Business Communication

Verliehener Titel
Master of Arts in Business Communication

Optionen
Erwerb des Zusatzes «Zweisprachiges Studium, Deutsch/Französisch» möglich.
oder
Vermerk der Studiensprachen auf dem Diplom: «Der Kandidat hat den Studiengang in Französisch und Englisch absolviert» oder «Der Kandidat hat den Studiengang in Französisch, in Deutsch und in Englisch absolviert».

Studiensprachen
Je nach Kurswahl Deutsch, Französisch und Englisch.

Studienbeginn
Studienbeginn im Herbstsemester (September) oder im Frühlingssemester (Februar)

Zugang zu weiterführenden Studien
Doktorat

Sie möchten lernen, in einer **digitalen** und interaktiven **Welt** zu **kommunizieren** und im **sich verändernden Umfeld**, in dem sich die **Unternehmen** bewegen, den **Überblick zu behalten**? Dann ist der Master in Business Communication für Sie genau das Richtige! Dieser Studiengang hilft Ihnen, zu verstehen, wie die **Chancen und Risiken der Digitalisierung** antizipiert und Kommunikationsmuster neu überdacht werden können. Heutzutage genügt es nicht, eine Botschaft zu formulieren, um ein bestimmtes Zielpublikum zu erreichen. Es gilt auch zu verstehen, wie Beziehungen zu den **unterschiedlichen Stakeholdern aufgebaut und im wechselseitigen Austausch gefestigt** werden können.
Wenn Sie sich für diesen Master entscheiden, können Sie Ihr Studiengang individuell gestalten und ein **Pflichtmodul in Kommunikation** mit einer **Spezialisierung in Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaft, Ethik und Volkswirtschaftslehre oder Wirtschaftsinformatik** kombinieren. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie Lehrveranstaltungen in **französischer, deutscher und englischer Sprache** besuchen können, um einen zwei- oder dreisprachigen Studiengang zu absolvieren.

Profil des Studienprogramms

Programmbeschreibung
Das Programm besteht aus zwei Modulen.

Ziel des ersten Moduls (Pflichtmodul) ist die Vertiefung von drei Aspekten der Kommunikation im Rahmen eines auf Unternehmen und Organisationen ausgerichteten Studienprogramms. Bei diesen drei Aspekten handelt es sich um:

- **Strategische Kommunikation**: Welche **Stakeholder** sollen im **Kommunikationsplan** zuerst angesprochen werden? Wie handhabt man in einer Krise **Gespräche auf Twitter und Facebook**? Wie kann man proaktiv eine **Online-Community** aufbauen? Wie **kommuniziert** man **Nachhaltigkeitsprogramme** einem skeptischen Publikum? Wie stellt man **sozialen Wert** und **ethischen Konsum** in Unternehmen mittels **Kommunikation** heraus?
- **Digitalisierung und Mediennutzung**: Wie erstellt man **Open-Source-Plattformen**, um die **Bürgerinnen und Bürger** in die strategischen Entscheidungsprozesse einer Organisation einzubeziehen? Inwiefern hat die **digitale Transformation die Kommunikation der Nutzerinnen und Nutzer verändert**? Wie baut man eine Content-Strategie auf, um eine **Kunden-, Bürger- oder Mitarbeiterorientierung** zu fördern?
- **Kommunikation im digitalen und medialen Umfeld**: Wie kommunizieren **öffentliche und politische Akteure**? Welche **Einbindungsstrategien** entwickeln die verschiedenen Akteure aus Gesellschaft, Wirtschaft und Medien? Welche **Mediensysteme** gibt es und welche Rolle spielen sie in der Gesellschaft? Wie entwickelt man eine **digitale Advocacy-Strategie** für eine Organisation oder einen politischen oder öffentlichen Akteur?

Ziel des zweiten Moduls (Wahlmodul) ist der Erwerb interdisziplinärer Kompetenzen, beispielsweise in den Bereichen Personalwesen, Finanzmanagement, Ethik in der Geschäftsentwicklung und im globalen Wandel oder Social Computing. Dieses **zweite Modul spielt eine wesentliche Rolle**, denn wer als Fachperson optimal kommunizieren will, muss verstehen können, **wie Organisationen funktionieren** (Option *Betriebswirtschaftslehre*), **wie öffentliche Politiken ausgehandelt werden** (Option *Volkswirtschaftslehre*), **wie künstliche Intelligenz funktioniert** (Option *Wirtschaftsinformatik*), **wie Nachhaltigkeitsstrategien entstehen** (Option *Ethik und Volkswirtschaftslehre*).

Freiburger Profil
Das Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (DCM) der Universität Freiburg ist für seine **internationale Expertise** auf dem Gebiet der Organisationskommunikation bekannt.

Dank unserer **fortschrittlichen Lehrmethoden** haben Sie die Möglichkeit, in die Arbeitswelt einzutauchen und **Challenges, Fallstudien** und **multimediale Simulationen** im Unterricht durchzuführen. So können Sie die im Studium erworbenen **theoretischen Kenntnisse anwenden**. Während Ihres Studiums in Business Communication haben Sie zudem Gelegenheit, Ihre Kenntnisse in die Praxis umzusetzen und zu lernen, Online-Ressourcen wie Websites und Blogs zu verwalten, Teamprojekte und wissenschaftliche Forschungen zu steuern sowie Verbindungen mit Unternehmen aufzubauen. Dies gilt insbesondere für die individuell zu erstellende Masterarbeit.

