

COMMUNICATIE WETEN SCHAPPEN

ACADEMIEJAAR 2026-2027





5	Communicatiewetenschappen
9	Opbouw
14	Vakkenpakket
17	Inhoud vakken eerste jaar
22	Weekschema eerste jaar
25	Student aan de UGent
28	Internationalisering
30	Aan het werk
33	Informeer je (goed)!
35	Stadsplan



De informatie in deze brochure is bijgewerkt tot september 2025.
Grafisch ontwerp fabrique.nl
Opmaak karakters.be
Druk en afwerking Artoos
Fotografie © Christophe Vander Eecken – Bas Bogaerts – Jonas Vandecasteele – Kattoo Hillewaere – Hilde Christiaens



Het is niet omdat je een studiekeuze maakt dat daarom de rest van je leven al vastligt. Het belangrijkste is dat je iets kiest dat je ligt en waarvan je tonnen meer kennis wil opdoen.

Fien, bachelorstudente



COMMUNICATIE- WETENSCHAPPEN

Communicatiewetenschappers bestuderen de werking van communicatie in de brede zin van het woord. (Massa)communicatie en communicatieprocessen hebben een belangrijke impact op ons dagdagelijkse leven en de manier waarop de samenleving functioneert.

Net zoals de andere opleidingen van de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen streeft de opleiding communicatiewetenschappen naar begrip over de samenleving van de 21ste eeuw. Ze onderzoeken maatschappelijke fenomenen in een globale context vanuit verschillende perspectieven en gaan op zoek naar patronen en wetmatigheden.

In zijn meest essentiële betekenis gaat communicatie over het overbrengen van een boodschap. In welke mate en hoe die boodschap overkomt, vormt de kern van communicatie.

Enerzijds bestudeert communicatiewetenschappen daarbij de massamedia die een vorm van duplicatietechnologie vereisen: drukkunst, radio, televisie, film, digitale tekst, foto's, beelden ... waarbij de focus ligt op vraagstukken rond representatie en beeldvorming.

Anderzijds zijn ook de communicatieprocessen, zowel (inter)persoonlijk als voor organisaties, een centraal aandachtspunt. Daarbij hebben we het zowel over interne bedrijfscommunicatie als

externe marketing en corporate communicatie onder de vorm van reclamecampagnes, public relations, politieke en sociale marketing.

Maar ook in de bredere zin van het woord wordt communicatie, en dus ook communicatiewetenschappen, steeds belangrijker in onze samenleving. Dagelijks worden we overspoeld door nieuwsberichten, reclameboodschappen, radio- en televisieprogramma's, reels, likes, snaps en videoclips ... Zelf posten en sharen we informatie op diverse sociale media zoals Instagram, LinkedIn, TikTok en Facebook en nagenoeg elke onderneming en instelling ontwikkelt tegenwoordig een multimediale strategie voor public relations en image building.

De digitalisering bracht bovendien zowel voor gebruiker als aanbieders van media en communicatie nieuwe uitdagingen en opportuniteiten met zich mee, met verregaande maatschappelijke en juridische implicaties. De nieuwe informatietechnologieën hebben een onbeperkte communicatie mogelijk gemaakt. Als gebruiker zijn we in sneltempo mobieler, (inter)actiever, (socialer) genetwerkt en veeleisender geworden in onze manier van communiceren en media consumeren. De journalisten, televisiemakers en communicatiespecialisten van morgen moeten daarop weten in te spelen. De machtsverhoudingen tussen 'oude' en 'nieuwe' spelers als Meta, Apple of Google vormen meer dan ooit een uitdaging voor mediabedrijf en beleidsmaker.

Communicatie is met andere woorden één van de belangrijkste aspecten, misschien wel het belangrijkste aspect geworden van het sociale leven in de 21ste eeuw. Zowel voor onszelf als gebruiker, als voor de beleidsmaker en de commerciële aanbieder van media- en communicatiediensten.

VERGELIJKING MET ANDERE OPLEIDINGEN

De bachelor in de communicatiewetenschappen is een academisch-wetenschappelijke opleiding waarbij inzicht in en kritisch nadenken over media en communicatie in een brede maatschappelijke context centraal staan. Ze onderscheidt zich op die manier duidelijk van de vele praktijkopleidingen op communicatievlak in het hoger onderwijs buiten de universiteit (professionele bachelors).

Communicatiewetenschappen focust zich niet op praktische beroepsvaardigheden. Als je bv. vooral (reclame)films wil maken, dan volg je beter een professionele bachelor in audiovisuele technieken. Wil je vooral zelf communiceren, je managementvaardigheden ontwikkelen of evenementen organiseren, dan kies je beter voor een bachelor communicatie- of eventmanagement.

IETS VOOR MIJ

Als communicatiewetenschapper is het belangrijk dat je:

- interesse hebt om de samenleving grondig en systematisch te bestuderen;
- sterk geïnteresseerd bent in media, communicatie en de samenleving;
- een ruime en kritische blik wil verwerven;
- je constant informeert over wat er in de wereld gebeurt;
- de actualiteit opvolgt, ook buiten de studietijd;
- nieuwsgierig bent en zelf wil uitzoeken hoe onderbouwde communicatiewetenschappelijke kennis tot stand komt.

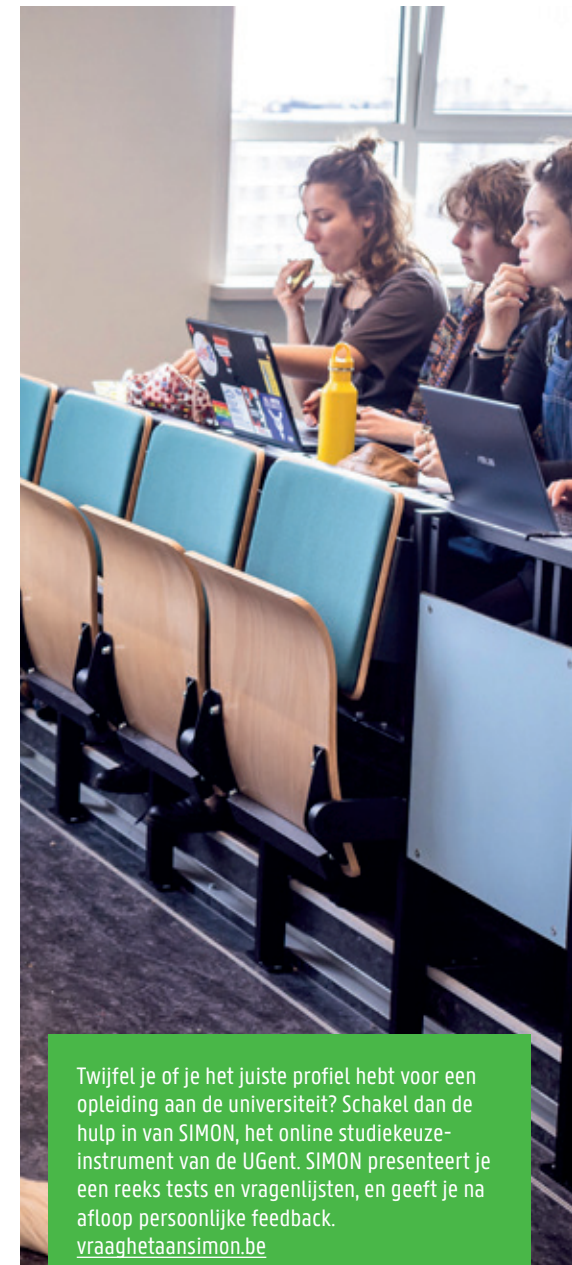
De nadruk ligt op theoretisch onderbouwd wetenschappelijk onderzoek. Je leert verschillende hypothesen en theorieën tegen elkaar af te wegen. Je maakt kennis met een breed gamma aan onderzoeksmethoden en -technieken om zelfstandig onderzoek uit te voeren en leert hiervoor kwantitatieve technieken (zoals surveys en statistiek) maar ook kwalitatieve methoden (zoals diepte-interviews en observaties) gebruiken. De kennis van statistiek is hierbij essentieel en komt al in het eerste jaar bachelor aan bod. Een basiskennis wiskunde zoals die in het secundair onderwijs voorzien is, volstaat.

