispiel b und d erwartet das IAM ein volles Jahr Erwerbstätigkeit als Voraussetzung für die Zulassung zum Studium. Das IAM erwartet von Ihnen kein Kommunikationspraktikum, doch ist Erfahrung im Berufsfeld Kommunikation von Vorteil. Die Berufserfahrung muss spätestens bei Studienbeginn vollständig belegt werden.

AbsolventInnen anderer Ausbildungsgänge können aufgenommen werden, wenn sie sich über gleichwertige schulische und berufliche Kenntnisse ausweisen. Über die Anerkennung ausländischer Abschlüsse entscheidet die Studiengangleitung gemäss den an der ZHAW geltenden Richtlinien.

2 Anmeldung

Für die Aufnahme an die ZHAW reichen Sie eine schriftliche Anmeldung ein und bezahlen die vorgeschriebene Immatrikulationsgebühr. Das Anmeldeformular finden Sie auf

<http://www.linguistik.zhaw.ch/de/linguistik/iam/studium/bachelorstudium-journalismus-organisationskommunikation-jo/aufnahmebedingungen-verfahren.html>

Sie erhalten das Formular auch beim Studiengangsekretariat am IAM, der Einzahlungsschein liegt der Anmeldebestätigung bei.

3 Eignungsabklärung

Über die formellen Zulassungsbedingungen hinaus, die für jedes Fachhochschul-Studium gelten, ist eine überdurchschnittliche Eignung für Kommunikationsberufe entscheidend für den Erfolg in Studium und Arbeitswelt. Vor Studienbeginn führt das IAM deshalb eine Eignungsabklärung durch. Diese entscheidet über die definitive Zulassung zum Studium. Die Eignungsabklärung führen Expertinnen und Experten für Selektionsverfahren durch, zusammen mit Fachleuten aus der Kommunikationspraxis.

Die Eignungsabklärung kostet Fr. 600.-. Sie besteht aus schriftlichen (4 Stunden) und mündlichen Teilen (eine halbe Stunde) und erfasst das Voraussetzungsprofil der Kandidatinnen und Kandidaten für die Weiterentwicklung beruflicher Kompetenz. Damit stützt sie eine verlässliche Prognose über Erfolg in Studium und Beruf.

4 Einteilung

Ebenfalls vor Studienbeginn beantragen Sie bei der Studiengangleitung, welche Module Sie als Erfahrene/r oder als Einsteiger/in belegen wollen. Kriterien für den Entscheid sind Vorbildung und Berufserfahrung, Ergebnis der Eignungsabklärung und eigene Wünsche.

II Im Studium: kalkulieren, profitieren

Ein Studium am IAM lässt sich präzise planen. Wer seinen Studienplan zusammengestellt und mit der Studiengangleitung besprochen hat, weiss, wann in den nächsten sechs Semestern was angesagt ist und wo Zeitfenster offen bleiben. Das bedingt eine klare Regelung von Terminen (1), Prüfungen (2), Kosten (3) und Technik (4), abgestützt auf die gültigen gesetzlichen Grundlagen (5).

1 Termine

Die Anmeldefrist läuft jeweils bis zum 31. März. Das Fachhochschulstudium beginnt in der Woche 38 und dauert sechs Semester. Die Modularisierung ermöglicht es, das Studium als Vollzeit- oder als Teilzeitstudium, und zwar auch im Präsenzstudium, zu absolvieren. Details besprechen Sie mit der Studiengangleitung.

Das Studienjahr besteht aus zwei Semestern zu je 18 Wochen. Das Herbstsemester beginnt in der Woche 38, das Frühlingsemester in der Woche 8. Die Schlussprüfungen der Semestermodule finden in den letzten beiden Wochen der Semester statt.

Militärische Schulen können nicht ohne Unterbrechung des Studiums besucht werden. Die Rekrutenschule muss deshalb vor Beginn des Studiums abgeschlossen werden.

2 Prüfungen

In den Modulen finden Prüfungen am Schluss des Semesters, teilweise aber auch in den Modulwochen 4, 8 und 12 statt. Diese Konzentration erhöht die Spitzenbelastung im Studium, erleichtert aber allen Studierenden die Zeitplanung. Die Module schliessen in der Regel mit einer Modulabschlussprüfung in den letzten beiden Modulwochen.

Die Modulabschlüsse der ersten zwei Semester gelten als Assessmentprüfung, die Modulabschlüsse des dritten bis sechsten Semesters ergeben zusammen die Bachelor-Prüfung. Zum Abschluss und integriert ins sechste Semester ist eine theoretisch fundierte, praxisgerichtete Bachelor-Arbeit zu schreiben. Zum Studienabschluss müssen alle Module bestanden sein. Die Einzelheiten sind in der Studien- und Prüfungsordnung der ZHAW geregelt.

Die Assessmentprüfung findet in den ersten zwei Semestern statt. Wer sie nicht besteht, kann sie einmal wiederholen. Zugelassen zum dritten Semester ist nur, wer die Assessmentprüfung bestanden hat.

