



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Institut für Informationswissenschaft
Institute of Information Science

Master für Markt- und Medienforschung (MuM) an der Fachhochschule Köln

Präsentation am 27. März 2012

Im Rahmen der Veranstaltung

„Research plus“

1. DGOF-Regionalveranstaltung zur Online-Forschung
(Köln)



Gliederung

1. Zielgruppe
2. Zulassungsvoraussetzungen
3. Qualifikationsziel / Arbeitsfelder
4. Vergleichbare Studiengänge
5. Kooperationen
6. Aufbau und Struktur I-IV
7. Inhaltliche Verteilung





1. Zielgruppe

Absolventinnen und Absolventen informations- und kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge, insbesondere der

- ◆ institutseigenen Bachelor-Studiengänge Online-Redakteur und Informationswirtschaft (da bisher kein institutseigener Master),
- ◆ Informationswissenschaftler, BWL-Absolventen (Schwerpunkt Marketing) sowie Online-Redakteur und Journalistik-Absolventen deutschlandweit,
- ◆ Weitere inhaltlich affine Studiengänge

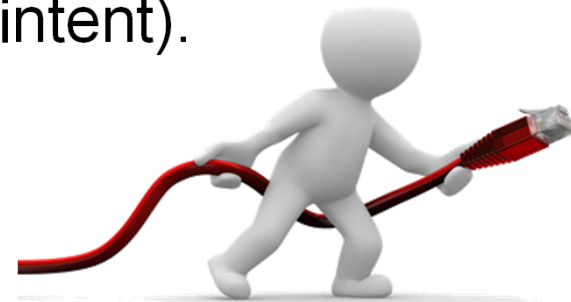




2. Zulassungsvoraussetzungen

Kriterien für die Zulassung sind

- ◆ ein Hochschulabschluss (Gesamtnote mindestens 2,4),
- ◆ der Nachweis ausreichender Fremdsprachenkenntnisse (Englischsprachttest) ,
- ◆ ein Motivationsschreiben (letter of intent).





3. Qualifikationsziel / Arbeitsfelder

Die Master-Absolventen unseres Studiengangs sind qualifiziert für leitende Tätigkeiten bzw. als Projektleiter in der

- ◆ kommerziellen Marktforschung in Unternehmen und Agenturen,
- ◆ empirischen Forschung in wissenschaftlichen Forschungsinstitutionen und -instituten,
- ◆ Medienforschung in Medienunternehmen und Agenturen oder
- ◆ für den weiteren wissenschaftlichen Werdegang (Promotion).



4. Vergleichbare Studiengänge

- ◆ Medienstudiengänge gibt es bundesweit in großer Anzahl. Auf dem Level eines Master-Studienganges findet man derzeit jedoch keine vergleichbaren Studiengänge in Deutschland.
- ◆ Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal des MuM-Studiengangs ist die Möglichkeit sich in der Markt- oder Medienforschung zu spezialisieren.
- ◆ Auch der starke Fokus auf das Web existiert in keinem anderen Master-Studiengang.





5. Bestehende Kooperationen / Lehraufträge

- ◆ Questback, Hürth
- ◆ RTL Medienforschung
- ◆ The Nielsen Company, Hamburg
- ◆ Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e. V. (AGOF), Frankfurt
- ◆ WDR Medienforschung, Köln
- ◆
- ◆
- ◆ Interesse? ... Bitte sprechen Sie mich an





6. Aufbau und Struktur I

	Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule Marktforschung / Medienforschung	
1. Semester (20 SWS)	M1 Wissenschafts- theorie und Methodenlehre 6 SWS	M2 Instrumente der Markt- und Medienforschung (Primärerhebung) 8 SWS	M3 Strukturelle und psychologische Aspekte der Markt- und Medienforsch. 6 SWS		

1. Semester:

- ◆ Schwerpunkt in der Einführung der Methodenlehre sowie der wissenschaftstheoretischen Hintergründe
- ◆ Erläuterung und Vermittlung des organisatorischen und strukturellen Umfeldes sowohl der Markt- als auch der Medienforschung (Institutionen, Branchen, Verbände)
- ◆ Psychologische Aspekte der Markt- und Medienforschung (Schwerpunkt auf qualitativen Methoden mit Kunden- / Konsumentenbezug)