VLOT VAN START

Wil je nagaan of je de vereiste basiskennis wiskunde hebt? Er werd een site ontwikkeld waarop je dat kan. Als je voelt dat je nog wat achterstand hebt, kunnen de inhoud, de oefeningen en de zelftesten jou helpen om de nodige kennis bij te werken. Meer info vind je op ugent.be/ps/voorkenniswiskunde.

Meer info?

Ga naar studiekeizer.ugent.be, selecteer de opleiding en ga naar het tabblad 'Vlot van start'.



Twijfel je of je het juiste profiel hebt voor een opleiding aan de universiteit? Schakel dan de hulp in van SIMON, het online studiekeuze-instrument van de UGent. SIMON presenteert je een reeks tests en vragenlijsten, en geeft je na afloop persoonlijke feedback. vraaghetaansimon.be

BACHELOR

180 SP

COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

JAAR 1

Semester 1: gemeenschappelijke vakken (met politieke wetenschappen en sociologie)

Semester 2: opleidingsspecifieke vakken

JAAR 2

Opleidingsspecifieke vakken

JAAR 3

Profileringstraject (keuze uit): inhoudelijke verbreding – onderzoek – duurzaamheid – onderwijs – internationalisering



MASTER

60 SP

COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Afstudeerrichtingen:

- Communicatiemanagement
- Film- en televisiestudies
- Nieuwe media en maatschappij
- Journalistiek



EDUCATIEVE MASTER

90 SP

MAATSCHAPPIJWETENSCHAPPEN

Afstudeerrichting:

- Communicatiewetenschappen

OF

OPBOUW

De opleiding communicatiewetenschappen wordt georganiseerd door de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen. Het programma bestaat uit een academische bacheloropleiding van 180 studiepunten gevolgd door een master van 60 studiepunten of een educatieve master van 90 studiepunten.



BACHELOR

Je kiest vanaf het eerste jaar bachelor voor de opleiding communicatiewetenschappen. Het eerste semester is volledig gemeenschappelijk met de andere bacheloropleidingen van de faculteit (politieke wetenschappen en sociologie), maar vanaf het tweede semester krijg je al heel wat opleidingsspecifieke vakken.

Vanaf je eerste bachelorjaar word je voorbereid op de verschillende afstudeerrichtingen in de master en leg je op die manier reeds een verband met je doorstroming naar je latere job. Je krijgt in je tweede en derde bachelorjaar vakken die verband houden met een van de afstudeerrichtingen, zoals aangegeven in de leerlijnen communicatiemanagement, film- en televisiestudies, journalistiek en nieuwe media en maatschappij (zie schema op p. 10).

In het eerste jaar bachelor krijg je een uitgebreid pakket vakken die de focus leggen op algemene communicatiewetenschappen (leerlijn communicatiewetenschappen). De brede sociaalwetenschappelijke vakken die je leren om de maatschappij kritisch te analyseren én de methodologische tools om wetenschappelijk onderzoek te doen, vormen een ander belangrijk aspect van je opleiding (leerlijn sociale wetenschappen en leerlijn vaardigheden en methodologie). Noem het de academische 'fond' die nodig is om je communicatieopleiding verder op

Extra uitdaging

Mag het voor jou ietsje meer zijn na je eerste bachelorjaar? De honoursprogramma's van de UGent bieden je tal van intellectuele uitdagingen bovenop je normale vakkenpakketten.
ugent.be/honoursprogramma

BACHELOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN (180 SP)

Strategische communicatie
Mediageschiedenis
Media-economie en mediastructuren
Mediatechnologie en innovatie
Communicatiewetenschap
Mediapsychologie
Politologie
Sociologie
Sociale en politieke leerstelsels
Statistiek
Methodologie van de sociale wetenschappen

EERSTE BACHELOR

- 3 HOOFDLEERLIJNEN:**
- Communicatiewetenschappen
 - Sociale wetenschappen
 - Vaardigheden en methodologie
- 4 SUBLEERLIJNEN:**
- Communicatiemanagement
 - Film- en televisiestudies
 - Journalistiek
 - Nieuwe media en maatschappij

Persuasive communicatie
Popular Media Culture and Diversity
Journalistiek in perspectief
Digital Media Sociology
Interpersoonlijke communicatie
Media- en auteursrecht
Wetenschappelijk Engels voor communicatiewetenschappers
Surveytechnieken en experimentele designs in Sociale Wetenschappen
Inleiding kwalitatieve analyse
Kwalitatief onderzoekdesign
Theoretische academische vaardigheden
Praktische academische vaardigheden
Professionele vaardigheden voor communicatiewetenschappers

TWEEDE BACHELOR

Strategische sociale communicatie
Visual Culture
Journalistieke storytelling
Innovatie-onderzoek
Media en ethiek
Toegepaste statistiek
Methodologisch keuzevak (*): Content & Textual Analysis OF Audience Research
Bachelorpaper
KIES EEN PROFILERINGSTRAJECT:
1. INHOUDELIJKE VERBREIDING
- Internationale communicatie
- Keuzevakken
2. DUURZAAMHEID
- Internationale communicatie
- Politieke vraagstukken van duurzaamheid
- Community Service Learning: duurzaamheid
3. ONDERZOEK
- Internationale communicatie
- Onderzoekstage
- Ander methodologisch keuzevak (*)
4. ONDERWIJS
5. INTERNATIONALISERING

DERDE BACHELOR



smaak te brengen. Tijdens je bachelorjaren verwerf je competenties die je bij je instap in het beroepsleven een competitief voordeel bieden. Om je interesses nog meer te onderscheiden, kies je ook een profilerings-traject in je derde bachelorjaar.

