

MASTER-STUDIENGANG MARKT- UND MEDIENFORSCHUNG

In diesem konsekutiven Masterstudiengang werden sämtliche Methoden der empirischen Markt- und Medienforschung vermittelt, wobei die Instrumente der Online-Forschung einen großen Stellenwert einnehmen. Die Absolventen erwerben die Fähigkeit zur selbständigen Durchführung von Forschungsaufgaben in der beruflichen Praxis. Je nach Vorkenntnissen oder Interessen können die Studierenden ihren Schwerpunkt im Bereich der Markt- oder der Medienforschung legen.

INHALTE & SCHWERPUNKTE

Alleinstellungsmerkmal des Master-Konzepts ist der Schwerpunkt auf der empirischen Methodik und der angewandten Forschung – insbesondere im Online-Bereich. Prägend für den Studiengang sind Kooperationen mit Institutionen der Markt- und Medienforschung sowie Herstellern von Marktforschungs-Software.

STUDIENAUFBAU & STUDIENFÄCHER

	Pflichtmodule			Wahlpflichtmodule (MaFo / MeFo) Marktforschung / Medienforschung	
1. Semester (20 SWS)	M1 Wissenschaftstheorie und Methodenlehre 6 SWS	M2 Instrumente der Marktforschung (Primärerhebung) 8 SWS	M3 Strukturelle und psycholog. Aspekte der MaFo / MeFo 6 SWS	Legende: X = Methodische Aspekte X = Theoretische Aspekte X = Praktische Aspekte	
2. Semester (20 SWS)	M4 rechtliche und ethische Aspekte der MaFo / MeFo 4 SWS	M5 Methoden der stat. Datenanalyse und -aufbereitung 6 SWS	M6 Methoden bzw. Instrumente der Online-Forschung 6 SWS	M7a Theorie der Informationsmärkte 4 SWS	M7b Medientheorien 4 SWS
3. Semester (20 SWS)	M8 Branchenspezifische Aspekte der MaFo / MeFo 4 SWS	M9 IT-Aspekte der MaFo / MeFo 4 SWS	M10 Data Mining, Dateninterpretation und -präsentation 4 SWS	M11a Projekt der angewandten Marktforschung 8 SWS	M11b Projekt der angewandten Medienforschung 8 SWS
4. Semester (4 SWS)	M12 aktuelle Tendenzen der MaFo / MeFo 2 SWS	M13 Kolloquium zur Masterthesis 2 SWS	M14 Masterthesis		

BERUFSFELDER

Absolventen sind qualifiziert für leitende Tätigkeiten bzw. als Projektleiter in der kommerziellen Marktforschung in Unternehmen und Agenturen, in der empirischen Forschung in wissenschaftlichen Forschungsinstitutionen und -instituten, in der Medienforschung in Medienunternehmen und Agenturen.

PROFIL DES STUDIENGANGS

Typ

konsekutiver Vollzeit-Studiengang, akkreditiert durch AQAS

Akademischer Grad

Master of Science (M.Sc.)
in Markt- und Medienforschung

Studiendauer

4 Semester; 120 Credit Points

Studienbeginn

ab WS 2009/10 jeweils zum Wintersemester

Studienort

Fachhochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft
Claudiusstr. 1
50678 Köln

Zulassungsvoraussetzungen

Überdurchschnittlicher Hochschulabschluss in einem informations- oder kommunikationswiss. Studiengang (insb. Informationswirtschaft, BWL mit Marketing-Schwerpunkt o.ä. sowie Online-Redakteur, Journalistik); erfolgreiche Teilnahme an einem Statistik-Test; Motivationsschreiben

Bewerbungsschluß

15.08.2009

Kontakt

Sekretariat
Frau Bompani

www.fbi.fh-koeln.de

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

