Universität Zürich[UZH]

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung - IKMZ

Master Kolloquium Vorbesprechung - HS 2026

Prof. Dr. Nadine Strauß
Abteilung: Strategische Kommunikation und Medienmanagement
n.strauss@ikmz.uzh.ch

Agenda

1. Kurze Vorstellung meinerseits
2. Vorstellung eurerseits
3. Ablauf Masterbetreuung & Masterarbeit
4. Forschungskonzept
5. Forschungsskizze
6. Formale Kriterien der Masterarbeit
7. Nutzung von AI-Tools
8. Themenfindung
9. Q&A

Kurze Vorstellung meinerseits

1

Eure (mögliche) Betreuerin: Prof. Nadine Strauß

- 2009-2012: BA Media and Communication Science, *University of Mannheim*
- 2012-2014: MSc Communication Science, *University of Amsterdam*
- 2014-2017: PhD Corporate Communication, *University of Amsterdam*
- 2017– 2018: Associate, *GAULY ADVISORS, Frankfurt am Main*
- 2018 – 2019: Postdoc MiLAB, *University of Vienna*
- 2019 – 2021: Marie Curie Fellow, *University of Oxford*
- Seit April 2021: Assistant Professor in Strategic Communication and Media Management, *University of Zurich*

Themen-Überblick

Strategische Kommunikation

- Corporate Communications (Unternehmenskommunikation)
- Rolle der KI für die Strategische Kommunikation
- Sustainability/Nachhaltigkeit (z.B. Net-Zero)
- Finanz(markt)kommunikation (z.B. ESG)
- PR; Kommunikationsmanagement
- Lobbying/Public Affairs
- CEO/Leadership Kommunikation

Aktuelle Forschungsprojekte

- Effective Net-Zero Communication (Trilateral Research Network)
- Net-Zero Lobbyism in Europe & the Role of the News Media
- AI & Crisis Communication
- AI & Value of Strategic Communication
- AI & Sustainability Discourses: Organizations, Politics, and the Public (Media)
- Acceleration of Digital Issue Environments: Short-Termism in Corporate Communication
- The Role of Corporations for Democracies (cf. lobbying)
- Corporate Communication & Violent Conflicts
- Crisis Renewal Strategies

Methoden-Überblick

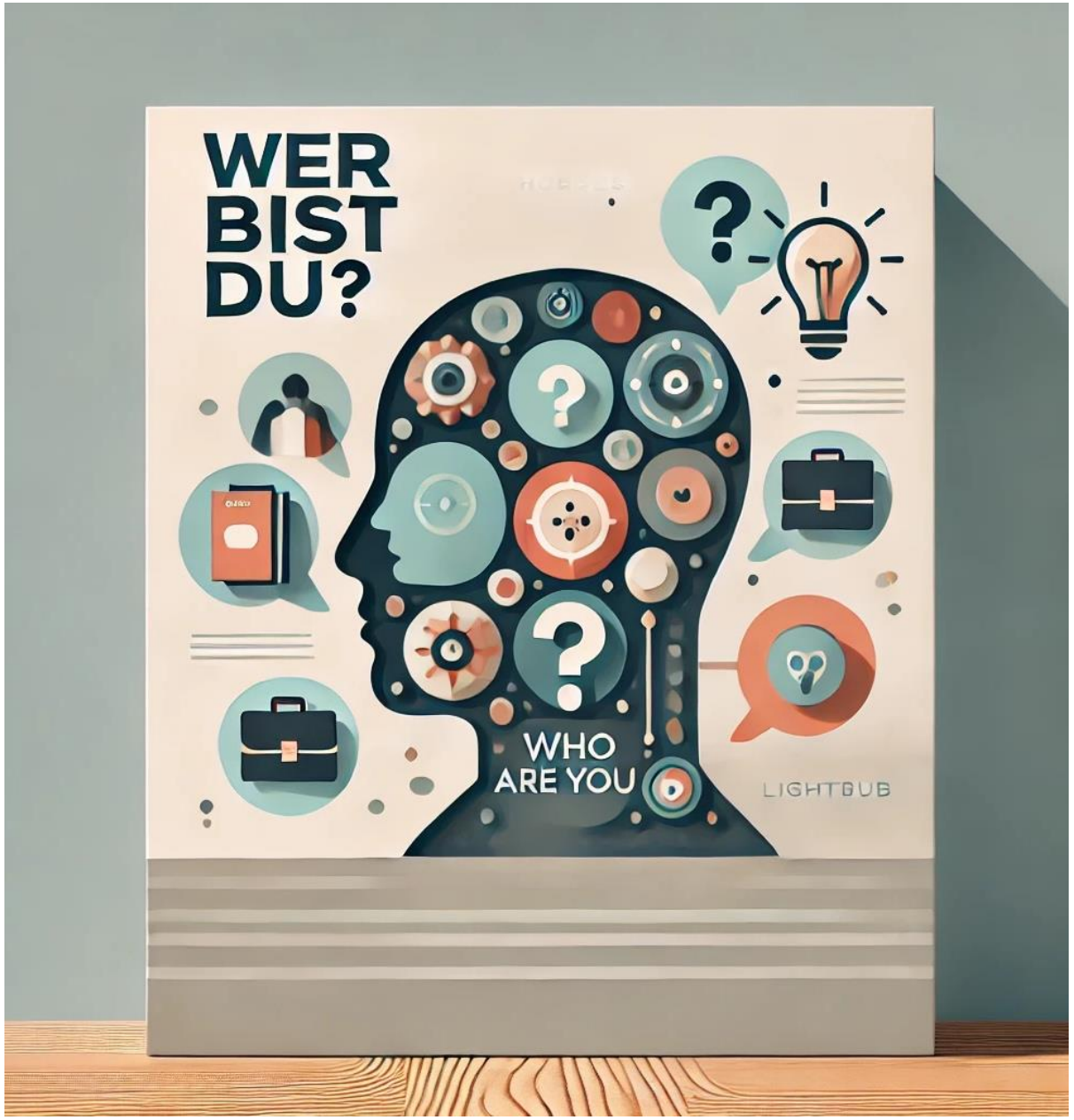
- Inhaltsanalysen (quantitativ/qualitativ – manuell vs. automated)
- Interviews
- Fokusgruppen
- Umfragen
- Experimente
- Mixed Methods-Ansatz