Vanaf het tweede bachelorjaar volg je enkele vakken in het Engels, samen met Erasmusstudenten uit het buitenland, wat zorgt voor een meer internationale omgeving.

MASTER

Het behalen van een bachelordiploma geeft rechtstreekse toegang tot de master die erop aansluit. De (domein)masters van de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen bestaan uit 60 studiepunten. Het zijn wetenschappelijke opleidingen waarbij de student zich verdiept in het gekozen vakgebied. De verworven kennis, vaardigheden en attitudes moeten bewezen worden in een masterproef, een zelfstandig wetenschappelijk werkstuk.

MASTER IN DE COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

Je kiest tijdens je master in de communicatiewetenschappen één van de vier afstudeerrichtingen als verdieping van de belangrijkste leerlijnen uit de bachelor, namelijk communicatiemanagement, film- en televisiestudies, journalistiek of nieuwe media en maatschappij. Studenten ontwikkelen tijdens de master een gevorderd inzicht in de recente communicatiewetenschappelijke ontwikkelingen en vraagstukken. Ze beheersen na het volgen van de master ook de recentste onderzoeksmethoden.

EDUCATIEVE MASTER

Wil je later graag je academische vakkennis overbrengen aan anderen? Dat kan, via de educatieve masteropleiding in de maatschappijwetenschappen (90 studiepunten), meteen na je academische bacheloropleiding. De educatieve master omvat zowel een component leraar als een component domein. Concreet: je leert lesgeven én je krijgt vakinhoudelijke expertise op masterniveau.

Beslis je pas om leraar te worden nadat je je masterdiploma hebt behaald? In dat geval heb je de nodige domeinkennis al op zak en bestaat je educatieve masteropleiding enkel uit de component leraar. Dat verkorte traject van 60 studiepunten focust op pedagogische vaardigheden en vakdidactiek.

Overigens bereidt de educatieve masteropleiding je niet alleen voor op lesgeven in de hogere graden van het secundair onderwijs, het hoger onderwijs of het volwassenenonderwijs. Het is een breed vormende opleiding die je net zo goed klaarstoomt voor alle functies waarin educatieve vaardigheden van belang zijn.

ugent.be/educatievemaster

EN VERDER STUDEREN

ANDERE MASTER

De meeste studenten kiezen na hun bacheloropleiding voor de aansluitende master of educatieve master. Je kan ook wisselen van traject naar een ander, min of meer aanleunend vakgebied. In dat geval werk je je kennis bij via een voorbereidingsprogramma.

Heb je al een masteropleiding achter de rug en wil je de opgedane kennis nog verbreden of verdiepen? Je kan rechtstreeks instromen in een aantal master- of master-na-masteropleidingen. En via een voorbereidingsprogramma kan je doorstromen naar opleidingen in een aanverwant studiedomein.

DOCTORAAT

Heb je een diepgaande interesse voor een bepaald vakgebied en een brede maatschappelijke belangstelling? Ben je bereid om je intensief in te zetten voor vernieuwend wetenschappelijk onderzoek? Met een doctorstitel heb je een troef in handen als je solliciteert voor leidinggevende en creatieve (onderzoeks)functies. De titel geldt ook als voorwaarde voor wie een academische carrière ambieert, binnen de universiteit of een andere wetenschappelijke instelling.

LEVENSLANG LEREN

Bijleren stopt niet nadat je je diploma hebt behaald. Technologie en maatschappij staan niet stil, jouw competenties dus best ook niet. Wil je graag bijblijven? Dat kan via de academies voor levenslang leren van de UGent, die vaak samenwerken met bedrijven of beroepsverenigingen.

Nova Academy

Bringing learning to life: onder dat motto willen Universiteit Gent, Universiteit Antwerpen en de Vrije Universiteit Brussel levenslang leren in Vlaanderen versterken. Daarvoor hebben ze samen de Nova Academy opgericht.

Het aanbod vind je op nova-academy.be.



Ik besloot me vorig jaar in te schrijven voor de opleiding tot leraar en heb me dit nog geen moment beklagd. Ik heb enorm veel bijgeleerd over mensen, motivatie en mezelf. De stages gaven me de kans praktijkervaring op te doen, waardoor ik nu sta te popelen om zelf voor de klas te staan.

Lies, masterstudente

Studiepunten

Studiepunten (sp) verwijzen naar de omvang van een vak of opleiding. Elk 'jaar' bestaat uit 60 studiepunten verdeeld over de verschillende vakken. Om het aantal studiepunten te bepalen wordt niet alleen rekening gehouden met het aantal uren les, oefeningen, practica ... maar ook met de tijd die nodig is om alles te verwerken. Wil je meer details over de inhoud van de vakken en de werkvormen? Bekijk dan de studiefiches via het tabblad 'Programma' op studiekiezer.ugent.be.

Semestersysteem

Alle opleidingen zijn georganiseerd volgens het semester-systeem. Concreet: het academiejaar is opgesplitst in twee semesters. Het is een stimulans om regelmatig te werken vanaf het begin van het academiejaar, want elk semester eindigt met de examens over de vakken van dat semester. Zo krijg je al halfweg het academiejaar feedback over je vorderingen, je manier van werken, enzovoort. Een beperkt aantal zogenaamde jaarvakken wordt gedoceerd over de twee semesters heen.

1^{STE} JAAR BACHELOR

OPLEIDINGSONDERDEEL	SP	SEM
GEMEENSCHAPPELIJKE VAKKEN		
Politicologie	6	1
Communicatiewetenschap	6	1
Sociologie	6	1
Methodologie van de sociale wetenschappen	6	2
Statistiek	6	1
Sociale en politieke leerstelsels	5	1
OPLEIDINGSSPECIFIEKE VAKKEN		
Mediapsychologie	5	2
Mediageschiedenis	5	2
Media-economie en mediastructuren	5	2
Mediatechnologie en innovatie	5	2
Strategische communicatie	5	2

2^{DE} JAAR BACHELOR

OPLEIDINGSONDERDEEL	SP	SEM
Theoretische academische vaardigheden	3	1
Professionele vaardigheden voor communicatiewetenschappers	5	J
Wetenschappelijk Engels voor communicatiewetenschappers	4	1
Media- en auteursrecht	5	1
Surveytechnieken en experimentele designs in sociale wetenschappen	6	1
Kwalitatief onderzoeksdesign	3	1
Inleiding kwalitatieve analyse	3	1
Praktische academische vaardigheden	4	2
Persuasieve communicatie	5	2
Popular Media Culture and Diversity	6	2
Journalistiek in perspectief	5	2
Digital Media Sociology	6	2
Interpersoonlijke communicatie	5	1

