

Universität Basel
Institut für Medienwissenschaft (i/f/m)

Studiengang Medienwissenschaft

Universität Basel
 Institut für Medienwissenschaft (i/f/m)
 Bernoullistrasse 28
 4056 Basel
 061 267 08 89
 sekretariat-mewi@unibas.ch
www.mewi.unibas.ch

Voraussetzungen und Zulassungsbedingungen	Matura, keine Aufnahmeprüfung, kein Numerus Clausus Ausländische Studierende: Immatrikulationsbedingungen der Universität Basel (vgl. www.unibas.ch)
Studiendauer	<u>Bachelor</u> : 3 Jahre <u>Master</u> : 2 Jahre
Mögliche Studiengänge	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudienfach Medienwissenschaft • Masterstudienfach Medienwissenschaft • Doktorat der Philosophisch-Historischen Fakultät (Dr. phil.)
Titel nach erfolgreichem Abschluss des Studiengangs	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelor of Arts • Master of Arts • Doktor Philosophiae
Ausbildung (Erstausbildung, Diplomausbildung, Aufbaustudium, Neben- und Ergänzungsfach)	Erstausbildung Hauptfach (B A und M A kennen an der Universität Basel keine Unterscheidung von Haupt- und Nebenfach) Lehrveranstaltungen der Medienwissenschaft können von fachfremden Studierenden auch im sog. komplementären Bereich angerechnet werden (siehe Feld „Notwendige Anzahl Credits“)
Unterrichtssprache (Hauptsprache für Unterricht und Prüfungen)	Deutsch
Notwendige Anzahl Credits	<u>BA-Studienfach</u> : 75 ECTS plus 75 ECTS im zweiten B A-Studienfach plus 30 ECTS im komplementären Bereich (insgesamt 180 ECTS) <u>MA-Studienfach</u> : 35 ECTS plus 35 ECTS im zweiten M A-Studienfach plus 30 ECTS für die Masterarbeit plus 20 ECTS im komplementären Bereich (insgesamt 120 ECTS)

Studienkosten	Immatrikulationskosten und Studiengebühren: B A/M A 700 CHF pro Semester, Doktorat 150 CHF pro Semester Weitere Auslagen (Bücher, Skripte, Kopien etc.): ca. 300 CHF pro Semester (gemäss FAQ auf www.unibas.ch)
Studienbeginn	Jeweils zum Herbstsemester
Verortung, Strukturen (Fakultät, Institut etc.)	Philosophisch-Historische Fakultät, Departement Gesellschaftswissenschaften und Philosophie, Institut für Medienwissenschaft (i/f/m)
Institutsleitung	Prof. Dr. Ute Holl
Anzahl ordentliche oder assoziierte Professuren	4 Professuren (Ordinariate 250%; 1 Extraordinariat)
Anzahl Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer (inkl. Privatdozenten)	2 Privatdozenten
Stellenprozente wissenschaftliches Personal (Mitarbeiter, Assistenzen, Oberassistenzen)	Assistenten: 350%
Stelleprozente Sekretariat, Bibliothek	Sekretariat: 200% Bibliothek: 29%
Anzahl Studierende 2011 (Haupt- und Nebenfach)	ca. 550
Anzahl Abschlüsse pro Jahr	ca. 50 im Bachelorstudienfach ca. 15 im Lizentiatsnebenfach (auslaufendes Studienmodell)
Bibliothek	Eigene Bibliothek im Haus mit Präsenzbestand (gut 2500 Druckschriften), Fachzeitschriften, DVD und CD-ROM (Mediathek)
Arbeitsplätze für Studierende	2 Arbeitsplätze in der Bibliothek mit PC zur Bibliotheksrecherche, 1 Arbeitsraum für Film- und Tonschnitt
Grundausrichtung des Studiengangs (sozial-, kultur- oder wirtschaftswissenschaftlich)	kultur- und sozialwissenschaftlich
Beschreibung des Forschungsgegenstandes	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagenforschung zur Theorie und Geschichte der Medien • Kulturwissenschaftliche Medialitätsforschung

	<ul style="list-style-type: none"> • Intermediale Ästhetik • Digitalmedien und Hybridkulturen • empirische Methoden der Medien- und Sozialforschung • Publikums-, Aneignungs- und Rezeptionsforschung • Populärkultur und Unterhaltung • Kinder- und Jugendmedienschutz/Medienkompetenz
<p>Aufbau des Studiengangs (Grobstrukturen)</p>	<p>BA: 1 Jahr modularisiertes Grundstudium (Vorlesungen und Proseminare) zur Orientierung und Einführung in Reflexions- und Methodenwissen; 2 Jahre modularisiertes Aufbaustudium (Seminare, Kurs Medienpraxis, begleitetes Selbststudium) zur Vertiefung der Gegenstände, Theorien und Methoden</p> <p>MA: keine Unterteilung in Studienphasen; modularisierte Ausbildung (Seminare, Projektarbeit, Examenskolloquium) und Masterarbeit</p>
<p>Berufsfelder</p>	<ul style="list-style-type: none"> • angewandte Medienforschung • medienwissenschaftliche Lehre und Forschung • Unternehmenskommunikation (vorwiegend im Kulturbereich) • Medien- und Kulturjournalismus • künstlerisch-gestalterische Berufe