Vorstellung eurerseits

2

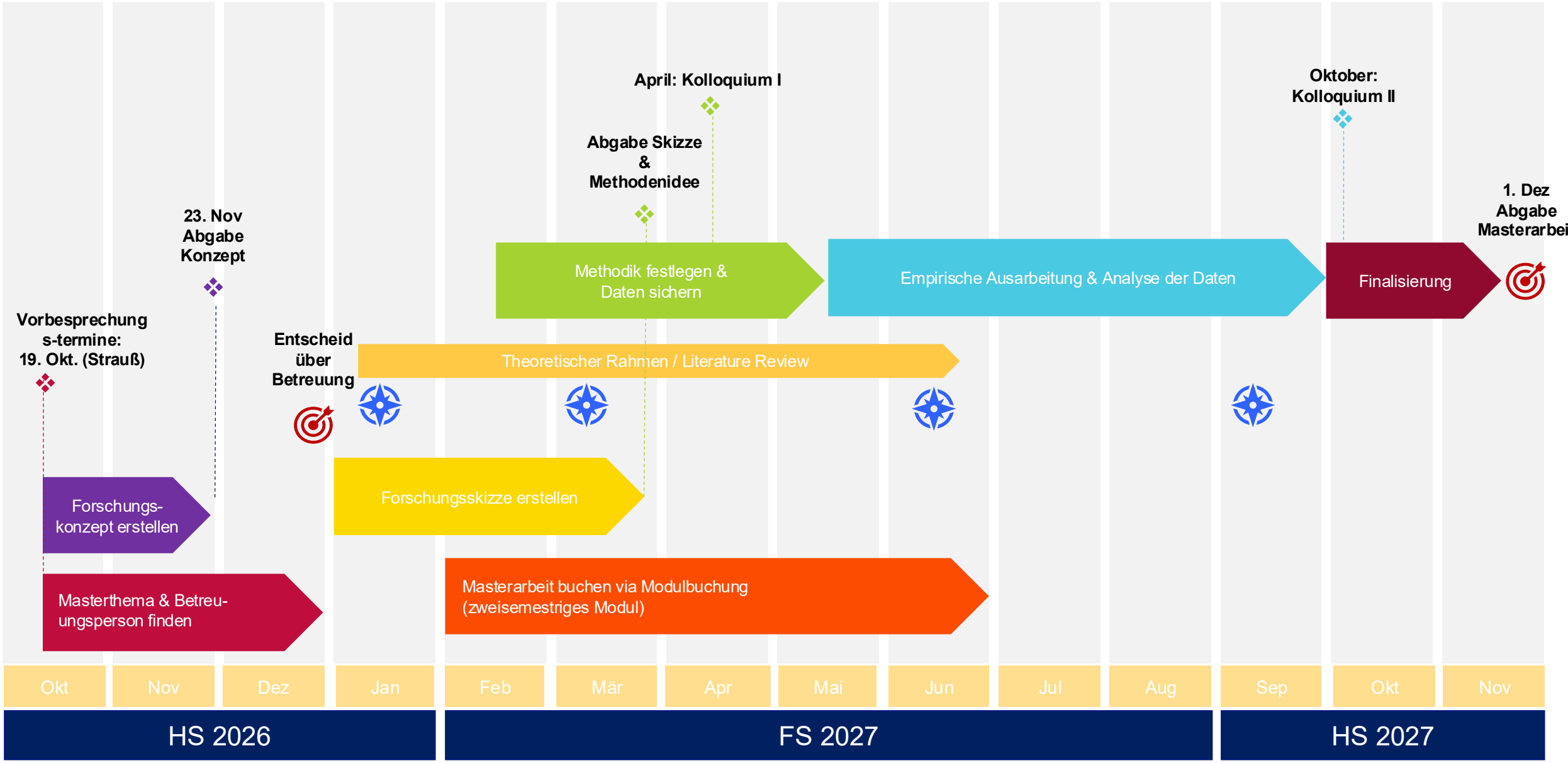
Und wer bist du?

1. Name
2. Studium/Semester
3. Idee für Masterarbeit?



Ablauf Masterbetreuung & Masterarbeit

3


April: Kolloquium I
Abgabe Skizze & Methodenidee
Oktober: Kolloquium II
1. Dez Abgabe Masterarbeit
23. Nov Abgabe Konzept
Vorbesprechungs-termine: 19. Okt. (Strauß)
Entscheid über Betreuung
Methodik festlegen & Daten sichern
Empirische Ausarbeitung & Analyse der Daten
Finalisierung
Theoretischer Rahmen / Literature Review
Forschungs-konzept erstellen
Forschungsskizze erstellen
Masterthema & Betreu-ungsperson finden
Masterarbeit buchen via Modulbuchung (zweisemestriges Modul)
Okt
Nov
Dez
Jan
Feb
Mär
Apr
Mai
Jun
Jul
Aug
Sep
Okt
Nov
HS 2026
FS 2027
HS 2027

Ablauf Master-Kolloquium

- Teilnahme während mind. eines Semesters durch Studienordnung vorgegeben (Buchung wie andere Veranstaltungen)
- Teilnahme hier während ganzer MA-Phase erwartet
- Rhythmus des Kolloquiums wird Anzahl der Studierenden angepasst (z.B. einmal im Semester)
- Kolloquium primär für die Diskussion von Konzepten, Methodik und Ergebnissen (peer-coaching)

Betreuung während des Schreibens

- Min. 4 Termine, max. 6
- Termin mind. 1 Wochen vorher vereinbaren (per Email)
- Unterlagen mind. 3 Tage vor Besprechung einreichen
- Dauer: ca. 30 Minuten
- Besprechung per MSTeams

→ Besprechung Synopsis
→ Besprechung Methodik/Erhebungsinstrument
→ Besprechung Datenerhebung/analyse
→ Besprechung Ergebnisse/finales Feedback
→ Andere Punkte…

Forschungskonzept

4

Was ist das Forschungskonzept?