3^{DE} JAAR BACHELOR

OPLEIDINGSONDERDEEL	SP	SEM
ALGEMENE VAKKEN		
Journalistieke storytelling	5	1
Innovatie-onderzoek	5	1
Visual Culture	6	1
Strategische sociale communicatie	5	1
Toegepaste statistiek	7	2
Media en ethiek	5	2
Methodologisch vak (<i>kies één vak</i>)		
- Audience Research	6	2
- Content and Textual Analysis	6	1
BACHELORPAPER	6	J
KEUZEVAKKEN (<i>kies één traject</i>)		
Traject inhoudelijke verbreding	15	J
Traject onderzoek	15	J
Traject duurzaamheid	15	J
Traject onderwijs*	15	J
Traject internationalisering	15	J

* Kies je in Ba3 voor het traject onderwijs, dan kan rechtstreeks starten in de educatieve masteropleiding.

Dieper graven

Deze brochure focust op de bacheloropleiding en vooral op het eerste jaar. Vlot starten aan de universiteit is immers cruciaal. Het eerste jaar geeft je een grondige inleiding in een aantal basisvakken. In de andere bachelorjaren en de master ga je dieper graven via vak-specialisatie. De vakken uit het tweede of derde bachelorjaar bepalen vaak het gezicht van je opleiding. Bekijk het vakkenpakket van de andere bachelorjaren én van de master-opleiding (inclusief schakel- en voorbereidingsprogramma's) op studiekiezer.ugent.be. Zo krijg je een beeld van wat je later écht te wachten staat!



In het Studentencentrum kan je de handboeken en syllabi van het eerste jaar komen inkijken. Tijdens de openingsuren ben je welkom zonder afspraak.
ugent.be/studentencentrum

© Anneke D'Hollander

INHOUD VAKKEN

EERSTE JAAR

Welke vakken staan op het programma van je eerste jaar? Welke onderwerpen komen aan bod? In wat volgt krijg je een goed beeld van je eerste jaar aan de universiteit.

GEMEENSCHAPPELIJKE VAKKEN

COMMUNICATIEWETENSCHAP

Communicatiemediën zijn niet meer uit onze maatschappij en ons leven weg te denken. Wie kan nog zonder smartphone, televisie, dagelijkse krant of sociale media? Toch weten we weinig over wat communicatie nu precies is, hoe het functioneert, waar het begint en waar het eindigt. Je krijgt een inleiding tot de communicatiewetenschap en verwerft kennis en inzicht in de belangrijkste onderzoeksdomeinen van deze discipline. De benadering is doelbewust wetenschappelijk. We bespreken de sociale geschiedenis van de media en we gaan dieper in op de centrale theoretische concepten en modellen van de communicatiewetenschap, met de nadruk op mediatheorieën en hun relatie met algemene sociale theorieën. We kunnen media niet los zien van bredere ontwikkelingen in onze samenleving. Daarom stellen we ons steeds de vraag wat de maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van de theorieën is voor het huidige communicatie- en medialandschap. Wat is bijvoorbeeld de link tussen 'The Simpsons' en het postmodernisme of waarom zijn Hollywood-

blockbusters als 'Avengers: Endgame' en 'Frozen' schoolvoorbeelden van de functionalistische mediatheorie? Aan de hand van concrete voorbeelden en actuele toepassingen bespreken we ook wetenschappelijke studies over de professionele communicator, de media-inhoud, de relatie tussen media en het publiek en vraagstukken rond beleid en media-economie. Hoe gaan journalisten bijvoorbeeld te werk bij de selectie van nieuws? Hebben geweld en seks op televisie daadwerkelijk een invloed op het publiek?

POLITICOLOGIE

Politologie is de wetenschappelijke discipline die politiek bestudeert. Geen opleiding tot politicus. Al leer je in dat vak ook hoe politieke instellingen, zoals regering of parlement, werken. Wat is de taak van een premier of fractieleider? Welke instrumenten hebben zij ter beschikking? Hoe worden politieke beslissingen genomen? Hoe zitten partijen in elkaar? Deze cursus biedt een algemeen inleidend overzicht van de voornaamste begrippen en onderwerpen – zoals bijvoorbeeld 'macht' – van de politologie. Welke vragen stellen politicologen zich? Vanuit welke invalshoeken zoeken ze naar antwoorden? We leren reflexen aan die helpen om de actuele politiek-maatschappelijke processen beter te begrijpen. Dat doen we langs veertien hoofdstukken.



Communicatiekanalen zijn alomtegenwoordig. Pas in mijn stage werd het duidelijk dat de inzichten en vaardigheden als communicatiewetenschapper een grote meerwaarde zijn om iets te kunnen betekenen in de mediabedrijven van vandaag.

Kristin, masterstudente



Wat is politiek en wat is er bijzonder aan de discipline politicologie? Welke rol spelen ideologieën en volgens welke idealen willen zij de samenleving inrichten? Wat is macht? Je leert dat macht geconcentreerd kan zijn bij enkelen, een elite, maar dat ook gewone burgers zich (gelukkig) kunnen organiseren en participeren in de politiek. We bekijken politieke partijen en leren hoe het parlement en de regering en de overheid werken. We proberen de vraag 'wat is democratie?' of 'wat is politieke vertegenwoordiging?' te beantwoorden. We leggen uit wat een kiesstelsel is en hoe verkiezingen in België in elkaar zitten. In de laatste hoofdstukken bekijken we politiek op Europees en op internationaal niveau.

SOCIOLOGIE

Waarom zijn sommige mensen rijk en andere mensen arm? Hoe komt het dat sommige mensen misdrijven plegen? Waarom geloofden mensen vroeger dat de wereld rondom hen 'bezeten' was door bovennatuurlijke krachten, en nu niet meer? Het zijn maar enkele van de vele vragen waarop de sociologie een antwoord tracht te geven. Het uitgangspunt van de sociologie is dat de samenleving tot op zekere hoogte het menselijk handelen (zoals het plegen van misdrijven) en menselijke kenmerken (zoals rijk of arm zijn) bepaalt. Dit vak heeft als doel te tonen hoe de samenleving dat precies doet. Vertrekpunt is de studie van de structuur en de cultuur van de samenleving. De structuur handelt over de verschillende posities die mensen innemen (zoals het onderscheid

tussen bezitters en niet-bezittenden en het onderscheid tussen mannen en vrouwen). De cultuur verwijst dan weer naar de ideeën en waarden van mensen. Vervolgens bestudeer je twee processen die de maatschappelijke werking ondersteunen: institutionalisatie of de vorming van geijkte procedures in het menselijke handelen (bv. de regeling van de voortplanting via het instituut van het huwelijk) en socialisatie of het aanleren van die procedures aan elke nieuwe generatie. Die inzichten pas je toe op een aantal deelterreinen van de sociologie zoals de studie van sociale ongelijkheid, sociale verandering, afwijkend gedrag en religie. Tijdens de lessen illustreren actuele voorbeelden de abstracte begrippen die nodig zijn om het menselijk handelen te duiden. Aan de hand van praktische oefeningen worden studenten uitgedaagd om op basis van sociologische begrippen actuele thema's te onderzoeken.

