

Bachelorstudium / Vollzeit  
**JOURNALISMUS  
UND PUBLIC RELATIONS  
(PR)**

Masterstudium / Berufsbegleitend  
**CONTENT STRATEGY**

Masterlehrgang / Berufsbegleitend  
**MEDIENKOMPETENZ  
UND DIGITAL LITERACY**

Masterlehrgang / Berufsbegleitend  
**PUBLIC  
COMMUNICATION**

Masterlehrgang / Berufsbegleitend  
**TECHNISCHE  
DOKUMENTATION**

Masterlehrgang / Berufsbegleitend  
**VISUELLE  
KOMMUNIKATION UND  
BILDMANAGEMENT**



# Bachelorstudium JOURNALISMUS UND PUBLIC RELATIONS (PR)

Professionelle Kommunikation ist heute beinahe alles. Unsere Studierenden haben als Allrounderin oder Allrounder den Überblick: Ob Web, Radio oder TV, PR-Agentur oder Redaktion – sie produzieren für unterschiedliche Medien und Zielgruppen. Gestalten auch Sie die Kommunikations- und Informationsgesellschaft von morgen mit.

## Das erwartet Sie im Studium:

- Kommunikation verstehen
- Unterschiedliche Medienkanäle kennenlernen
- Online kommunizieren
- Storytelling anwenden
- Datenbasierte Informationen aufbereiten
- Recherchen zu aktuellen Themen durchführen
- Medientechniken erlernen – online wie offline
- Strategisch denken und planen
- Zielgruppenspezifisch kommunizieren
- Trends der Medienbranche folgen

Bei uns erhalten Sie eine innovative Medienausbildung sowohl für das Berufsfeld Journalismus als auch für das Berufsfeld Public Relations. Im 4. und 5. Semester vermitteln Ihnen die Wahlfächer „Onlinekommunikation“ und „Digitaler Journalismus“ zudem praktisch-kreative Kompetenzen für die webbasierte Content-Produktion. In Kooperationen mit Medienunternehmen, dem Praktikumssemester und anwendungsorientierten Projekten können die Studierenden Erfahrungen für die vielfältigen Berufsfelder sammeln. Auch ein Auslandssemester ist möglich.

## Organisation

„Journalismus und Public Relations (PR)“ ist ein Vollzeit-Studium, das heißt, die Lehrveranstaltungen finden an 15 Wochen pro Semester, in der Regel von Montag bis Freitag ganztägig, an der FH JOANNEUM statt. Den genauen Stundenplan erhalten Sie jeweils zu Semesterbeginn.

## FACTS



Bachelor of Arts in Social Sciences (BA)



Vollzeit



6 Semester / 180 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 40 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:  
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
- Studiengebühren: keine für Studierende aus der EU, dem EWR und der Schweiz
- Alle Infos zu Terminen, Bewerbung und Aufnahmeverfahren finden Sie online.
- [www.fh-joanneum.at/jpr](http://www.fh-joanneum.at/jpr)

## Wussten Sie, ...

... dass wir die Besten aus der Branche einladen? Bei uns lernen Sie prominente Journalistinnen, Journalisten und PR-Fachleute hautnah kennen.



## Berufsfelder

Unsere Studierenden erhalten eine professionelle praxisnahe Ausbildung in allen Medien-gattungen. Im Besonderen gelten folgende Ausbildungsziele:

- Aneignung von Kompetenzen für die erfolgreiche Ausübung qualifizierter Medienberufe, vorrangig im Journalismus und den Public Relations
- Professioneller Umgang mit Sprache, Texten und Bildern in Berufen der Medien- und Kommunikationsbranche
- Generieren, bewerten und steuern gesellschaftlich relevanter Themen im Umfeld von Information, Kommunikation und Medien
- Erkennen und steigern medialer Qualität in der Medienwelt, geleitet von (selbst) kritischer Haltung

- Professioneller Umgang mit crossmedialen Inhalten und Webcontent
- Kenntnisse in der Daten- und Informationsauswertung für publizistische Zwecke
- Professionelles Auftreten und Kommunizieren in internetbasierten Medien und Kanälen

Die Berufsfelder, die Sie nach dem Studium erwarten, sind so vielfältig wie die Medienwelt selbst und entwickeln sich rasant weiter. Natürlich können Sie sich auch in einem Masterstudium weiter spezialisieren: an der FH JOANNEUM beispielsweise am Department Medien & Design.