- Auswahl der Master-Betreuung wird über einen Pool-System durchgeführt
- Auf Basis der Themen, Prioritäten und Kapazitäten werden die Konzepte zwischen allen betreuungsberechtigten Dozierenden verteilt.

Mehr Infos:
https://www.ikmz.uzh.ch/de/studies/graduation/master.html

Link zum Formular für das Konzept:
https://forms.cloud.microsoft/pages/responsepage.aspx?id=2zjkx2LkIkypCsNYsWmAszah1rLa_EFMouCrnJWElCJURUxCMkFDNFpBMUlMV0dTV1Y1WE8yQkhDWi4u&route=shorturl

→ Deadline: 23. November

Konzept für meine Masterarbeit

14. Okt. 2026

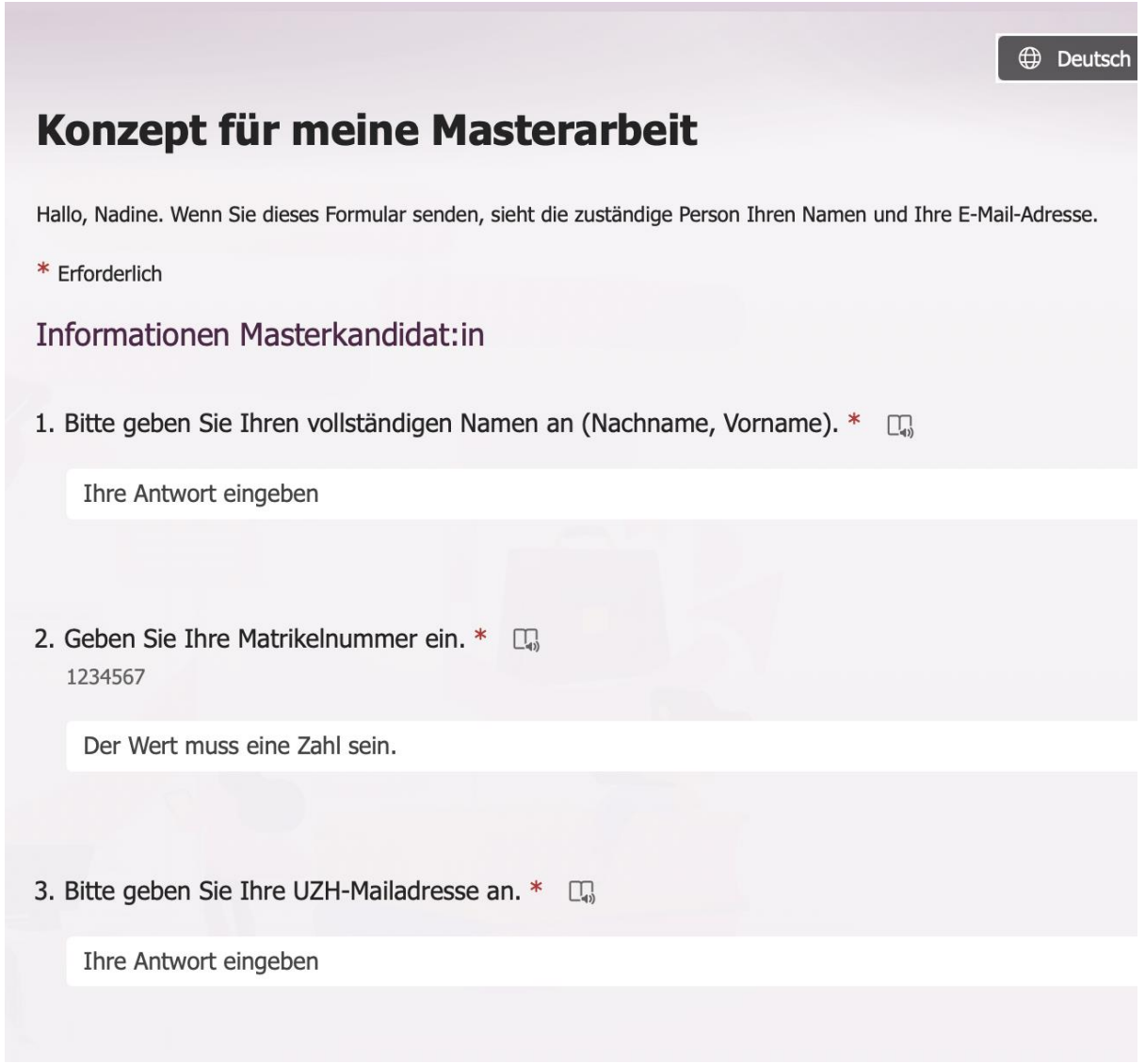
Die Einreichung besteht aus folgenden drei Abschnitten:
- Kontaktangaben und Formalia
- Angaben zur Betreuungspräferenz
- Einreichung Masterkonzept

Jetzt starten

Master-Arbeit Vorbesprechung: Prof. Strauß

Inhalt für das MA-Forschungskonzept

- Angaben Masterkandidat:in
- **Arbeitstitel**
- **Forschungsfrage** inkl. deren (wissenschaftliche und ggf. gesellschaftliche) Relevanz (200 - max. 300 Wörter)
- **Forschungsstand** inkl. Benennung wichtiger Studien/Publikationen und der in der Arbeit adressierten Forschungslücken (300 - max. 600 Wörter)
- **Forschungsdesign, Methoden und Datengrundlage** (300 - max. 600 Wörter)
- **Literaturverzeichnis**
- Bei der Konzepteinreichung haben Sie ausserdem die Möglichkeit, drei Betreuungspräferenzen inkl. Beweggründe anzugeben.