STATISTIEK

Dit vak geeft een inleiding tot de basisbeginselen van de toegepaste statistiek. Kwantitatief onderzoek is één van de belangrijkste middelen die de sociale wetenschapper ter beschikking heeft om naar de samenleving te kijken. Bevolkingsgegevens en data verkregen uit steekproeven geven inzicht in maatschappelijke fenomenen, tendensen en veranderingen. De beschrijvende statistiek levert een hulpmiddel om grote hoeveelheden informatie op een systematische en wetenschappelijk verantwoorde wijze te synthetiseren. Inductieve statistiek biedt de methode aan om vanuit gegevens verkregen uit een (correct getrokken) steekproef conclusies te trekken over de volledige bevolking. Al die onderwerpen komen in dit opleidingsonderdeel aan bod. Doel is je op te leiden tot bewuste en kritische gebruiker van eenvoudige statistische technieken. Naast de theorielessen zijn er in kleinere groepen ook praktische oefeningen. In de interactieve wekelijkse oefeningen is veel participatie mogelijk. Ook de online leeromgeving met o.a. interactieve oefeningen en bijkomende middelen kan helpen om de leerstof te verwerven. In die omgeving is ook een module voorzien voor wie het wat moeilijker heeft met wiskundige notatie en basisprincipes.

SOCIALE EN POLITIEKE LEERSTELSELS

In deze cursus maak je op kritische wijze kennis met de ideeën waarop onze politieke moderniteit steelt: vrijheid, gelijkheid en solidariteit. De cursus licht toe hoe verschillende politieke ideologieën vorm gaven aan die ideeën. We starten met de ontrafeling van de middeleeuwse orde en gaat verder langs de Verlichting, de moderniteit, de wereldoorlogen tot het heden. We staan stil bij de geschiedenis van alle belangrijke ideologieën: liberalisme, socialisme, (neo) conservatisme, anarchisme, nazisme, feminisme, ... We stellen ons de vraag welke visies op vrijheid, gelijkheid en solidariteit er binnen en tussen die ideologieën voorkomen. De cursus behandelt ideeën van oude denkers – Leonardo Da Vinci, Thomas Cromwell, Karl Marx, Mussolini ... – maar ook relevante hedendaagse onderwerpen passeren de revue, van alt-right tot multiculturalisme, van ecologie tot terrorisme.

METHODOLOGIE VAN DE SOCIALE WETENSCHAPPEN

Deze cursus geeft een inleidend overzicht van de regels en procedures die je als sociale wetenschapper moet volgen om tot geldige kennis over de sociale werkelijkheid te komen: verplichte lectuur dus voor elke politicoloog, communicatiewetenschapper of socioloog die naam waardig. Methodologie omvat niet alleen de beheersing van technieken van wetenschappelijk onderzoek zoals statistische analyses toepassen, gegevens verzamelen of menselijk gedrag observeren. Methodologie is breder en verwijst ook naar de wijze waarop het hele proces van wetenschapsbeoefening functioneert. Het gaat met andere woorden ook over hoe je theorieën hanteert, welke redeneringen steek houden, hoe het bedrijven van wetenschap ingebed is in ruimere filosofische discussies over wat je kan kennen en hoe je tot kennis kan komen ... De cursus wil je niet alleen kritisch leren omgaan met onderzoeksresultaten in wetenschappelijke teksten en in de populaire pers, maar je ook in staat stellen om die methoden zelf toe te passen. Zo leer je uitspraken door anderen kritisch te beoordelen en hoe je empirisch ondersteunde en beargumenteerde uitspraken kunt doen op basis van correct wetenschappelijk onderzoek.

OPLEIDINGSSPECIFIEKE VAKKEN

STRATEGISCHE COMMUNICATIE

In de huidige maatschappij is transparante communicatie belangrijk voor het voortbestaan van organisaties (profit, non-profit, overheden). Organisaties moeten hierbij hun communicatie op een strategische manier aanpakken om op een gepaste wijze met al de betrokken stakeholders met wie de organisatie in aanraking komt, in relatie te gaan. Hierbij kan strategische communicatie ingezet worden voor diverse doelstellingen, gaande van het verhogen van jobtevredenheid bij werknemers, het omgaan met bepaalde (maatschappelijke) issues, het begeleiden van een crisissituatie tot het versterken van de reputatie van de organisatie.

De cursus behandelt de verschillende fasen in een strategisch communicatieplan en zoomt hierbij in op diverse domeinen van interne en externe communicatie. Verschillende theoretische kaders bieden een houvast over hoe strategische communicatie in te zetten.

MEDIAGESCHIEDENIS

"Dankzij het internet zijn er geen grenzen meer."
"Propaganda en censuur zijn relictten uit het verleden."
"Film, televisie, radio en kranten zullen verdwijnen."
"We leven in tijden van digitalisering, multimediale vervlechtingen en convergentie." "Beeldcultuur domineert." "Het publiek is actiever dan ooit en bepaalt wat media uiteindelijk brengen." Zulke en vele andere uitspraken over de wereld van media en communicatie vandaag stellen dat we dankzij de digitalisering in revolutionaire nieuwe tijden leven. Hoewel het uitspraken zijn met een duidelijke historische dimensie, getuigen sommige van een gebrekkige kennis van het verleden. Dit vak biedt je een historisch-kritisch referentiekader voor de studie van de ontwikkeling van media en communicatie. Het betreft geen louter chronologisch overzicht van de ontwikkeling van de media of

mediastructuren, maar aan de hand van belangrijke mediahistorische en -theoretische concepten zoals (nationale) identiteit, propaganda en censuur krijg je inzicht in de ontwikkeling van media en communicatie. Historische voorbeelden en case studies belichten ook methodologische aspecten van mediageschiedenis, historische mediakritiek en mediahistoriografie.

MEDIA-ECONOMIE EN MEDIASTRUCTUREN

Het medialandschap evolueert razendsnel. Technologiereuzen zoals YouTube, TikTok en Netflix worden steeds meer de poortwachters van onze media- en entertainmentcontent. Tegelijkertijd zorgen internationale platformen, digitale technologie en veranderend mediagebruik voor ingrijpende uitdagingen voor traditionele mediabedrijven zoals VRT, DPG Media en Mediahuis.

