

Erasmus School of
History, Culture and
Communication

Master Media Studies

Media & Cultuur

2017-2018



Ons beter leren kennen?

Heb je vragen over het studieprogramma, de toelatingseisen of de toekomstperspectieven die deze master biedt? Of ben je benieuwd hoe het is om te studeren en wonen in Rotterdam? Neem vooral contact met ons op!

Ga naar de website

www.eshcc.eur.nl/mc

Volg of like ons

[Facebook.com/mastermediastudies](https://www.facebook.com/mastermediastudies)

Twitter: @eshcc_eur

Mail of bel de programmacoördinator

Lidewij Radix MA
mamedia@eshcc.eur.nl
010 408 23 09

Ga in gesprek met onze studenten en alumni

Onze studenten delen graag hun ervaringen met je! Ga naar [facebook.com/eshcc](https://www.facebook.com/eshcc) en klik op het tabblad 'Talk to a student' of ga naar eshcc-app.eur.nl.

Erasmus University Rotterdam
Make it happen.

Waarom Media & Cultuur in Rotterdam?

We zoeken op hoe laat de trein komt met onze smartphones. Ventileren onze mening via een blog of social media. En schrijven recensies over producten die we online kopen. Maar we kijken ook nog steeds tv en we lezen bladen - ook al doen we dat het liefst *on demand*. Dat de media-industrie ons dagelijks leven beïnvloedt is duidelijk. In de master Media & Cultuur in Rotterdam ontdek je op welke manieren dit gebeurt.

Door digitalisering, internationalisering en schaalvergroting is de media- en cultuursector de laatste jaren ontzettend veranderd. Maar ook sociaal-culturele, politieke en economische ontwikkelingen hebben hun effect op het medialandschap. Als student Media & Cultuur verdiep je je in actuele vraagstukken rondom de organisatie, het beleid, de productie, de marketing en de distributie van mediabedrijven en culturele organisaties. Niet alleen verken je alle facetten van deze dynamische branche: je contextualiseert deze ook door na te denken over de culturele en maatschappelijke betekenis van media.

De Rotterdamse master onderscheidt zich door kleinschalig onderwijs en een persoonlijke benadering. Onze studenten vormen een hechte community en weten hoe ze zich straks moeten manoeuvreren op de arbeidsmarkt. Bovendien kun je deelnemen aan twee verschillende Honoursprojecten en krijg je de mogelijkheid om aan een buitenlandse universiteit te studeren.

Over een van de vakken: Participerend Publiek

Is het publiek actiever geworden sinds de komst van online media? Internetpositivisten spreken lovend over de toenemende betrokkenheid van het publiek en zien in deze participatie de oplossing voor veel problemen. Critici claimen juist dat *user created content* onze cultuur ondermijnt. Ook betwijfelen sommigen of gebruikers wel écht actief zijn. Analyses tonen aan dat slechts een klein percentage van media-gebruikers zelf content produceert. In dit seminar analyseer je verschillende vormen van participatie, ontwikkel je een kritische blik op het fenomeen en ga je op zoek naar inspirerende voorbeelden.



Studieprogramma

Blok 1	Blok 2	Blok 3	Blok 4
Methoden van Media-onderzoek I	Media, Cultuur en Globalisering	Methods of Media Research II	Master Thesis
Participerend Publiek	Research Workshop <ul style="list-style-type: none">• Televisiepubliek• Sociale Media	Keuzevak <ul style="list-style-type: none">• Media en Beleid• Entrepreneurship en Media• Creative Labour in the Media	
Management van Media en Culturele Industrie	Media-Entertainment and Marketing Strategies		
Master Class (hele jaar)			

Toelatingseisen

Benodigde diploma's	Bachelordiploma sociale wetenschappen of geesteswetenschappen. Basiskennis over media- en communicatie (15 EC) en sociaal-wetenschappelijke onderzoeksmethoden
Capaciteiten	Academische schrijfvaardigheid; analytisch vermogen
Selectieprocedure	Aansluiting voorgaande studie, motivatiebrief, cijfers behaald tijdens bachelor, je GPA, CV en (reeds geschreven) academisch werkstuk (bij voorkeur je bachelorscriptie)
Aanmelden voor	15 mei 2017
Schakelprogramma	1 jaar (55 ECTS)

Alumnus aan het woord

"Na mijn studie had ik eigenlijk twee banen: ik werkte bij creative digital agency IN10 en was directeur van het Metropolis Festival. Bij het Metropolis Festival was ik verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding van het festival, van het ontwikkelen en uitvoeren van visie tot het aansturen van het team, en het beheren van de begroting. Sinds kort combineer ik de liefde voor muziek en communicatie in mijn baan bij 013 in Tilburg."

Emiel Haring
Marketing- en communicatiemanager bij poppodium 013