Forschungsskizze

5

Was muss in die Forschungsskizze?

- Deckblatt mit Arbeitstitel und Kontaktinformationen
- Einführung (1 Seite)
- Forschungsstand & Ableitung Forschungsfrage und/oder Hypothesen (5-10 Seiten)
- Methodik (1-2 Seiten)
- Projektplanung (1-2 Seiten, kein Text)
  - ✓ Gliederung der Arbeit
  - ✓ Zeitplan
- Literaturverzeichnis (zitierte Literatur & weitere Literatur)

→ max. 15 Seiten (ohne Literaturverzeichnis)
→ APA Zitierrichtlinien / IKMZ Merkblatt
→ Abgabe: Ende März 2027 via Email an n.strauss@ikmz.uzh.ch
→ Word Datei

Formale Kriterien der MA-Arbeit

6

Formale Kriterien der Masterarbeit (1)

- Arbeitstitel
- Hauptverantwortlicher Referent (ProfessorIn)
- Betreuung (diese Abteilung: Prof. Strauß oder Dr. Vesile Cinceoglu; andere Postdoc oder OberassistentIn des IKMZs)
- Bearbeitungsdauer: max. 2 Semester

- ✓ Abgabe: 1. Dezember 2027 (Aufforderung durch Dekanin)
- ✓ Per E-Mail (PDF) an mich: n.strauss@ikmz.uzh.ch
- ✓ Masterfeier: April 2028

Formale Kriterien der Masterarbeit (2)

- Umfang: **max. 75 Seiten** (inkl. Titelblatt, Abstract, Inhaltsverzeichnis, Quellen, etc. – aber ohne Anhang)
- Memo (Notizen zu Entscheidungen/Ablauf während des Forschungsprozesses: 1-2 Seiten)
- Script (z.B. R oder SPSS, MAXQDA)
- Weitere Datendateien (z.B. Interview-Transkripte)
- APA Zitierrichtlinien / IKMZ Merkblatt
- Selbständigkeitserklärung der PhF
- **ABER:**
  - Times New Roman, 12pt
  - Linksbündig
  - **Doppelter Zeilenabstand!!!**
  - Ränder: 2,5cm (außer unten: 2cm)

- **Sprache:** Englisch bevorzugt, aber Deutsch auch möglich

Nutzung von KI-Tools

7

Nutzung von Large Language Model / ChatGPT

Werden ChatGPT oder andere AI-basierte Tools ohne die explizite Zustimmung des:der Dozierenden und ohne Transparenzmachung des Tools verwendet, so wird dies als Plagiat und im Sinne des Ghostwriting als bewusster Betrugsversuch geahndet. Plagiate und Ghostwriting können auch rückwirkend geahndet werden, wenn sie erst Monate oder Jahre später erkannt werden, z.B. durch Tools, die erst noch entwickelt werden. Das heisst, es gibt für solche Missbräuche keine Verjährung.

→ **Verwendung von ChatGPT grundsätzlich o.k.** (z.B. Gliederung, als Inspiration, Codierungshilfe, etc.), aber bitte anschliessend AI-Nutzung Guideline ausfüllen!

→ **IKMZ Guideline für AI-Nutzung basierend auf Vorlage "Media Change/Medienwandel"**

Vorlage

University of Zurich[UZH] | Department of Communication and Media Research

MEDIACHANGE and innovation a division of ikmz

Guidelines for the Use of AI Tools for Assignments at the Media Change and Innovation Division

Zurich, 16 September 2024

The Media Change and Innovation Division (Prof. Michael Latzer) of the Department of Communication and Media Research (IKMZ) provides guidelines for the critical usage of artificial intelligence (AI) tools such as ChatGPT for all assignments (e.g., papers, presentations, concepts) in our division that students must adhere to[1].

Basic principles

The following basic principles need to be adhered to if AI tools are used in any assignment:

1. AI tools are used to *assist* with the work, rather than to do the work.
2. All usage of AI tools must be acknowledged in the disclosure form below and documented in the template which can be found in the student section.
3. If parts of the text or code are automatically generated by an AI tool, this must be *referenced* adequately (see guidelines on referencing AI-generated content below). This means that such passages need to be referenced like they would be if cited from any other source.
4. *Responsible* use of AI tools includes the careful verification of any resulting text or code. Students are fully responsible for the correctness and quality of any content used in their assignment, including content that was created or edited using AI tools.

Referencing AI-generated content

If you cite content that was generated by an AI tool, this needs to be referenced adequately. For instance, citing from ChatGPT or Gemini can look as follows (see guidelines by University of Zurich for more examples):

Example for in-text citation of a direct quote:
"This is a direct quote from ChatGPT" (OpenAI, 2024).

Example for in-text citation of a paraphrased quote:
This is text from Gemini that was paraphrased by the author (Google, 2023).

Examples for bibliography entries:
Google (2023). Gemini (November 2023 version) [large language model]. URL

[1] This guideline builds on the general guidelines on the use of AI tools by the University of Zurich and the guidelines developed by the Department of Psychology.

OpenAI (2024). ChatGPT (September 2024 version) [large language model]. URL

Disclosure Form for the Usage of AI Tools in Assignments

Please indicate whether you used any artificial intelligence (AI) tools to create or edit any content or code used within or for this assignment[2]:

☐ Yes, I used an AI tool to assist me with the present work.
☐ No, I did not use any AI tools to assist me with the present work.

If you selected "Yes", you will have to submit a table that includes all the purposes that you used AI tools and submit it together with your assignment (see template below).
In it, please specify:
- For what purpose did you use (an) AI tool(s) (see list below)?
- Specify your use for this purpose and, if applicable, declare what rough percentage of the assignment was created or changed using AI tools for this purpose.
- Which AI tool(s) did you use for this purpose?