Dit vak biedt een unieke blik achter de schermen van de hedendaagse media-economie. Het onthult de economische principes die deze wereldwijde industrie vormgeven en werpt licht op de snelle veranderingen die mediabedrijven dwingen om hun strategieën te herzien.

Waarom staan Vlaamse televisiereeksen onder druk? Wat betekent de globalisering van de media voor lokale markten zoals Vlaanderen? En hoe ziet de toekomst van reclame eruit?

MEDIATECHNOLOGIE EN INNOVATIE

Digitalisering en innovatie waren al onmiskenbare pijlers van de hedendaagse digitale samenleving en informatie-economie, de pandemie versterkte of 'versnelde' dit proces. We staan voor een digitale transformatie. Om die inclusief te maken, moeten mens, markt en beleidsmaker gelijk kunnen oversteken. Dit vergt inzicht in de impact van digitalisering op mens, markt en maatschappij, waar dit vak een inleiding over geeft. Het succes van digitale transformatie en innovatie zal afhangen van mensen die kennis omtrent de impact van digitalisering in het innovatieproces kunnen binnenbrengen, een nieuw soort knelpuntberoep.

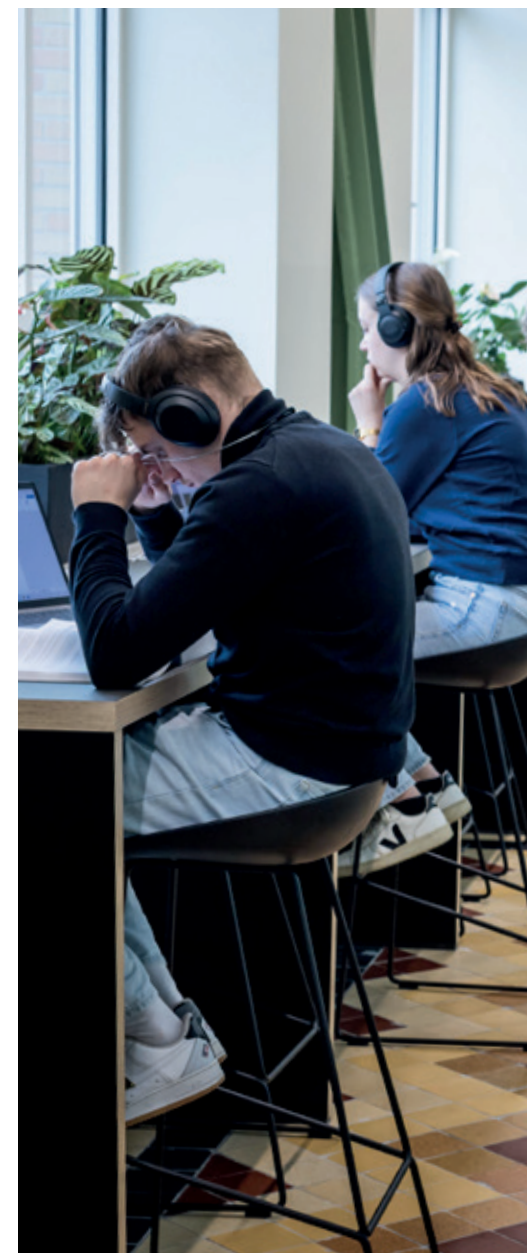
Dit vak brengt deze kennis aan, enerzijds door lessen te trekken uit het verleden. We bieden een geschiedkundig overzicht van en inzicht in de manier waarop elke vorm van communicatie door technologie is gemedieerd. Sinds de jaren 90 brachten digitalisering en internet alles in een stroomversnelling en in de 'hedendaagse' digitale economie werd innovatie pas echt het codewoord. Anderzijds krijg je een inleiding op de voornaamste aspecten, concepten en trends die aan de grondslag van de innovatiespiraal liggen. Binnen de snel verander(en)de digitale omgeving, kijken we als sociale wetenschapper vooral naar de mens in die maatschappij. Daarom geeft dit vak een introductie op theoretische raamwerken voor het bestuderen van de gebruiker in de hedendaagse digitale omgeving. Ten slotte verwerf je inzicht in de voornaamste impact op mens, markt en maatschappij.

MEDIAPSYCHOLOGIE

Sociale media stellen mensen in staat om snel en gemakkelijk informatie te delen met een groot publiek, wat zorgt voor een ongekennde mate van verbondenheid en interactie tussen mensen. In het vak mediapsychologie gaan we dieper in op vragen zoals hoe het komt dat we verknocht zijn aan onze smartphone, hoe we door sociale media en het internet inzicht krijgen in onszelf, hoe we ons presenteren op sociale media, waarom we soms hard reageren op posts van anderen, en hoe we beïnvloed worden door andere mensen. Diverse theoretische modellen komen hierbij aan bod.

Met een passie voor media en een kritische houding maakte ik met deze opleiding de juiste keuze.

Sarah, masterstudente



WEEKSCHEMA EERSTE JAAR

Nieuwsgierig naar je eerste jaar? Dit schema geeft je een idee! Let wel, elk jaar kan daar iets aan veranderen. Uren en dagen kunnen variëren afhankelijk van de groepsindeling.

* + oefeningen in groepen (anderhalf uur) op woensdag of vrijdag

SEMESTER 1

	MAANDAG	DINSdag	WOENSDAG	DONDERDAG	VRIJDAG
8 u 30					
9 u					
10 u		Politologie			
11 u					
12 u	Communicatie-wetenschap		Communicatie-wetenschap		
13 u	Statistiek*	Sociologie			Sociale en politieke leerstelsels
14 u					
15 u					
16 u					
17 u					
18 u					
19 u					
20 u					

SEMESTER 2

	MAANDAG	DINSdag	WOENSDAG	DONDERDAG	VRIJDAG
8 u 30					
9 u		Strategische communicatie	Mediapsychologie	Media-economie en mediastructuren	
10 u					Mediatechnologie en innovatie
11 u					
12 u					
13 u		Mediageschiedenis			
14 u					
15 u			Methodologie van de sociale wetenschappen		
16 u		Media-economie en mediastructuren			
17 u					
18 u					
19 u					
20 u					



Introductiedag

In de week voor de start van het academiejaar ben je welkom op de introductiedag. Mis die niet! Je krijgt er alle info om goed te starten en het is een unieke kans om kennis te maken met je medestudenten en lesgevers.



STUDENT AAN DE UGENT

Studeren aan de universiteit verloopt anders dan in het secundair onderwijs. De leerstof is omvangrijker en je moet zelf meer verantwoordelijkheid nemen. Een goede studiemethode ontwikkelen, bijsturen en zelfstandig je leermomenten inplannen: het hoort er allemaal bij. Daarnaast betekent verder studeren ook gewoon wennen aan een nieuwe omgeving en nieuwe mensen. Gelukkig sta je er aan de UGent niet alleen voor.