Das Studium schliesst mit der Bachelor-Arbeit im sechsten Semester ab. Mit Ihrer Bachelor-Arbeit zeigen Sie, dass Sie ein praktisch relevantes Problem aus den Berufsfeldern Journalismus und Organisationskommunikation theoretisch fundiert angehen können. Themen können auf Anregung der Dozierenden gewählt werden, doch auch die Studierenden können geeignete Themen einbringen. Das IAM arbeitet bei Bachelor-Arbeiten häufig mit Wirtschaftspartnern zusammen; Bachelor-Arbeiten können auch Teile von Forschungs- und Beratungsaufträgen sein.

3 Kosten

Einschreibung zum Aufnahmeverfahren	Fr.	100.00
Immatrikulationsgebühr ⁽¹⁾	Fr.	100.00
für die Einschreibung in die Bachelor- und Studiengebühr pro Semester ⁽²⁾	Fr.	680.00
Eignungsabklärung	Fr.	600.00
Skriptenpauschale (pro Semester)	Fr.	50.00
Radioworkshop (fakultativ, einmaliger Kostenanteil)	Fr.	500.00
Videogrundkurs (fakultativ, einmaliger Kostenanteil)	Fr.	1800.00
Beitrag Studentenorganisation (VSZHAW)	Fr.	12.00
Beitrag Akademischer Sportverband Zürich (ASVZ)	Fr.	25.00

⁽¹⁾ Wer sich nach erfolgreich absolviertem Aufnahmeverfahren auf den nächstmöglichen Termin für den Studiengang einschreibt, bezahlt keine Immatrikulationsgebühr.

⁽²⁾ Zusätzliche Semestergebühr für ausländische Studierende mit zivilrechtlichem Wohnsitz ausserhalb der Schweiz: Fr. 500.00

Gebühren und Kostenbeteiligungen sind Pauschalbeträge, diese gelten auch für reduzierte Studienpensen. Bei einem Studienabbruch werden keine Gebühren und Kosten rückerstattet.

Für Kursmaterial und Reisen ist im Jahr mit einem Betrag von Fr. 1'000.00 bis Fr. 3'000.00 zu rechnen. Dazu kommen einmalige Kosten für Computer und Programme: Im Studiengang JO arbeiten Sie an Ihrem eigenen Laptop.

Für Ihre Unterkunft sorgen Sie selbst, wobei Ihnen der Verein »Studentisches Wohnen Winterthur, SWOWI« – zu finden unter www.swowi.ch/content/index_de.php – hilft, ein passendes Zimmer zu finden. Für die Miete eines Zimmers ist je nach Ansprüchen mit Fr. 300.00 bis Fr. 700.00 im Monat zu rechnen.

Schweizer BürgerInnen können bei Bedarf Studienbeiträge erhalten, sofern sie beziehungsweise ihre Eltern im Kanton Zürich Wohnsitz haben. Bewerbungen sind unmittelbar nach Beginn des Semesters einzureichen. Die Auszahlungen erfolgen in der Regel in der ersten Semesterhälfte. Studierende mit Wohnsitz in anderen Kantonen wenden sich für Studienbeiträge in erster Linie an die zuständigen Stellen ihres Wohnkantons. Der Stipendienberater der ZHAW steht für Beratungen zur Verfügung.

4 Technik

Am IAM arbeiten Sie mit Geist und Seele und mit konvergenter, vernetzter Medientechnik für alle Kanäle und Produktionsstufen:

Digitale Videokameras und Audio-Aufnahmegeräte sind für Sie bereit. Zum Schreiben und für Internet-Recherche aber benötigen Sie einen eigenen Laptop, Windows oder Mac. Diesen Laptop verbinden Sie an Ihrem Arbeitsplatz im IAM über Ethernet mit dem Intra- und dem Internet. Sie haben Ihre eigene Adresse im Netz und schnellen Zugriff auf die Kursmaterialien. Beim Einrichten helfen wir Ihnen in der ersten Semesterwoche. Nachher sind Sie selber für Ihre Verbindungen zuständig. Wir kommunizieren mit Ihnen über das schulinterne Netz.

Mit Ihren Laptops bearbeiten Sie in den Werkstätten Text, Ton und Bild. Die Programme dazu lernen Sie in den beiden Werkstätten *Recherchieren, Schreiben und Gestalten* und *Formen und Instrumente in Journalismus und PR* kennen und nutzen. Zur Produktion im Haus arbeiten Sie mit einfachem, universellem Werkzeug, es geht ums Gestalten, nicht um technische Perfektion. Diese technische Perfektion ist dagegen Thema in Ihren beiden Praktika.

In jedem Arbeitsraum projiziert ein Tageslichtbeamer an die Wand, was Sie von Ihrem Laptop aus den Kolleginnen und Kollegen vorführen wollen. Eine Audio- und Video-Anlage vermittelt Ton und Bild. Und in der Cafeteria und der Mensa tanken Sie für die Präsenz auf Ihrem wichtigsten Kanal auf: Ihrer Ausstrahlung.

