



Liebe MedienAlumni,

die ganze Welt postet auf Facebook und twittert. Wir legen einen Newsletter auf - ist das nicht altmodisch? Wir wissen es nicht, wir probieren es aus: Die ersten „MedienAlumNews“ bringen Neuigkeiten rund um den Verein und das IfK.

Warum erst jetzt, wo wir schon im Sommer 2009 zum neuen Vorstand gewählt wurden? Die Antwort ist: Wir haben erstmal etwas aufgeräumt, und sind noch dabei. Es gibt jetzt verbindliche Richtlinien für die Vergabe von Fördermitteln, ein brauchbares Medien-Alumni-Logo und einen aktualisierten Bereich auf der IfK-Homepage. Seit wenigen Wochen haben wir Zugriff auf das Alumni-Konto und die Finanzlage des Vereins geprüft.

Wir freuen uns auf „Leserbriefe“ an medienalumnews@uni-muenster.de - und auf ein Wiedersehen bei der Mitgliederversammlung am 27. November um 16 Uhr in Münster!

Herzliche Grüße

Daniel Nölleke, Andreas Voß, Stephan Völlmicke, Florian Pointke

Tandemsprung in die berufliche Karriere



Nach erfolgreichem Auftaktjahr geht das IfK-Mentoringprogramm 2011 in die zweite Runde.

Das Studium ist erfolgreich absolviert; die Kommunikationsbranche lockt; doch: Welchen Schritt gehe ich jetzt? Wie bewältige ich die im Berufsalltag lauenden – sichtbaren und versteckten – Hindernisse? Seit Anfang 2010 stehen zwölf Tandems aus Mentoren und Mentees in intensivem Austausch miteinander. Absolventen, die seit einigen Jahren im Beruf Fuß gefasst haben, unterstützen im Rahmen des Mentoringprogramms diejenigen, die ihren Abschluss gerade in der Tasche haben. MedienAlumni fördert das Programm, das Berufsanfängern Orientierung in einer neuen, oftmals schwer durchschaubaren Situation bietet. Auf dem Plan stehen neben dem One-to-One-Mentoring Netzwerkveranstaltungen und Workshops.

Anfang 2011 startet die zweite Phase. Das gesamte Programm steht und fällt mit Alumni-Mitgliedern, die ihre mehrjährige Berufserfahrung an ‚frische‘ IfK-Absolventen weitergeben. Wer daran Interesse hat und als Mentor (oder auch Mentee) teilnehmen oder zunächst mehr über das Programm erfahren möchte, wendet sich bitte an Christiane Borgmann (christiane.borgmann@uni-muenster.de).

Aktuelles aus dem Verein

Mitglieder

Der Verein MedienAlumni hat aktuell 299 Mitglieder (Stand 15. Oktober 2010). Wir möchten die Mitgliederliste „aufräumen“ und bitten deshalb jedes Mitglied, uns seine aktuellen Kontaktdaten zu senden: Name, Adresse, E-Mail und optional Telefonnummer. medienalumnews@uni-muenster.de

Förderung

Auch 2010 hat der Verein verschiedene Aktivitäten am IfK finanziell unterstützt. In den ersten zehn Monaten des Jahres wurden zuvorderst das Mentoring-Programm sowie die Absolventenfeiern gefördert. Im Rahmen des Mentoring-Programms nahm MedienAlumni für Moderationstätigkeiten, einen Workshop „Bewerbungstraining“ sowie einen Workshop „Konfliktmanagement“ knapp 1.000 Euro in die Hand. Die drei Absolventenfeiern des Jahres 2010 unterstützt der Verein mit gut 1.400 Euro. Gefördert wurde darüber hinaus ein zweitägiger Workshop zur Professionellen Gesprächsführung, an dem 20 Studierende des IfK teilnahmen.

Vernetzung

Die MedienAlumni vernetzen sich auch online. Treten Sie ein in unsere Gruppe im Business-Netzwerk [Xing](#).

Mitgliedsbeiträge

Wir möchten den Einzug der Mitgliedsbeiträge komplett auf das Lastschriftverfahren umstellen. Wir werden unsere Mitglieder, die bislang selbstständig überwiesen haben, daher in naher Zukunft bitten, uns eine Einzugsermächtigung zu erteilen. Jede Rückbuchung kostet den Verein 7,50 Euro - bitte melden Sie uns stets Änderungen Ihrer Bankverbindung!

Das IfK im Oktober 2010

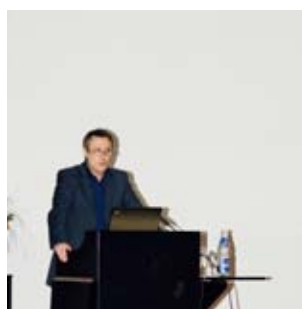
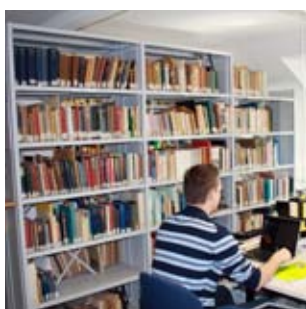
Mit dem Wintersemester 2006/07 hat auch das IfK sein Angebot auf Bachelor-Studiengänge umgestellt. Die Aufnahme eines Masterstudiums im ersten Fachsemester ist seitdem nicht mehr möglich. Am IfK werden derzeit zwei Bachelor-Studiengänge (B.A.) angeboten: Die Studierenden können entweder ein ‚reines‘ Studium der Kommunikationswissenschaft (Ein-Fach-B.A.) absolvieren oder Kommunikationswissenschaft gleichberechtigt mit einem von 35 anderen an der WWU angebotenen Fächern kombinieren. Die Zahl der Bewerbungen auf die Studienplätze ist enorm: Zum aktuellen Wintersemester gab es insgesamt 5182 Bewerbungen auf die zur Verfügung stehenden 61 Studienplätze im Ein-Fach-B.A. und die 29 Plätze im Zwei-Fach-B.A.

