



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

Digitale Medien- und
Kommunikationskulturen
Philosophische Fakultät

Masterstudiengang



Digitale Medienpraktiken verstehen und gestalten



Was zeichnet den Masterstudiengang Digitale Medien- und Kommunikationskulturen aus?

Der Masterstudiengang fokussiert Praktiken vernetzter Alltags-, Diskurs-, Konsum-, Unternehmens- und Politikulturen, die zunehmend durch Digitalisierung, Mobilisierung und Visualisierung geprägt sind. Im Mittelpunkt des Studiums stehen der Erwerb von fachspezifischem Wissen der Kommunikations- und Bildwissenschaften sowie die Vertiefung methodischer Kenntnisse der qualitativen Sozialforschung und Bildanalyse. Je nach Interesse werden Spezialisierungen in den Bereichen Wirtschaftswissenschaft und Medieninformatik sowie Zusatzqualifikationen in geistes- und sozialwissenschaftlichen Nachbardisziplinen angeboten.



„Die Entscheidung für den Masterstudiengang traf ich aufgrund seiner klaren Ausrichtung auf onlinevermittelte Kommunikation und des Schwerpunkts auf qualitative Forschungsmethoden. Mich überzeugt, dass wir eigene, praxisnahe Forschungsprojekte zu aktuellen Themen entwickeln und in kleinen Gruppen durchführen können. Die zahlreichen Spezialisierungsmöglichkeiten erlauben mir zudem die Zusammenstellung eines persönlichen Studienprofils.“

Sabine Meier, Studierende Digitale Medien- und Kommunikationskulturen

Aufbau des Studiums

Basismodule (1.-3. Semester)

- Digitale Kommunikation
- Digitale Alltagskulturen
- Visuelle Kulturen
- Digitale Bildlichkeit

Ergänzungsmodule (1.-3. Semester)

- Wirtschaft, Marketing und Medienrecht
oder
- Medieninformatik

Ergänzungsmodule (2.-3. Semester)

Aus den nachfolgend genannten Modulen sind zwei auszuwählen:

- Mediencodierung
- Mensch Computer Interaktion
- Medienretrieval

Modul Zusatzqualifikation (2.-3. Semester)

Aus den nachfolgend genannten Modulen ist eines auszuwählen:

- Psychologie
- Germanistik
- Interkulturelle Kommunikation und Interkulturelle Kompetenz
- Pädagogik
- Politikwissenschaft
- Soziologie
- English Literatures and Cultures

Modul Master-Arbeit (4. Semester)

Berufsperspektiven

Der Masterstudiengang Digitale Medien- und Kommunikationskulturen qualifiziert für vielfältige Aufgabenbereiche der Medien- und Kreativwirtschaft in Werbe-, Marketing- und Medienagenturen, Unternehmen und öffentlichen Institutionen:

- Medienkommunikation
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Markt- und Mediaforschung
- Online-Marketing und Social-Media-Management
- Werbekonzeption
- Politik- und Unternehmensberatung
- Event-, Projekt- und Kulturmanagement
- Forschung und Lehre

Grundlegendes

Voraussetzung: in der Regel berufsqualifizierender Hochschulabschluss Bachelor Medienkommunikation bzw. inhaltlich gleichwertiger Studiengang

Regelstudienzeit: 4 Semester

Abschluss: Master of Arts (M.A.)

Studienbeginn: Wintersemester

Alle Informationen rund ums Studium:

www.tu-chemnitz.de/studentenservice

Onlinebewerbung:

www.tu-chemnitz.de/studienbewerbung

Weitere Informationen:

Technische Universität Chemnitz

Studentensekretariat

Straße der Nationen 62, Zimmer 043

09111 Chemnitz

+49 371 531-33333

studentensekretariat@tu-chemnitz.de

Fachstudienberatung

Eine Übersicht aller Fachstudienberater

einschließlich ihrer Erreichbarkeit finden Sie unter

www.tu-chemnitz.de/studienberater

Zentrale Studienberatung

Technische Universität Chemnitz

Zentrale Studienberatung

Straße der Nationen 62, Zimmer 046

09111 Chemnitz

+49 371 531-55555

studienberatung@tu-chemnitz.de



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