



## **Checkliste**

Im November 2011

## **Kommunikation zu Studiengängen: Bekanntmachung von Studiengängen**

### **Kommunikation zu Studiengängen:**

Dieses Dokument ist Teil einer Sammlung von Hilfsmitteln, Vorlagen, Musterbeispielen, Kontaktinformationen, etc., welche die Fakultäten und Institute bei der Kommunikationsarbeit zu ihren Studiengängen unterstützt – von der sachlichen Information zum einzelnen Studiengang bis hin zu seiner Bekanntmachung. Die komplette Sammlung aller Unterlagen ist zusammen mit den Kontaktinformationen auf der Website der Abteilung Kommunikation publiziert, siehe [www.kommunikation.uzh.ch](http://www.kommunikation.uzh.ch) (unter «Interne Dienstleistungen», Menüpunkt «Hilfsmittel»).

## **Kontakte**

Die Abteilung Kommunikation der Universität Zürich unterstützt Sie gern. – Ihre Ansprechpersonen:

### **Rund um das Design:**

– Marianne Mathys, [mariane.mathys@kommunikation.uzh.ch](mailto:mariane.mathys@kommunikation.uzh.ch), Telefon 044 634 47 98

### **Zu Konzept und Umsetzung:**

– Theo von Däniken, [theo.vondaeniken@kommunikation.uzh.ch](mailto:theo.vondaeniken@kommunikation.uzh.ch), Telefon 044 634 44 72

– Sylvia Läng, [sylvia.laeng@kommunikation.uzh.ch](mailto:sylvia.laeng@kommunikation.uzh.ch), Telefon 044 634 44 25

**[www.kommunikation.uzh.ch](http://www.kommunikation.uzh.ch)**



## **Bekanntmachung von Studiengängen**

### **Vorbemerkungen**

Die Bachelor- und Master-Studiengänge sind das zentrale Lehrangebot der UZH. Sie müssen auf der Website [www.degrees.uzh.ch](http://www.degrees.uzh.ch) sowie im Online-Vorlesungsverzeichnis korrekt beschrieben sein. Dadurch sind sie einem breiten Zielpublikum zugänglich.

### **Vorgehen**

Ist Ihr Ziel, die Studiengänge Ihres Instituts oder Ihrer Fakultät darüber hinaus mit speziellen Aktivitäten oder einer speziellen Zielgruppe bekannt zu machen? Dann überlegen Sie zunächst, was Sie genau erreichen wollen und definieren darauf basierend Ihre Massnahmen. Machen Sie sich Gedanken zu Ihrer Zielgruppe und deren Bedürfnissen. Die folgenden Fragen sollen Sie unterstützen, die wichtigsten Aspekte zuerst zu präzisieren, bevor Sie etwas einleiten. Klären Sie ab, ob Sie die Bekanntmachung selber machen können oder ob Sie eine professionelle Unterstützung brauchen. Die Abteilung Kommunikation kann Ihnen gegebenenfalls Fachpersonen vermitteln und steht auch für eine Beratung zur Verfügung.

### **Fragen**

*Zum Gegenstand:* Was beinhaltet das Programm, was wird gelehrt und gelernt? Wodurch zeichnet sich der Studiengang gegenüber anderen, ähnlichen Programmen anderer Universitäten und Fachhochschulen aus?

*Zu den Voraussetzungen:* Wer kann den Studiengang absolvieren?

*Zur Bewerbung:* Wo können sich die Interessierten bewerben? Welche Bewerbungstermine müssen eingehalten werden?

*Zum Nutzen:* Wofür qualifiziert man sich? Welche Funktionen, Berufe können mit diesem Studienabschluss ausgeübt werden?

*Zur Zielgruppe:* Wo sind die potenziellen Studierenden? Wie können sie angesprochen werden? Wann können sie erreicht werden?

*Zum Ziel:* Wie viele Studierende sollen für das Programm angeworben werden?

*Zur Planung und Umsetzung:* Welche fixen Termine gibt es? Welches Budget steht zur Verfügung? Wer kann die Bekanntmachung übernehmen? Welche Sprachen sind nötig?



### Mittel und Massnahmen, Aufwand und Nutzen

- Eigene *Website* – Ermöglicht ausführliche Darstellung und laufende Aktualisierung. Links und Teaser an verschiedenen Stellen; sie alle führen zur Seite mit den ausführlichen Informationen zum Studium; Links auch auf von der Zielgruppe besuchten Internetseiten und -plattformen.
- Hinweise auf dem *Studiendekanat* – Einfacher Aushang mit Referenz zu den ausführlichen Informationen auf der Website.
- Hinweise in *Vorlesungen* – Mündliche Ankündigung mit Referenz zu den ausführlichen Informationen auf der Website – oder auch eine Folie, die zu Beginn und/oder am Ende der Vorlesung gezeigt wird.
- *Informationsveranstaltungen* – Je nach Ausführung kann dies sehr kostengünstig sein, z. B. ein Vortrag im Anschluss an eine Vorlesung, oder kostspielig, z. B. dann, wenn dafür extra ein Event organisiert und aufwändig inszeniert werden muss.
- *Präsentationen bei Veranstaltungen* der Zielgruppen.
- *E-Mailing* an Zielgruppe innerhalb der UZH – Beachten Sie dabei die Regelungen zu Massenversänden: [www.id.uzh.ch/dl/email/versand/massenversaende.html](http://www.id.uzh.ch/dl/email/versand/massenversaende.html), [www.rd.uzh.ch/adressen.html](http://www.rd.uzh.ch/adressen.html).
- *Broschüre oder Prospekt zum Verteilen / Plakat zum Aushang* – Entscheidend ist die Distribution: Wer soll wo, wann und wie erreicht werden? Auflagenhöhe, Formate, Umfang und Qualität ermitteln. Kosten fallen an für Konzept, Texte, Gestaltung, Layout, Redaktion, Korrektorat, Fotografie / Illustration, Druck und Distribution.
- *Inserate* in Zeitungen, Fachzeitschriften, Studentenzeitschriften – Inserate können je nach Zeitung / Zeitschrift sehr teuer werden (mehrere Zehntausend Franken Inserierungskosten; dazu kommen Kosten für Gestaltung, Texte, Fotografie, Druckvorlagen), sehr grosse Streuverluste in Zeitungen, bessere Zielgruppenerreichung in Zeitschriften / Magazinen von Universitäten / Fachhochschulen.
- Redaktioneller Beitrag in *UZH News oder Journal* – Anfrage bei der Redaktion, diese entscheidet über eine Publikation.
- Beachten Sie die *CD-konforme Umsetzung* Ihrer Bekanntmachung sowie insbesondere auch die Gestaltungsvorlagen für verschiedene Drucksachenformate, massgeschneidert für die Kommunikation zu Studiengängen. Alle Informationen dazu finden Sie auf [www.cd.uzh.ch](http://www.cd.uzh.ch).