Darüber hinaus bietet das IfK seit WS 2009/10 einen Master Kommunikationswissenschaft an. Hier können die Studierenden im Studienverlauf einen von drei Schwerpunkten setzen, die jeweils eine inhaltliche Profilierung und thematische Spezialisierung fördern. Die Schwerpunkte ‚Öffentlichkeit‘, ‚Journalismus und Medienwandel‘ sowie ‚Strategische Kommunikation‘ sind mit ihrer spezifischen Ausgestaltung deutschlandweit nur in Münster zu studieren. Zum aktuellen Wintersemester konnte das IfK 39 Studierende im Masterprogramm begrüßen. Ab dem Wintersemester 2011/12 kann neben dem regulären Masterstudiengang ‚Kommunikationswissenschaft‘ ein eigenständiger Master ‚Strategische Kommunikation‘ studiert werden.

Informationen

Das IfK in Zahlen

- 7 Professorinnen und Professoren
- 26 wissenschaftliche MitarbeiterInnen (inkl. Projekte)
- 38 studentische Hilfskräfte
- 12 aktuelle Drittmittelprojekte
- Studienabschlüsse 2010: 6 Promotionen, 91 Magister und Magistra, 80 Bachelor of Arts



News & Links

Im Jahr 2010 feierten zwei prominente Emeriti des IfK runde Geburtstage: Am 31. Juli wurde Prof. Dr. Klaus Merten 70 Jahre jung; am 28. Oktober beging Siegfried J. Schmidt den gleichen Jubeltag. MedienAlumni gratuliert herzlich und wünscht beiden alles Gute!



Prof. Dr. Matthias Kohring *hat das IfK zum Wintersemester 2010/2011 verlassen*. Er ist dem Ruf auf die W3-Professur für Medien und Kommunikationswissenschaft am gleichnamigen Seminar an der Universität Mannheim gefolgt. Im WS 2010/2011 wird die Professur am IfK von Dr. phil. Habil. Stefanie Auerbeck-Lietz vertreten.

Am 23. Juli hat erstmals eine *gemeinsame Verabschiedung von Bachelor- und Masterabsolventen* stattgefunden. Insgesamt konnte das IfK an diesem Datum 124 Absolventen gratulieren. Die feierliche Veranstaltung mit professionellem Catering und musikalischer Begleitung wurde von MedienAlumni finanziell unterstützt. Fotos der Absolventen und die Titel ihrer Abschlussarbeit gibt es in unserer Absolventengalerie.

Die *Seminarprodukte* aus den medienpraktischen Kursen am IfK sind online abrufbar. In den Seminaren fertiggestellte Fernsehsendungen, Zeitschriften, Hörfunkbeiträge sowie Werbekampagnen können hier angesehen und angehört werden.

Publikationen am IfK



Röttger 2010: Public Relations - Organisation und Profession. Wiesbaden.

Ulrike Röttger analysiert Public Relations in ihrer Arbeit theoretisch und empirisch als Organisationsfunktion: Im Mittelpunkt stehen zum einen die Funktionen und Leistungen der PR in und für Organisationen und zum anderen Fragen der Professionalisierungsbedürftigkeit und -fähigkeit der PR als Auftragskommunikation.



Woelke/Maurer/Jandura (Hrsg.) 2010: Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation. Köln.

Werbung, Marktforschung, Mediaplanung, PR-Erfolgskontrolle und Reputationsanalyse spielen in der Gesellschaft, in der Unternehmenspraxis und in den Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaften eine immer wichtigere Rolle. Der vorliegende Band schafft einen vielfältigen Überblick über die methodischen Fortschritte der Forschung in der Markt- und Organisationskommunikation



Westerbarkey (Hrsg.) 2010: End-Zeit-Kommunikation. Münster.

Unter End-Zeit-Kommunikation kann man sich vieles vorstellen - eine Trauerfeier, den Sturz einer Regierung oder den literarischen Abschied von Liebenden. Was Kommunikation ist, wissen wir mittlerweile, doch was ist Zeit, wann beginnt und endet sie und wie wird sie kommuniziert? In dem Sammelband beschäftigen sich zahlreiche Wissenschaftler des IfK sowie weitere Autoren aus verschiedenen Perspektiven mit dem Verhältnis von Zeit und Kommunikation.



Przybylski 2010: Heute Partner - morgen Konkurrenten? Wiesbaden.

Pamela Przybylski skizziert mit Fokus auf die traditionellen Kommunikatoren den neuen Bewegtbild-Markt sowie wesentliche Elemente des strategischen Medienmanagements. Auf Basis einer qualitativen Erhebung wird dargestellt, wie Sender und Produzenten das Marktpotential von IPTV, Web TV und Mobile TV einschätzen, welcher strategischen Stoßrichtung sie folgen und welche neuen Marktakteure als Konkurrenten und Kooperationspartner wahrgenommen werden.