

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, Absolventin 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

Modul Zusatzqualifikation (2. – 3. Semester)

Aus den nachfolgend genannten Modulen ist eines auszuwählen:

- Psychologie
- Germanistik
- Pädagogik
- Interkulturelle Kommunikation und interkulturelle Kompetenz



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS
CHEMNITZ

- Politikwissenschaft
- Soziologie
- English Literatures and Cultures

Modul Master-Arbeit (4. Semester)

Berufsperspektiven

Der Masterstudiengang Digitale Medien- und Kommunikationskulturen soll Sie befähigen, digitale Transformationen in Medien, Kultur und Gesellschaft zu verstehen und dieses Verständnis in der Praxis, in der Medienberatung und Kreativwirtschaft sowie in der weiteren Forschung anzuwenden. Der Studiengang vermittelt Ihnen Fähigkeiten, die Ihnen eine präzise und professionelle Reflexion von Medien unterschiedlichster Art ermöglichen und die Ihnen ein analytisches Verständnis auch zukünftiger medientechnischer Entwicklungen sichern – beispielsweise in Bereichen der sozialen und öffentlichen Kommunikation, der technischen Assistenzsysteme, des Designs, der Unterhaltung und der Politik.

Auf das vorherige Bachelorstudium aufbauend bereitet der Studiengang auf eine Karriere in Unternehmen vor, in öffentlichen Institutionen und Bildungseinrichtungen, in der Markt- und Medienforschung, in der Politik- und Unternehmensberatung, in Werbe- und Medienagenturen, im Social- Media-Consulting oder in der Medien- und Kreativwirtschaft.

Grundlegendes

Philosophische Fakultät

Zulassungsvoraussetzung: in der Regel berufsqualifizierender Hochschulabschluss Bachelor Medienkommunikation oder ein inhaltlich gleichwertiger/vergleichbarer sozial- oder kulturwissenschaftlicher Hochschulabschluss (Medienwissenschaft, Soziologie, Kulturanthropologie, Politikwissenschaft, Informatik und Kommunikationswissenschaften, Germanistik o.ä.)

Regelstudienzeit: 4 Semester

Abschluss: Master of Arts (M. A.)

Studienbeginn: Wintersemester



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
IN DER KULTURHAUPTSTADT EUROPAS
CHEMNITZ

Weitere Informationen

Studieren in Chemnitz

www.studium-in-chemnitz.de

Studienbewerbung

www.tu-chemnitz.de/studienbewerbung

FAQ - Häufig gestellte Fragen

www.tu-chemnitz.de/studentenservice/faq.php

Studierendenservice

Straße der Nationen 62, Zimmer 043 (A10.043)

+49 371 531-33333

studierendenservice@tu-chemnitz.de

Zentrale Studienberatung

Straße der Nationen 62, Zimmer 046 (A10.046)

+49 371 531-55555

studienberatung@tu-chemnitz.de

Fachstudienberatung

Eine Übersicht aller Fachstudienberater finden Sie unter

www.tu-chemnitz.de/studienberater

Postanschrift

Technische Universität Chemnitz

Studierendenservice und Zentrale Studienberatung

09107 Chemnitz

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde in der Regel das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personen-, Amts- und Funktionsbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Auflage 2021/2022