MONITORAAT

Binnen **je opleiding** staan de studie- en traject-begeleiders van het Monitoraat steeds voor je klaar.

Je kan bij hen terecht voor onder meer:

- inhoudelijke begeleiding bij een aantal eerstejaarsvakken,
- vragen over studievaardigheden en planning,
- advies over je studietraject en je studievoortgang,
- hulp bij belangrijke keuzemomenten tijdens je studieloopbaan zoals je afstudeerrichting of je keuzepakket.

De monitoraatsmedewerkers verwijzen ook door naar andere begeleiding, binnen of buiten de UGent.

STUDENTENCENTRUM

Het Studentencentrum is het **centrale aanspreekpunt** voor info of advies vóór, tijdens en na je studie.

Stel er al je vragen over:

- je studiekeuze,
- studeren op maat – werken en studeren, topsport en studeren, studeren met een functiebeperking,
- persoonlijke problemen of moeilijkheden met studeren,
- je inschrijving, studiekosten, attesten en andere administratieve of financiële zaken,
- het studentenleven en op kot gaan in Gent,
- ...

STUDENTENVERENIGINGEN

Wil je graag medestudenten leren kennen? Aan de UGent vind je zo'n negentig erkende studentenverenigingen die actief zijn op het domein van politiek en maatschappij, cultuur, sport en/of ontspanning. Naast fijne activiteiten bieden ze raad en steun aan alle studenten. Ontdek de vereniging die het best bij jou past via durfdoen.be.

Ook in de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen zijn er allerlei mogelijkheden om je actief te engageren en nieuwe mensen te leren kennen:

STURA

StuRa is de studentenraad van de faculteit. Zij:

- verdedigt studentenbelangen,
- helpt studenten met vragen en opmerkingen over hun opleiding,
- komt geregeld samen met haar leden om iets te drinken of te eten,
- organiseert elk jaar een quiz.

POLITEIA

Politeia is de studentenvereniging van de faculteit. Het is een van de grotere aan de UGent. Zij:

- organiseert tal van culturele, sportieve en studentikoze activiteiten, bijvoorbeeld een daguitstap naar Aken, een Europees debat i.s.m. Politico, een VRT-masterclass of een cultuurreis;
- ondersteunt eerstejaarsstudenten in hun overstap naar de universiteit, onder meer met een peter- en meteravond en een boekenverkoop.

BAPS

BaPS is de eerstejaarswerking van de faculteit. Ze organiseren elk jaar een kennismakingsweekend voor nieuwe eerstejaarsstudenten.



INTERNATIONALISERING

Studeren aan de universiteit houdt meer in dan academische kennis en vaardigheden verwerven. Tijdens je studies word je klaargestoomd om te leven, te leren en te werken in een sterk geglobaliseerde en diverse samenleving en arbeidsmarkt. De UGent wil daarom al haar studenten laten proeven van een internationale ervaring, niet alleen de uitwisselingsstudenten, maar ook de 'thuisblijvers'.



INTERNATIONALISATION @HOME

Aan de UGent maak je stapsgewijs kennis met een breed aanbod aan internationale mogelijkheden tijdens je opleiding. Je krijgt bijvoorbeeld een buitenlandse lesgever of spreker in de les, je bespreekt casussen uit andere landen of culturen, je volgt les met internationale medestudenten of werkt (online) samen met studenten van andere universiteiten, je krijgt een anderstalige cursus of een korte, intensieve cursus in een internationale setting, je trekt op studiereis of loopt kort elders stage ... Hoe dichterbij je afstuderen, hoe intenser de internationale leermogelijkheden.

INTERNATIONALE UITWISSELING

Elke student komt in aanmerking voor een internationale uitwisseling. Het meest bekende uitwisselingsprogramma is **Erasmus+**, waarbij je een beurs krijgt om te studeren of stage te lopen aan een van de zorgvuldig geselecteerde Europese partneruniversiteiten of stageplaatsen. Daarnaast zijn er ook samenwerkingen met heel wat **niet-Europese partners**, ook in landen in het Globale Zuiden.

Deze Erasmuservaring heeft me als individu laten groeien, laten kennismaken met een nieuwe wereld, fijne mensen en een andere manier van denken.

Nathalie, masterstudente



Ook aan de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen is het mogelijk om in het buitenland te studeren, stage te lopen, of om vanuit Gent internationale ervaring op te doen als buddy van een erasmusstudent. Bekijk de diverse mogelijkheden op [ugent.be/ps/uitwisseling](https://www.ugent.be/ps/uitwisseling).

Meer info:
[ugent.be/buitenland](https://www.ugent.be/buitenland)

AAN HET WERK

Precies omdat kennis van het maatschappelijke gebeuren in talloze situaties bruikbaar is, treffen we afgestudeerden uit de Politieke en Sociale Wetenschappen aan in vrijwel alle beroepscategorieën en in de meest diverse functies. Als afgestudeerde communicatiewetenschapper ken je de domeinen media en communicatie door en door. Het is dan ook logisch dat je met je diploma terecht kan in veel sectoren en beroepen waarin communicatie en/of massa-media centraal staan.

MEDIA EN COMMUNICATIE

Je kan aan de slag bij de meer traditionele media, bijvoorbeeld als redactiemedewerker of journalist bij een krant, tijdschrift, de radio, televisie of online media, of bij bedrijven die zich focussen op nieuwe media (telecom, internet, app-ontwikkelaars ...). Maar je kan evengoed terecht bij bedrijven die aan de media gerelateerd zijn zoals productiehuizen, bioscoopketens of netwerkbeheerders. Ook binnen reclamebureaus kun je aan de slag als media-planner, je vormt zo de link tussen de klant en de creatievelingen.

HANDEL EN INDUSTRIE

Er zijn natuurlijk ook veel functies binnen communicatiemanagement mogelijk, bijvoorbeeld in een communicatieadvies-, reclame- of marktonderzoeksbureau. Je kan aan de slag in de marketing- of communicatieafdeling van een bedrijf, bijvoorbeeld als reclamemanager, mediaplanner, woordvoerder, pr-verantwoordelijke, hoofd interne communicatie ... Je kan ook instaan voor innovatiemanagement binnen bedrijven.

BELEID EN ORGANISATIE

Bij de overheid kan je aan de slag gaan op de verschillende niveaus: gemeente/stad, provincie, Vlaams, federaal en Europees niveau, maar ook bij internationale organisaties zoals de VN of de NAVO, of bij politieke partijen, mutualiteiten, vakbonden ... Je komt dan terecht in functies als woordvoerder, persvoorlichter, communicatieadviseur, voorlichtings-ambtenaar, ombudsdienst, kabinetsmedewerker of als beleidsmedewerker of -adviseur. Maar ook bij non-profitorganisaties kun je van start gaan, bijvoorbeeld als verantwoordelijke voor fondsenwerving of gezondheidscommunicatie ...

