

Zulassung

Der Studiengang setzt einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss in den folgenden Fächergruppen voraus:

- Journalismus
- Publizistik
- Medienwissenschaft
- Kommunikationswissenschaften
- Public Relations
- Marketing

Die Gesamtnote des Abschlusses muss mindestens 2,5 betragen. Außerdem müssen 210 Credit Points nach ECTS erreicht worden sein.

Hat der Bewerber nur 180 Credit Points, kann er die fehlenden 30 durch eine mindestens 6-monatige adäquate Berufstätigkeit (z. B. Praktika, Volontariat oder Trainee) in Journalismus, Publizistik, Public Relations oder Marketing/Werbung anerkannt bekommen.

Studienbeginn ist jeweils zum Sommersemester. Die Einschreibung erfolgt bis 31. März, in begründeten Ausnahmefällen auch bis zum 30. April eines jeden Jahres.



Foto: Thomas Iskra – Gegensätze

Vom Start weg vorne...

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg gehört zu den jüngsten öffentlich-rechtlichen Hochschulen in Nordrhein-Westfalen. An ihren drei Standorten Sankt Augustin, Rheinbach und Hennef studieren über 6.600 junge Menschen.

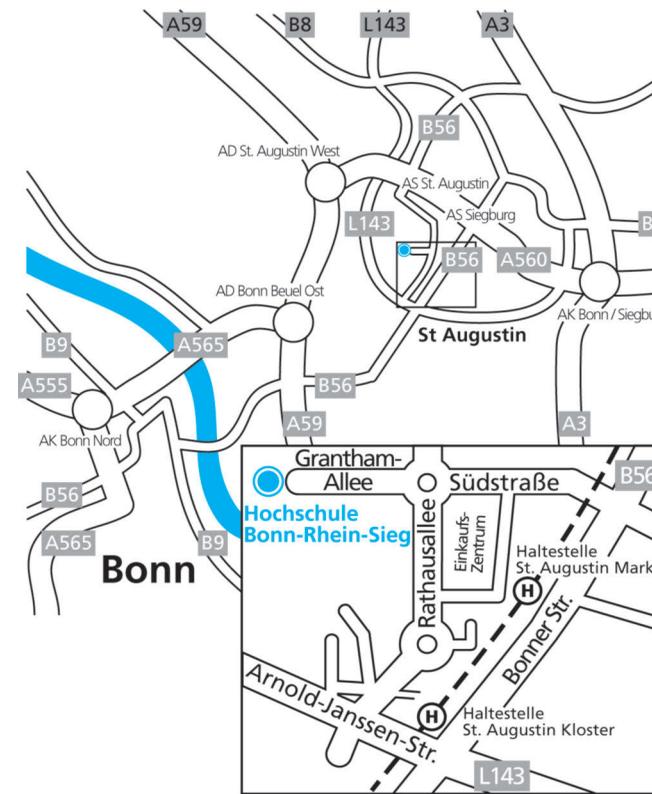
Der Fachbereich

Im Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus (EMT) wirken die Studienrichtungen interdisziplinär zusammen. Fachübergreifende Kooperationen verknüpfen die jeweiligen Wissensgebiete.

Studiert wird mit modernsten Mitteln, Messgeräten und Maschinen, im eigenen TV- und Hörfunkstudio, in Laboren und Werkhallen und mit aktueller Computer- und Netzwerktechnik. Gemeinsame Projekte mit der Industrie sind selbstverständlich.

Aktuelle Informationen hierzu bietet die Homepage des Fachbereichs: <http://fb03.h-brs.de/>

Anfahrt



Anfahrtsbeschreibung

www.h-brs.de/standorte.html

Kontakt

Prof. Dr. Uwe Braehmer

Professur für PR/Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement
Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus (EMT)
Tel. +49 2241 865 356
Fax +49 2241 865 8356
uwe.braehmer@h-brs.de

Fachbereichssekretariat

Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus (EMT)
Tel. +49 2241 865 301
Fax +49 2241 865 8301
Fb03.sekretariat@h-brs.de

Fragen zu Zulassung und Einschreibung:

Studierendensekretariat

Tel. +49 2241 865 720
Fax +49 2241 865 8720
studierendensekretariat@h-brs.de

Anschrift

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Fachbereich Elektrotechnik,
Maschinenbau und
Technikjournalismus (EMT)
Grantham-Allee 20
53757 Sankt Augustin

www.h-brs.de

Fotos: Christian Belzer, Rainer Keuenhof

Stand 07/2013

Studiengang

Technik- und
Innovations-
kommunikation

**Technik- und
Innovations-
kommunikation**

Akkreditiert durch AQAS

Abschluss
Master of Science (M.Sc.)