CURRICULUM: 180 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Aspekte und Perspektiven der Kommunikationswissenschaften 8 ECTS	Politik, Wirtschaft und Gesellschaft 6 ECTS	Medientheorien und Analysen 6 ECTS	Medien-öffentlichkeiten (Erste Bachelorarbeit) 12 ECTS	Medien-wirtschaft und Entrepreneurship 8 ECTS	Pflichtpraktikum inkl. begleitendem Seminar 20 ECTS
Einführung in den Journalismus und die PR 8 ECTS	Praxis des Journalismus 6 ECTS	Multimedia-Journalismus 11 ECTS		Innovation und Medienentwicklung 9 ECTS	
Text und Präsentation 8 ECTS	PR-Konzepte 6 ECTS	Strategische PR 8 ECTS	Daten und Analyse 6 ECTS	Fokus Digitaler Journalismus 2 13 ECTS	Bachelorarbeit 10 ECTS
Webliteracy 6 ECTS	Wissenschaftliche Methoden 4 ECTS	Angewandte empirische Sozialforschung 5 ECTS	Fokus Digitaler Journalismus 1 12 ECTS		
	Webcontent und Gestaltung 8 ECTS			Fokus Online-kommunikation 2 13 ECTS	

# Masterstudium CONTENT STRATEGY

Durch das Web ist jedes Unternehmen auch ein Medienunternehmen geworden. Als solches braucht man erstklassige Content-Strateginnen und Content-Strategen. Etablieren Sie gemeinsam mit uns Content-Strategie als Disziplin für die methodische Entwicklung von Webinhalten im deutschsprachigen Raum.

## Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

### Content Design.

Sie lernen, wie man Webinhalte nutzerbezogen erstellt und die dazu nötige User Research durchführt. Zudem befassen Sie sich vertieft mit Techniken, die in der Suchmaschinenoptimierung – kurz: SEO – entwickelt wurden, um die Bedürfnisse von Userinnen und Usern zu erkennen.

### Content Marketing.

Organisationen brauchen Strategien für Inhalte im Web. Sie befassen sich daher mit der Entwicklung und Umsetzung von Strategien für die digitale Kommunikation. Wie man Unternehmensziele definiert, mit welchen Mitteln man sie erreichen kann, und wie man misst, ob man Erfolg hat, lernen Sie im Fokus Content Marketing. Themenfindung, Storytelling und der Aufbau von Communities, sind dabei wichtige Lerngegenstände.

### Content Operations.

Sie lernen, wie man redaktionelle Workflows plant und Webpublikationen im Team umsetzt. Zudem vermitteln wir Ihnen die Kompetenzen, Text-, Bild-, Video- und Audio-Content zu erstellen sowie Webinhalte effizient sowie mediengerecht zu verwalten und zu publizieren. Im Fokus Management von Unternehmensinhalten und Content Operations lernen Sie, wie man Inhalte von Unternehmen so modelliert und strukturiert, dass sie leicht gepflegt und wiederverwendet werden können sowie die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen optimal erfüllen.

## FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:  
Englisch

- 25 Studienplätze pro Jahr

- Studiengangsleiter:

**Mag. Dr. Robert Gutounig**

- Studiengebühren: keine für Studierende aus der EU, dem EWR und der Schweiz

- Alle Infos zu Terminen, Bewerbung und Aufnahmeverfahren finden Sie online.

- [www.fh-joanneum.at/cos](http://www.fh-joanneum.at/cos)

## Wussten Sie, ...

... dass unser Studiengang ein Pionier auf seinem Gebiet ist? Er ist der erste in Europa und mit der Content-Strategie- und Social-Media-Szene gut vernetzt.



## Organisation

Das Studium ist auf die Bedürfnisse von Berufstätigen abgestimmt und vor allem für Studierende geeignet, die in ihrem Beruf für die digitalen Inhalte von Unternehmen zuständig sind. Der E-Learning-Anteil ist sehr hoch, die Präsenzveranstaltungen finden geblockt an vier Terminen pro Semester statt. Praxisprojekte machen rund ein Drittel des Studiums aus.

*“A content strategist is working with language, interfaces, systems, people, and the connections – and especially the disconnections – between them.”*

Jonathon Colman

## Berufsfelder

Unsere Absolventinnen und Absolventen arbeiten unter anderem in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, als Beraterinnen und Berater in Agenturen und in Medienhäusern. Sie planen und organisieren die Kommunikation von Organisationen im Web und auf anderen Plattformen. Content-Strateginnen und Content-Strategen sind verantwortlich für die Erstellung, Publikation und Pflege von qualitativ hochwertigen Inhalten, die Nutzen für Userinnen und User stiften.