Unser Master bietet Ihnen die **Freiheit und Flexibilität**, brauchen: Sie verfügen über zahlreiche Optionen und können in den meisten Fällen selbst einteilen, wann Sie welche Lehrveranstaltungen besuchen. Ausserdem können Sie Ihr Masterstudium in Business Communication mit einem breiten Spektrum an Spezialisierungen nach Ihren eigenen Interessen ergänzen und eine optimale Zusatzqualifikation erwerben.

In unserer Lehre ist es uns neben dem Fokus auf **Interaktion und Innovation** besonders wichtig, unseren Studierenden eine hervorragende Betreuung zu bieten, was mit einer engen Zusammenarbeit und regelmässigem Feedback einhergeht. Überdies haben Sie die Möglichkeit, ein Austauschsemester an einer unserer zahlreichen Partneruniversitäten im Ausland zu absolvieren.

Das Masterprogramm in Business Communication kann ausschliesslich auf Englisch oder Französisch (mit drei Pflichtkursen auf Englisch) absolviert werden. Es kann auch zweisprachig (F/D) oder (F/E) oder dreisprachig (F/D/E) absolviert werden. So haben Sie die in der Schweiz einmalige Gelegenheit, in **zwei oder drei Sprachen** zu studieren (Diplom mit dem Zusatz «Zweisprachiges Studium, Deutsch/Französisch» oder Vermerk der Studiensprachen auf dem Diplom: «Der Kandidat hat den Studiengang in Französisch und Englisch absolviert» oder «Der Kandidat hat den Studiengang in Französisch, Deutsch und Englisch absolviert»).

Ausbildungsziele und Berufsperspektiven
Nach dem Erwerb des Masters in Business Communication sind Sie in der Lage, eine Führungsposition in den Bereichen Information und Kommunikation im Unternehmen einzunehmen. Unsere ehemaligen Studierenden sind beispielsweise Kommunikationsbeauftragte, Content-Managerinnen/Content-Manager, Spezialistinnen/Spezialisten für Employer Branding, Digital-Marketing-Managerinnen/Digital-Marketing-Manager, Analystinnen/Analysten für Verbraucherdaten, Online-Community-Managerinnen/Online-Community-Manager, Journalistinnen/Journalisten, Spezialistinnen/Spezialisten für Public Diplomacy und Brand-Managerinnen/ Brand-Manager.

Dieses Programm eröffnet auch akademische Perspektiven, namentlich als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, und ermöglicht den Zugang zum Doktorat. Um einen Überblick darüber zu erhalten, was in unserem Departement läuft, werfen Sie einen Blick in die verschiedenen Themenbereiche unserer Forschungsprojekte.

Laut einer 2025 durchgeführten Umfrage haben **79% unserer ehemaligen Studierenden innerhalb von drei Monaten nach Abschluss ihres Studiums eine Beschäftigung gefunden**. Ihre Arbeitgeber sind sehr unterschiedlich: Hublot, La Poste, Visana, Mercedes-Benz, Manor, Tissot, Swisscom, Terre Nature usw.

Ehemalige Studierende mit **Spezialisierung Betriebswirtschaftslehre** sind heute unter anderem als Leiterinnen und Leiter Kommunikation und Digitalmarketing oder als Spezialistinnen und Spezialisten für digitale Kommunikation tätig. Diejenigen mit **Spezialisierung Volkswirtschaftslehre** arbeiten eher in der Kommunikation für internationale Organisationen, nationale Banken oder die öffentliche Verwaltung. Diejenigen mit **Spezialisierung Ethik und Volkswirtschaftslehre** leiten die Bereiche Kommunikation und Nachhaltigkeit in Unternehmen oder öffentlichen Einrichtungen. Diejenigen, die sich für die **Spezialisierung Wirtschaftsinformatik** entschieden haben, arbeiten als Expertinnen und Experten für Datenanalyse im Kommunikationskontext (z.B. Stakeholder-Monitoring).

Studienaufbau

Studienstruktur

60 ECTS-Kreditpunkte + 30 ECTS-Kreditpunkte in einem Spezialisierungsprogramm nach Wahl, 3 oder 4 Semester

Studienplan

https://studies.unifr.ch/go/2a

Zulassung

Masterstudiengänge bauen auf die im Bachelorstudium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf.

Inhaberinnen und Inhaber eines universitären Bachelorabschlusses einer Schweizer Universitären Hochschule werden ohne Bedingungen zum Masterstudium zugelassen, wenn sie, je nach gewünschtem Masterstudium, 60 oder 90 ECTS-Kreditpunkte in derselben Studienrichtung erworben haben. Es können jedoch Auflagen verfügt werden. Dasselbe Prinzip gilt für Inhaberinnen und Inhaber eines ausländischen universitären Bachelorabschlusses, der von der Universität Freiburg anerkannt und als gleichwertig eingestuft wird.

Inhaberinnen und Inhaber eines Schweizer oder ausländischen universitären Bachelorabschlusses, der von der Universität Freiburg anerkannt und als gleichwertig eingestuft wird, welche diese Bedingung nicht erfüllen, können mit Bedingungen (vor Beginn des Masterstudiums zu erbringen) und/oder Auflagen (während des Masterstudiums zu erbringen) zum Masterstudium zugelassen werden. Diese Studienleistungen dürfen 60 ECTS-Kreditpunkte nicht überschreiten. Dasselbe trifft für Inhaberinnen und Inhaber eines Bachelorabschlusses einer Schweizer Fachhochschule zu, gemäss den massgebenden Konventionen.

Die spezifischen Zulassungsbedingungen jedes Masterstudienprogrammes bleiben vorbehalten.

Kontakt

Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Dekanat
decanat-ses@unifr.ch
http://studies.unifr.ch/go/de-sesm