ONDERWIJS EN ONDERZOEK

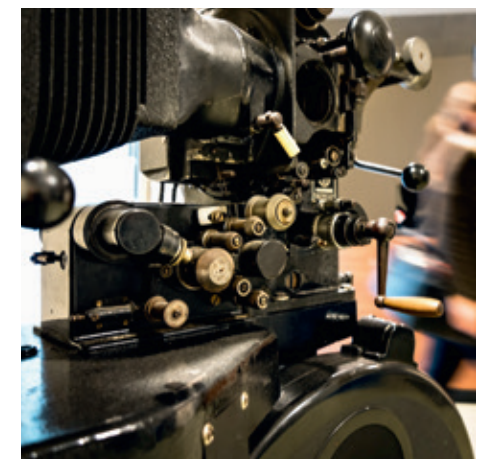
Via de educatieve master komen afgestudeerden ook terecht in het (secundair of hoger) onderwijs. De educatieve master is een vereiste om in de tweede en derde graad van het secundair onderwijs les te geven (bv. gedrags- of cultuurwetenschappen).

Daarnaast kun je met dit diploma terecht in het hoger onderwijs of in vormingsdiensten van bedrijven en non-profitorganisaties. Het vormt ook de basis om in een internationale school in het buitenland les te geven.

Sommigen opteren voor wetenschappelijk onderzoek, bijvoorbeeld aan de UGent of andere binnen- of buitenlandse universiteiten en hogescholen. Afgestudeerden kunnen eveneens onderzoek doen binnen bedrijven (bv. in het kader van innovatiemanagement), of bij marktonderzoeksbureaus.

ANDERE SECTOREN

Communicatiewetenschappers kunnen aan de slag in verschillende andere sectoren, bijvoorbeeld in de sociaal-culturele en welzijnssector, als communicatiemedewerker of stafmedewerker, of in de financiële sector bijvoorbeeld in de communicatieafdeling van een bank, maar ook in de human-resourcesector, bijvoorbeeld als uitzendconsulent.



DURF
DENKEN _____



INFORMEER JE (GOED)!

Een opleiding kiezen in het hoger onderwijs is een boeiende zoektocht.
Hoe actiever je op zoek gaat, hoe meer je te weten komt – ook over jezelf!

WEBSITE STUDIEKIEZER

Surf naar de Studiekiezer. Die website informeert je over de inhoud van alle UGent-opleidingen, het bijbehorende studieprogramma, de toelatingsvoorwaarden, het studiegeld, de infomomenten, de voorbereidende initiatieven ... Je kan ook zoeken in het aanbod op basis van je interesses. Handig!
studiekiezer.ugent.be

BROCHURES

Raadpleeg een of meer van de UGent-brochures:

- overzichtsbrochure van alle bacheloropleidingen
- brochure per bacheloropleiding
- online informatiefiche per masteropleiding
- *Op kot aan UGent*: info over huisvesting

ugent.be/brochures

STUDIEADVIES

Praat over je studiekeuze met de medewerkers van het Studentencentrum. Zij helpen jou en je ouders graag verder met vragen. Nood aan een uitgebreide babbel? Maak via het Studentencentrum een afspraak met een studieadviseur.
ugent.be/studentencentrum

OPEN LESSEN

Nieuwsgierig naar hoe het er echt aan toegaat in een les aan de universiteit? Proef dan alvast van de sfeer tijdens een Open Les. Dat kan zowel in de herfstvakantie als in de krokusvakantie. Welkom!

STRAKS STUDENT AAN DE UGENT

Volg samen met je ouder(s) de algemene infosessie over studeren in het hoger onderwijs. Daarin krijg je uitleg over studiekeuze, structuur van hoger onderwijs, studiepunten, leerkrediet, studiekosten en huisvesting.

TRY-OUT

Neem deel aan de Try-out, een voorproefje van het echte academische werk. Je leert er hoe je de inhoud van om het even welke les aan de UGent efficiënt verwerkt en instudeert. Je bekijkt een opgenomen les, verwerkt het bijbehorende lesmateriaal en lost een oefening op. Mooi meegenomen: de talrijke tips rond studievaardigheid kan je meteen gebruiken tijdens je laatste jaar secundair onderwijs. Let wel: de Try-out is géén inhoudelijke kennismaking met de opleiding: de focus ligt op het leren verwerken en studeren van de inhoud van een les, ongeacht het onderwerp.

SID-INS

Kom naar de SID-ins. Die studie-informatiedagen voor laatstejaars secundair onderwijs zijn in handen van de CLB's (centra voor leerlingenbegeleiding) en het Vlaams Ministerie van Onderwijs en Vorming. Je maakt er kennis met de brede waaier aan studie- en beroepsmogelijkheden na het secundair onderwijs. De studieadviseurs en medewerkers van de UGent zijn aanwezig op alle SID-ins. Met plezier beantwoorden ze al je vragen.

INFODAGEN

Zet alvast de datum van de infodag van deze opleiding in je agenda. Die dag kom je alles te weten over het studieprogramma en de opleidingsverwachtingen.

Datum zaterdag 25 april 2026

BACHELORBEURS

Kom naar de Bachelorbeurs. Je vindt er alle bachelor-opleidingen samen en je kan er je vragen stellen aan medewerkers van de opleidingen, Studieadvies, Huisvesting, de Sociale Dienst en het Universitair Centrum voor Talenonderwijs.



Belangrijkste leslokalen eerste jaar bachelor communicatiewetenschappen



BLIJF OP DE HOOGTE

Alle data en info:
ugent.be/studiekeuze

**VOLG DE FACULTEIT EN/ OF OPLEIDING
COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN OP:**

 ugent.be/ps

 [/ugentcomwet](https://www.facebook.com/ugentcomwet)

 [/psw.ugent](https://www.facebook.com/psw.ugent)

 [@psw.ugent](https://www.instagram.com/psw.ugent)

 [@ugentcomwet](https://www.instagram.com/ugentcomwet)

SCHRIJF JE IN AAN DE UGENT

Vanaf 1 maart kan je je online aanmelden
en een inschrijvingsaanvraag doen voor alle
UGent-opleidingen.

Vanaf augustus zet je die aanvraag om in
een definitieve inschrijving.

ugent.be/inschrijven

**INFO
DAG**

zaterdag 25 april 2026

ugent.be/infodagen

Studentencentrum

Sint-Pietersnieuwstraat 51, 9000 Gent

T 09 331 00 31

studentencentrum@ugent.be

ugent.be/studentencentrum



**UNIVERSITEIT
GENT**



**ASSOCIATIE
UNIVERSITEIT GENT**