Non-exhaustive list of purposes:

1. Research design
   a. Generating problem statements
   b. Generating research questions
   c. Deriving hypotheses
   d. Suggesting appropriate methodologies for research objectives
   e. Suggesting concepts or variables to consider
2. Literature review
   a. Finding relevant literature
   b. Generating summaries of research papers
   c. Identifying the state of research (themes, trends, etc.) on a topic
   d. Locating research gaps
3. Data analysis and interpretation
   a. Choosing appropriate method of data analysis
   b. Suggesting data analysis steps
   c. Generating code snippets for data cleaning, analysis or visualization (e.g., for R)
   d. Debugging existing code and suggesting improvements
   e. Providing interpretation of (quantitative or qualitative) data
4. Writing
   a. Generating text
   b. Rephrasing text
   c. Language editing (checking for errors, providing suggestions to improve clarity or flow, etc.)
   d. Creating outline for assignment
   e. Generating images
5. Citation and referencing
   a. Formatting citations
   b. Creating the bibliography / reference list
   c. Checking for citation errors or inconsistencies

[2] The declaration does not apply to the use of basic tools with the sole purpose of checking grammar or spelling (e.g., Microsoft Word Thesaurus).

Please use the template for the table to disclose use of generative AI tools following this example:

For what purpose did you use (an) AI tool(s)?	**Specify your use for this purpose and, if applicable, declare what rough percentage of the assignment was created or changed using AI tools for this purpose.**	**Which AI tool(s) did you use for this purpose?**
Language editing	*I used it to check all the text of my introduction and as a result about 10% of the text was changed.*	*DeepL write*
…	…	…

For further documentation of your use of AI tools, the following rules apply:

If you (directly or indirectly) cite content that was generated by an AI tool, you must save the prompt as well as the output generated by the AI tool that you reference in your assignment. This documentation must be submitted together with your assignment (appendix).
It is in the students' interest to further keep a record of all the inputs (i.e., prompts) and the outputs (i.e., generated content) that were produced using AI tools (e.g., as a saved conversation in the tool, exported to a separate folder, or with screenshots). In case of doubts as to whether the use of AI tools adheres to this guideline, this documentation can help the students demonstrate their individual contributions to the assignment and provide more context for the cases in which AI tools were used.

"I hereby confirm that the present work is my original work. I declare that I have not used any AI tools for this work, except as noted in the disclosure form. I am aware that I bear full responsibility for the selection, adoption and results of the AI-generated outputs I used. I also declare that all use of generative AI is fully disclosed. I have listed the generative AI tools used along with their product names and purpose in the disclosure form. I acknowledge that work that violates the principles set out in this disclosure form may have legal and disciplinary consequences. If ChatGPT or other AI-based tools are used without the explicit consent of the lecturer and without providing transparency regarding the use of the tool, this will be sanctioned as plagiarism and, in terms of ghostwriting, as a deliberate attempt to defraud. By signing this disclosure form, I confirm that I answered truthfully."

Title of assignment:

Name of student:

Date:

Signature:

Themenfindung

8

Themenfindung

- Thema aus dem Forschungsseminar / anderes Seminar oder Vorlesung
- Anschluss an Forschungsthemen der Betreuungsperson (z.B. Strategische Kommunikation, Nachhaltigkeitskommunikation, PR, Krisenkommunikation etc.)
- Kooperation mit der Praxis / (zukünftiger) Arbeitgeber?
- Masterthema als strategisches Karriere-Management
- AI als Sparring-Partner
- …