5 Gesetzliche Grundlagen

Für jedes Studium an der ZHAW gelten übergeordnet die folgenden Gesetze und Reglemente. Sie können Sie auf dem Studiensekretariat einsehen:

- Bundesgesetz über die Fachhochschulen
- Bundesverordnung über die Fachhochschulen
- Fachhochschulgesetz des Kantons Zürich
- Fachhochschulverordnung des Kantons Zürich
- Gebührenordnung
- Schulordnung für die Zürcher Hochschule der Angewandten Wissenschaften
- Studien- und Prüfungsordnung

III Über das Studium hinaus: IAM! ZHAW!

Das IAM an der ZHAW ist ein Ort, an dem es sich zu studieren lohnt. Über die Studienfächer hinaus bieten Institut und Hochschule ein hochschulpolitisch starkes Umfeld (1), ein motivierendes Ambiente (2), professionellen Anschluss (3), erschwinglichen Lebensraum (4) und organisierte Mitsprache (5).

1 Vorne studieren

Fachhochschulen sind Hochschulen, die in der Regel auf einer Berufsausbildung aufbauen. Sie stehen neben den Technischen Hochschulen und Universitäten im tertiären Bildungsbereich und sind definiert als andersartig als die Unis, aber gleichwertig.

Die ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ist eine der grössten und leistungsstärksten Mehrsparten-Fachhochschulen in der Schweiz mit nationaler und internationaler Ausstrahlung. Zum Markenzeichen der ZHAW gehören Interdisziplinarität und Praxisbezug.

An der ZHAW sind rund 9000 Studierende in insgesamt 24 Bachelor-Studiengängen und elf konsekutiven Master-Studiengängen immatrikuliert. Weitere konsekutive Master-Studiengänge folgen. Die Hochschule bietet aber auch ein grosses Weiterbildungsangebot mit u.a. rund 30 Weiterbildungs-Master-Studiengängen an. Die fast 30 Institute und Zentren der ZHAW bearbeiten vernetzt Forschungs-, Dienstleistungs- und Beratungsaufträge mit externen Partnern aus Industrie, Wirtschaft und Verwaltung.

2 In Ruhe arbeiten

Ein schnelles Computernetz erschliesst alle Gebäude der ZHAW. Von überall auf der Welt können Sie als Studierende/r auf unsere Kursmaterialien im Internet zugreifen. In allen Gebäuden der ZHAW sind Räume für selbständiges Arbeiten im Netz eingerichtet.

Am IAM bietet Ihnen die Mediothek Medien von Büchern bis DVDs und ruhige Arbeitsplätze. Auch an den anderen Standorten der ZHAW stehen Ihnen die Bibliotheken zum Recherchieren und Arbeiten offen.

3 Weiter planen

Den Studierenden der ZHAW steht das reichhaltige Sportangebot des Akademischen Sportverbands Zürich ASVZ zur Verfügung. Das aktuelle Programm finden Sie unter

<http://www.asvz.ch>

Allen Angehörigen der ZHAW steht auch eine Stelle offen, die sie in folgenden Fragen berät: Studienplanung, Stipendien, Auslandsaufenthalt, Koordination von Studium und Militär. Die Beratungsstelle der ZHAW informiert Sie auch über Beratungsmöglichkeiten ausserhalb der Schule.

<http://www.zhaw.ch/de/zhaw/studium/beratung/schwerpunkte.html>

Studieren Sie am IAM, geniessen Sie ab dem sechsten Semester überdies eine individuelle Laufbahnberatung (Real Player Coaching) durch Arbeitspsychologen des IAM, die auf die Berufsfelder Journalismus und Organisationskommunikation spezialisiert sind. Die Beratung können Sie auch nach Studienabschluss in Anspruch nehmen.

4 Günstig leben

In der Mensa verpflegen Sie sich preisgünstig. Hier bekommen Sie vom Frühstück über Pausensnacks bis zu Mittag- und Abendessen, was dem Magen und dem Budget wohl bekommt. Speisezettel:

<http://www.zhaw.ch/nc/de/zhaw/studium/campus/mensa.html>

Zwei Shops verkaufen Schulmaterial zu fairen Preisen. Computer kaufen ZHAW-Studierende mit kräftigem Preisabschlag, für viele Programme zahlen sie nur einen Bruchteil des Ladenpreises.

5 Organisiert mitreden

Die Gesamtheit der Studierenden bildet den Verband der Studierenden an der ZHAW (VSZHAW). Der Verband vertritt seine Mitglieder gegenüber den Behörden, der Schulleitung und den auswärtigen Studierendenverbänden. Politisch interessierte Studierende arbeiten im Vorstand an Lösungen für hartnäckige Alltagsfragen im Hochschulbetrieb – und organisieren die legendären Partys, die belegen, dass es an der ZHAW mehr zu feiern gibt als „nur“ ein tolles Studium. Information:

<http://www.zhaw.ch/de/zhaw/studium/campus/studierendenorganisation.html>