6. Aufbau und Struktur II

	Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule Marktforschung / Medienforschung	
2. Semester (20 SWS)	M4 Rechtliche und ethische Aspekte der Markt- und Medienforsch. 4 SWS	M5 Methoden der stat. Datenanalyse, und -aufbereitung 4 SWS	M6 Methoden bzw. Instrumente der Online-Forschung 6 SWS	M7a Theorie der Informations- märkte 4 SWS	M7b Medientheorien 4 SWS

2. Semester:

- ◆ Rechtliche Aspekte als Rahmenbedingungen des Handelns im Bereich der Markt- und Medienforschung
- ◆ Vertiefung der Methodenlehre: Statistische Datenanalyse und Aufbereitung
- ◆ Gemeinsamer Schwerpunkt im Bereich Methodik der Online-Forschung
- ◆ Wahlpflichtmodule:
Schwerpunkt Marktforschung: Theorie der Informationsmärkte
Schwerpunkt Medienforschung: Medientheorien



6. Aufbau und Struktur III

	Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule Marktforschung / Medienforschung	
3. Semester (22 SWS)	M8 Branchenspez. Aspekte der Markt- und Medienforsch. 4 SWS	M9 IT-Aspekte der Markt- und Medienforschung 4 SWS	M10 Data Mining, Daten- interpretation und -präsentation 6 SWS	M11a Projekt der Angewandten Marktforschung 8 SWS	M11b Projekt der Angewandten Medienforschung 8 SWS

3. Semester:

- ◆ Branchenspezifische Aspekte der Markt- und Medienforschung
- ◆ Informationstechnische Unterstützung der Markt- und Medienforschung
- ◆ Verfahren zur Auswertung großer Datenmengen (Data Mining). Interpretation und Präsentation von Analyseergebnissen
- ◆ Wahlpflichtprojektmodule:
 - Angewandte Marktforschung
 - Angewandte Medienforschung



6. Aufbau und Struktur

	Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule Marktforschung / Medienforschung	
4. Semester (4 SWS)	M12 Aktuelle Tendenzen der Markt- und Medienforschung 2 SWS	M13 Masterseminar und Master-Thesis 2 SWS			

4. Semester:

- ◆ Aktuelle Tendenzen der Markt- und Medienforschung
- ◆ Kolloquium zur Masterthesis
- ◆ Masterthesis



6. Struktur / Inhaltliche Verteilung

	Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule Marktforschung / Medienforschung	
1. Semester (20 SWS)	M1 Wissenschafts- theorie und Methodenlehre 6 SWS	M2 Instrumente der Markt- und Medienforschung (Primärerhebung) 8 SWS	M3 Strukturelle und psychologische Aspekte der Markt- und Medienforsch. 6 SWS	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> Legende: X = Methodische Aspekte Y = Theoretische Aspekte Z = Praktische Aspekte </div>	
2. Semester (20 SWS)	M4 Rechtliche und ethische Aspekte der Markt- und Medienforsch. 4 SWS	M5 Methoden der stat. Datenanalyse, und - aufbereitung 4 SWS	M6 Methoden bzw. Instrumente der Online-Forschung 6 SWS	M7a Theorie der Informations- märkte 4 SWS	M7b Medientheorien 4 SWS
3. Semester (22 SWS)	M8 Branchenspez. Aspekte der Markt- und Medienforsch. 4 SWS	M9 IT-Aspekte der Markt- und Medienforschung 4 SWS	M10 Data Mining, Daten- interpretation und- präsentation 6 SWS	M11a Projekt der Angewandten Marktforschung 8 SWS	M11b Projekt der Angewandte n Medienforschung 8 SWS
4. Semester (4 SWS)	M12 Aktuelle Tendenzen der Markt- und Medienforschung 2 SWS	M13 Masterseminar und Master-Thesis 2 SWS			



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Noch Fragen?

simone.fuehles-ubach@fh-koeln.de