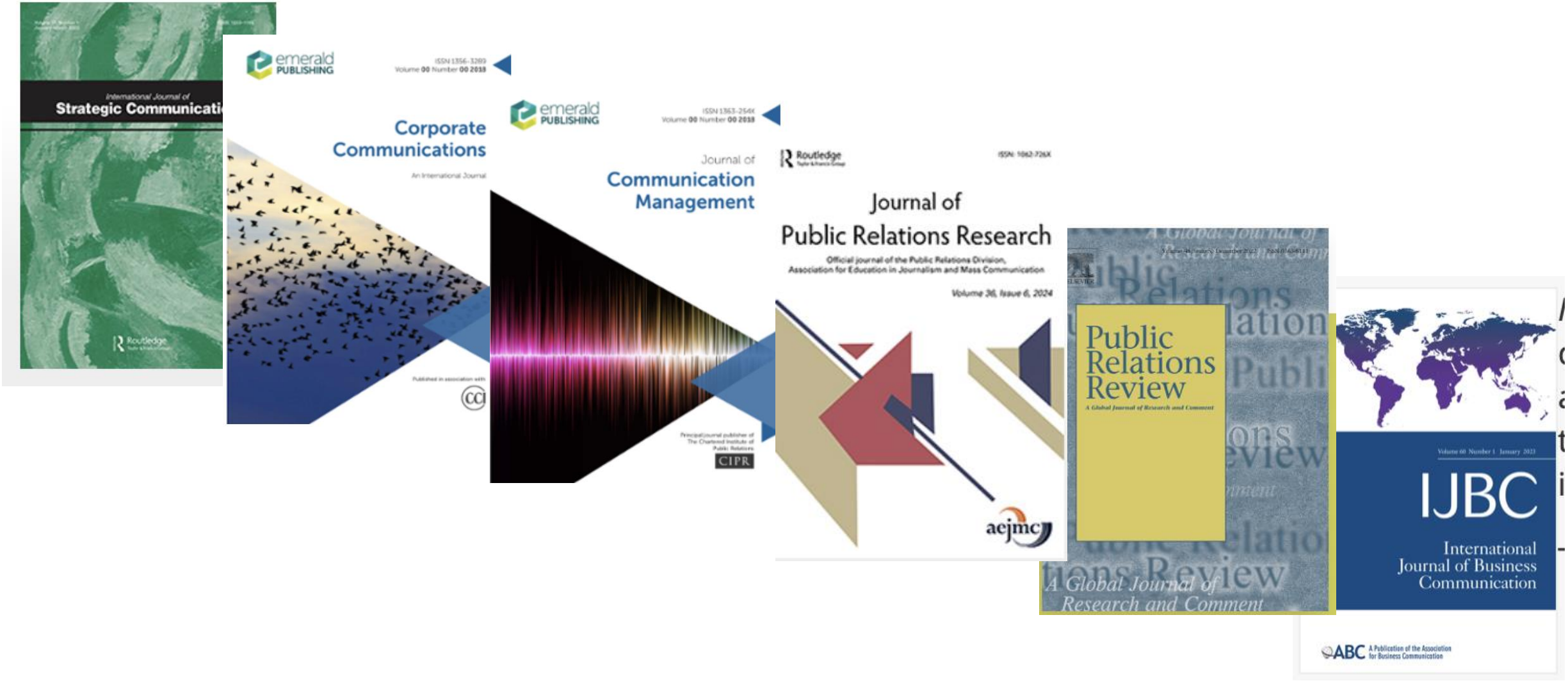
KI-gestützte Themenfindung

Schritt	Aufgabe	Empfohlenes Tool	Ergebnis
1. Ideen entwickeln	Mögliche Masterarbeitsthemen auf Basis der eigenen Interessen brainstormen	ChatGPT	3–5 mögliche Themen
2. Literatur recherchieren	Relevante wissenschaftliche Literatur zu den interessantesten Themen finden	Elicit / Consensus	5–10 relevante Studien
3. Forschungslücken identifizieren	Wiederkehrende Themen, Widersprüche und offene Forschungsfragen herausarbeiten	NotebookLM / ResearchRabbit	2–3 mögliche Forschungslücken
4. Forschungsfrage konkretisieren	Forschungsfrage(n) entwickeln und theoretische sowie methodische Machbarkeit prüfen	ChatGPT + eigene kritische Prüfung	1–2 konkrete Ideen für die Masterarbeit

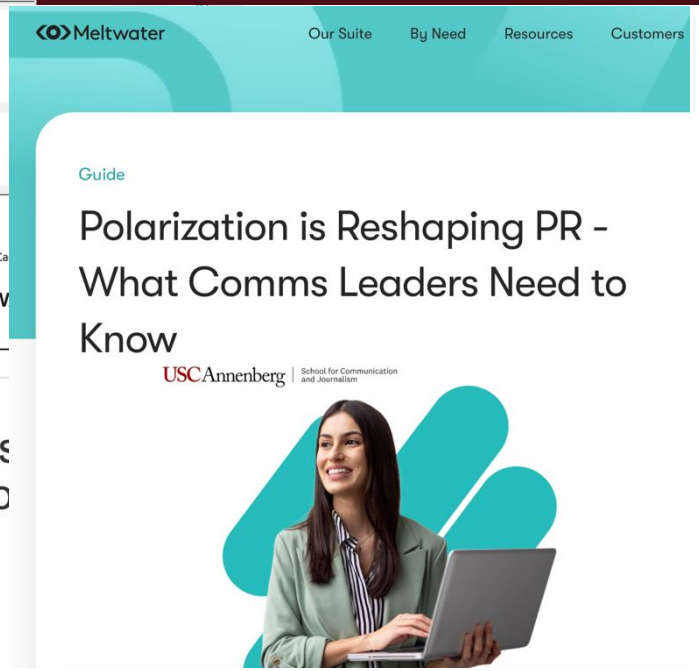
Konkretisierung der Forschungsfrage

- Was möchte ich **genau tun** (z.B. beschreiben, analysieren, erklären, kritisieren etc.)?
- Gibt es einen bestimmten **Zeitraum/Zeitpunkt**, den ich mir näher anschauen möchte?
- Möchte ich meine Forschungsfrage auf bestimmte **Objekte/Subjekte** beschränken (z.B. Medium wie The New York Times, FAZ, Zeit; Schweizer Unternehmen vs. International, Pressemitteilungen vs. Online-Kommunikation vs. Social Media)?
- Bezieht sich meine Frage auf eine bestimmte **geografische Lage** (z.B. deutschsprachiger Raum, Schweiz, Europa, USA, China etc.)?
- Gibt es ein **bestimmtes Ereignis/Projekt/Abkommen**, das ich mir näher anschauen möchte?
- Möchte ich eine **bestimmte Methode** (Interviews, Inhaltsanalyse, Umfrage) anwenden?
- Will ich eine **bestimmte Perspektive** oder **Standpunkt** einnehmen (z.B. kritische Theorie, Agenda-Setting, Framing etc.)?

Inspiration durch aktuelle Forschung



Inspiration durch aktuelle Themen



HANDELSZEITUNG
Wirtschaft im Klartext.