Fachbereich Elektrotechnik,
Maschinenbau und
Technikjournalismus (EMT)



**Hochschule
Bonn-Rhein-Sieg**
University of Applied Sciences

In drei Semestern zum Master of Science

In drei Semestern qualifiziert der Master-Studiengang „Technik- und Innovationskommunikation“ die Studierenden für verschiedene Kommunikationsberufe in Unternehmen, Institutionen, Verbänden und den Medien. Dabei kombiniert er Wissenschaft mit der für Fachhochschulen typischen Praxis- und Anwendungsorientierung.

Der interdisziplinäre Ansatz des Studiengangs kommt besonders durch die Projekte zum Ausdruck. Sie werden begleitend zu Vorlesungen, Seminaren und Übungen angeboten. Projektziele sind Analysen und Konzeptionen zu verschiedenen Themen. Die Studierenden lernen dadurch, wissenschaftliche Methoden auf konkrete Aufgabenstellungen anzuwenden.

Das Masterprogramm dient der Vertiefung und Erweiterung des im Erststudium erworbenen Wissens und der damit verbundenen Kompetenzen. Es zielt auf eine fachliche wie persönliche Weiterentwicklung der Studierenden ab. Kleine Gruppen und ein sehr gutes Betreuungsverhältnis garantieren ein angenehmes und lernintensives Umfeld, in dem man eigene Ideen und Profile entwickeln und umsetzen kann. Die Rahmenbedingungen tragen damit auch zur Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden bei.

Analytisches und vernetztes Denken werden im Master-Studium gezielt gefördert. Die hohe Dynamik der Industrie verlangt von den Kommunikatoren, ihr Wissen ständig auf neue und zukünftige Fragestellungen anzuwenden und Problemstellungen vor technischen wie nichttechnischen Hintergründen zu begreifen.

Technik- und Innovationskommunikation

Unternehmen weltweit setzen auf Weiterentwicklung und Innovation. Längst haben die großen Konzerne erkannt, wie wichtig eine entsprechende interne und externe Kommunikation für die erfolgreiche Entwicklung und Vermarktung von Technik und Innovation ist. Auch mittelständische und kleine Unternehmen richten entsprechende Positionen ein.

Gefordert sind Fach- und Führungskräfte, die die Entstehung und Durchsetzung von Innovation auf der Kommunikationsebene fördern und technische Zusammenhänge richtig kommunizieren können.

In den Unternehmen gestalten die Kommunikatoren Betriebsabläufe und tragen zur Förderung des Innovationsklimas bei. Die Technik- und Innovationskommunikation schafft eine gemeinsame Sprache, um das Verständnis zwischen den betriebsinternen Akteuren, wie Ingenieuren, Designern, Management und Vertrieb, zu fördern.

Ein anderer Aspekt ist die Vermittlung des Nutzens technischer Entwicklungen gegenüber Gesellschaft und Politik, deren Bewertungen und Entscheidungen direkten Einfluss auf die Innovationsfähigkeit der Unternehmen haben.

Mögliche Arbeitgeber sind:

- Unternehmen aus technischen Wirtschaftszweigen
- Verbände
- Werbe- und PR-Agenturen
- Interessenvertretungen
- Forschungsinstitutionen
- Unternehmen der Medienbranche
- weitere Unternehmen, in denen es auf die richtige Kommunikation ankommt

Erfolgreiche Absolventen



Andreas Viehof

Student Jahrgang 2012

„Nach dem Abschluss des Bachelorstudiengangs Technikjournalismus habe ich mich für den weiterführenden TIK-Master entschieden, weil ich davon überzeugt bin, dass dieser Studiengang meine Chancen auf dem Arbeitsmarkt positiv beeinflussen wird. Die vermittelten Kompetenzen, Technik und Innovation zu kommunizieren, vertiefen zum einen mein aus dem Bachelor-Studium vorhandenes Fachwissen. Zum anderen ermöglichen sie mir auch neue berufliche Perspektiven, etwa in der Unternehmenskommunikation oder in der Medienbranche.“



Katharina Trojahn

Studentin Jahrgang 2012

„Besonders interessant fand ich unser praktisches Projekt zum Thema ‚Exoskelette‘. Mit Hilfe mehrerer Experteninterviews haben wir die Akzeptanz bei den wichtigsten Anspruchsgruppen untersucht. Das Projekt hat verdeutlicht, wie bedeutend noch vor der Entwicklung eines Produkts die Meinungen und Bedenken der wichtigsten Stakeholder sind.“

Studienverlaufsplan

Sommersemester	Wintersemester	Sommersemester
Technik und Gesellschaft	Wirtschaft und Recht	Master-Thesis Kolloquium
Integrierte Kommunikation	Kommunikationstheorie	
Medientechnik	Globalisierung und internationale Kommunikation	
Innovationskommunikation I	Innovationskommunikation II	
Projekt I	Projekt II	