SRF Schweizer Radio und Fernsehen

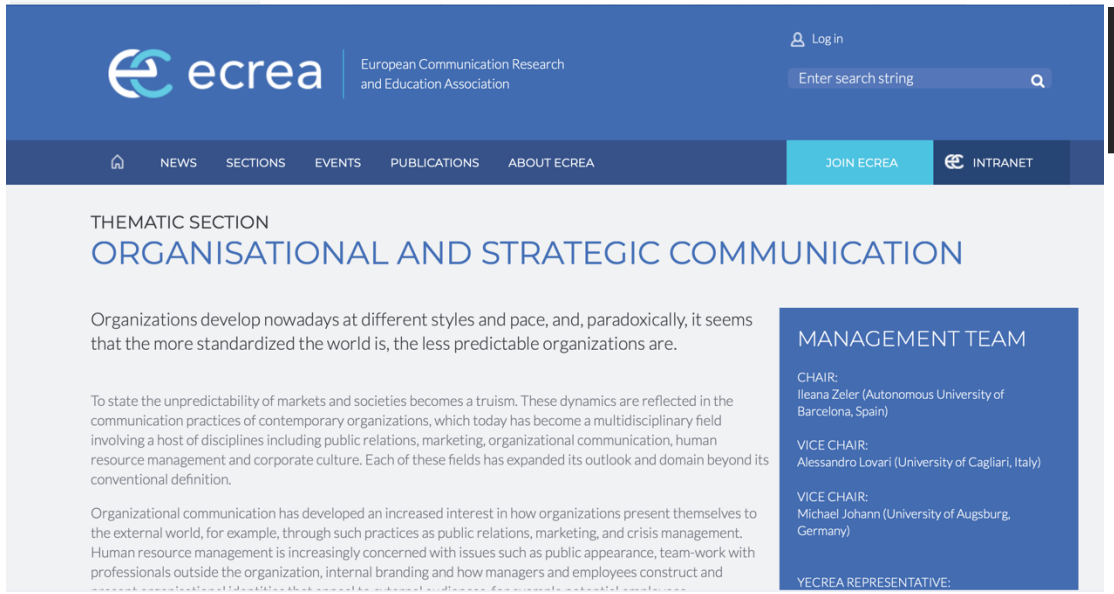
Neue Zürcher Zeitung

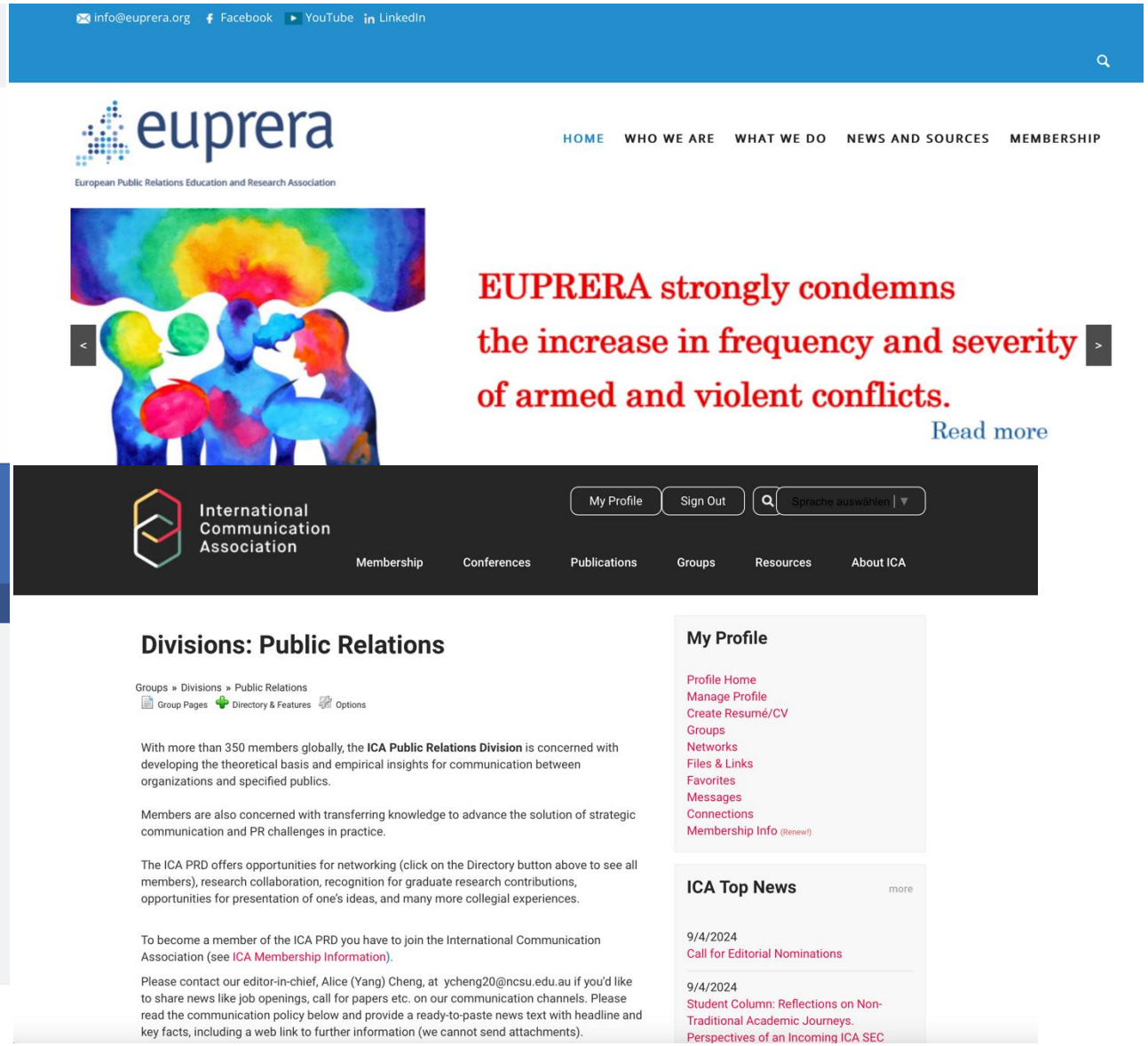
Blick

Tages-Anzeiger

20 minutes

Inspiration durch Fachgruppen





Vergangene Titel von MA-Arbeiten

- „Blowing The Whistle on Sustainable Investments: How Media-Intensive Whistleblower Activities In The Realm Of Sustainable Finance/ESG Impact Financial Institutions“
- „Importance of Communication in Sustainable Marketing – A Conceptual Framework for Effective Sustainability Communication in Tourism“
- „Macht der Ton die Musik? Eine qualitative Analyse der Wechselwirkung zwischen der Strategischen Kommunikation und dem Journalismus während der Covid-19-Pandemie“
- „Video streaming platforms on Instagram: How Amazon Prime Video, Disney Plus and Netflix communicated before and during the COVID-19 crisis“
- „#Sustainability: Unternehmenskommunikation zum Thema Nachhaltigkeit auf Twitter im Bankensektor – Ein Vergleich der grössten Banken Europas nach dem S&P Global Rating 2021“
- „Research on Crisis Communication Strategies of Huawei in the Context of China-U.S. Trade War by Using Social Media”
- „Veränderung der CSR-Kommunikation auf Schweizer Unternehmenswebseiten seit dem 5. IPCC-Report“
- „Strategic Communication and Organizational Change – Embedding Sustainability in Organizational Culture“
- „Topics of Sustainable Finance in Swiss Media Discourse”
- „The Quality of Voluntary Sustainability Reporting as a Matter of Legitimacy Evidence from Swiss Listed Companies”
- „Die Klimaberichterstattung von Schweizer und britischen Versicherungsunternehmen. Eine Framing-Analyse der Klimaberichterstattung in den CSR-Berichten“
- „Corporate Social Responsibility Communication and Framing in the Luxury Industry: Exemplified on LVMH and Kering”

Vergangene Titel von MA-Arbeiten (continued)

- The Role of Personalization Styles in CEO CSR Communication on Social Network Sites: Exploring Differences in Image Perceptions, Engagement Intentions and Credibility among Swiss Stakeholders”
- „Sustainability Communication through Opinion Leader – Building a Sustainable Corporate Identity through Influencers in the Swiss Fashion Industry”
- „Applications to improve Swiss peoples’ lives. How can finance and health applications empower Swiss people and lead to sustainable habit formation”
- „Netto-Null-Ziele in der unternehmerischen Finanzkommunikation. Inwiefern erfüllt die formale Berichterstattung zu den Emissionsreduktionszielen von börsennotierten Unternehmen die Erwartungen der Kapitalgeber”
- „The Power of Purpose – Sustainability and Employer Branding in the Swiss IT Sector”
- “Exploring Sustainability Communication and Media Reflection: A BERTopic-Based Analysis of Swiss Companies’ Sustainability Reports"
- "Künstliche Intelligenz in der Finanzindustrie: Durch strategische Kommunikation zur Integration in die Unternehmenskultur»
- „From the Inside Out: Fostering Employee CSR Advocacy Through Internal Communication”
- “Beyond the Issue-Attention Cycle: A Qualitative Analysis of Corporate Issue Communication between Short-Term Responsiveness and Sustained Strategic Relevance”
- “Corporate Influencers: The Role of Authenticity and Credibility in Digital Corporate Communications”
- …

Welche Kriterien sind entscheiden für eine Betreuungszusage?

- 2 Thesen pro Semester in der Abteilung
- Passung des Forschungsthemas
- Passung der Methode
- Qualität des Forschungskonzeptes (z.B. Innovation, Formalitäten, Schreibstil, etc.)
- Frühere Erfahrungen/Austausch in Seminaren & Kursen von Vorteil

Q&A

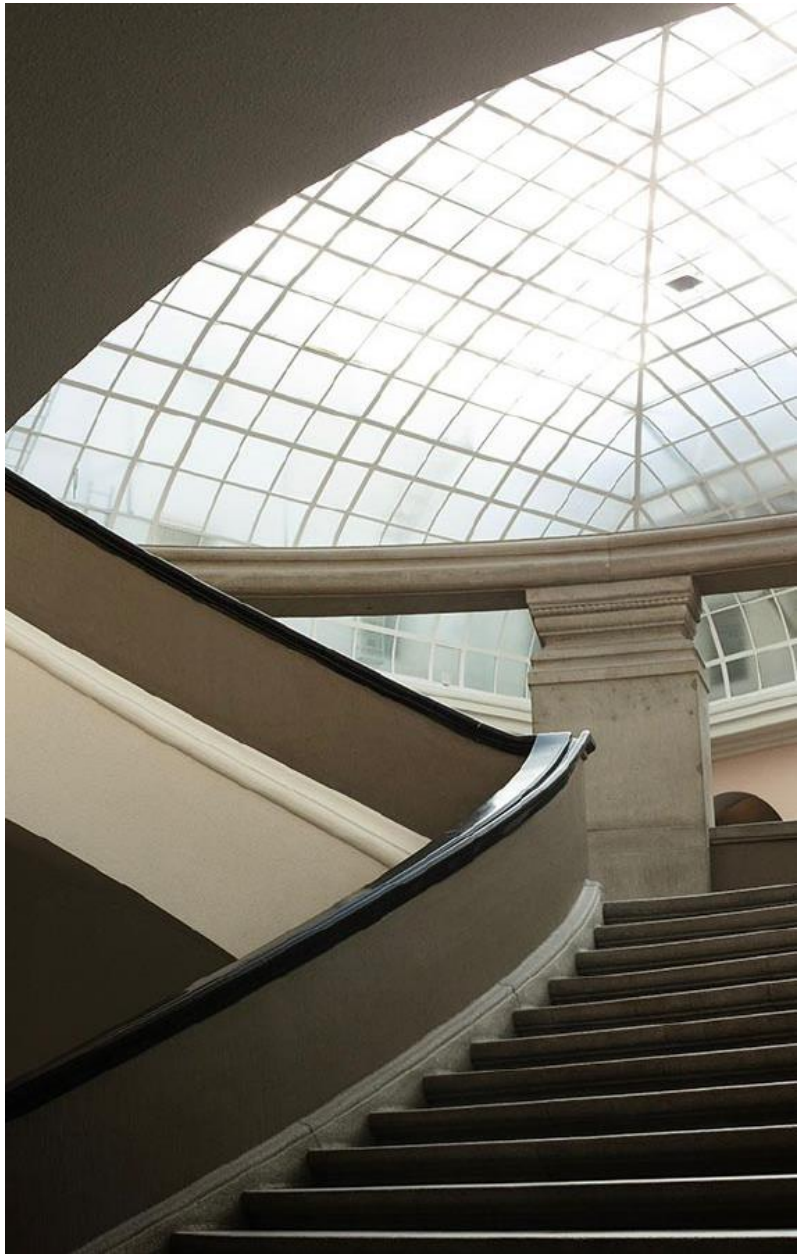
Universität Zürich[UZH]

LinkedIn Profile

Kontakt

Prof. Dr. Nadine Strauß

Assistant Professor of Strategic Communication and Media Management

+41 76 483 994 5

n.strauss@ikmz.uzh.ch