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)\*

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Content-Strategie: Einführung 11 ECTS	Content-Strategie 1: Analyse 6 ECTS	Content-Strategie 2: Konzeption 10 ECTS	Content-Strategie 3: Umsetzung 8 ECTS
	Statistik und Studien 4 ECTS		Reflexion Portfolio   Open Space 2 ECTS
Web-und Publikationstechnik 7 ECTS	Web-und Publikationstechnik 4 ECTS	Marketing 5 ECTS	Masterarbeit 20 ECTS
	Wahlmodule 4 ECTS		
Reflexion Portfolio   Open Space 2 ECTS	Reflexion Portfolio   Open Space 2 ECTS	Reflexion Portfolio   Open Space 2 ECTS	
Projektarbeit 10 ECTS	Projektarbeit 10 ECTS	Projektarbeit 10 ECTS	

\* Eine Revision des Curriculums ist im Gange und kann zu Umstellungen bzw. Präzisierungen im Lehrplan führen. Weitere Infos dazu finden Sie gegebenenfalls auf der Website unter [www.fh-joanneum.at/cos](http://www.fh-joanneum.at/cos).





# Masterlehrgang MEDIENKOMPETENZ UND DIGITAL LITERACY

Digitale Medien gekonnt beherrschen, kritisch nutzen, zielgruppengerecht produzieren und kommunizieren: Der Lehrgang vermittelt die nötigen Qualifikationen, um in der digitalen Medienwelt von heute und morgen den Durchblick zu bewahren und sie entscheidend mitzugestalten.

## Medienwissen. Medienkritik.

Sie lernen die Grundlagen für das Analysieren, Reflektieren, Decodieren und Dechiffrieren einer sich rasch verändernden Kommunikationswelt kennen. Dabei berücksichtigen Sie aktuelle ethische und gesellschaftliche Aspekte. Das theoretische Wissen sowie kritische Verständnis digital vernetzter Medien wird komplettiert mit praktischem Wissen und befähigt Sie zum erfolgreichen Handeln im Web.

## Produktion von Medien.

Der Lehrgang vermittelt Ihnen technologisches Know-how in den Bereichen Produktion und Distribution digitaler Medien, visueller Kommunikation und effizienter Netzwerkkommunikation. Sie können soziale Medien gezielt als Tool einsetzen, plattformspezifische Inhalte erstellen und lernen Trends, Potenziale sowie Risiken von digital vernetzten Medien in Ihrem Berufsfeld kennen.

## Medienrezeption & -nutzung.

Sie erwerben Kompetenzen in der Rezeption und Bewertung von digitalen Medien sowie der Organisation von Informationen. Neben der gezielten Auswahl von Medienkanälen und der kritischen Bewertung medialer Inhalte fokussieren Sie sich auch auf den Umgang mit Hate Speech oder Fake News und lernen Formen der gewaltfreien Kommunikation im Web kennen.

## Vernetzung & Kollaboration.

Das Reflektieren eigener Ziele und Medienkompetenzen mit Fokus auf das persönliche Wissens- und Projektmanagement sowie Vernetzung und Kollaboration garantiert Ihnen den individuellen Nutzen für die praktische Anwendung im Berufsleben. Sie verfügen über die Kompetenz, das erworbene Wissen nutzergerecht weiterzugeben und in Web-Communitys zu kollaborieren.

### FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

● 18 Studienplätze pro Jahr

● Vortragende mit internationalem Renommee

● Lehrgangsleiter:  
**FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer**

● Kosten: EUR 2.900- pro Semester

● Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.

● [www.fh-joanneum.at/mdl](http://www.fh-joanneum.at/mdl)

**Eine Studieneingangs- und Orientierungsphase** gibt Ihnen einen Überblick über Inhalte, Ablauf und Methoden des Lehrgangs sowie Sicherheit im Umgang mit den verwendeten Lernumgebungen und wissenschaftlichen Methoden.

## Angewandter Wissenstransfer. Masterarbeit

Sie entwickeln innovative mediendidaktische und medienpädagogische Szenarien und Konzepte, die Sie direkt im individuellen Berufsfeld einsetzen können. Sie schließen den Lehrgang mit einer wissenschaftlichen Arbeit ab.

## Organisation

Der Lehrgang wird mit geblockten Anwesenheitszeiten und teilweise über E-Learning abgewickelt. Präsenzzeiten finden an Wochenenden von Freitag bis Samstag in regelmäßigen Abständen statt. Jeweils zu Beginn und zum Ende des ersten und zweiten Semesters sind erweiterte Präsenzwochenenden von Donnerstag bis Samstag geplant. Im dritten Semester gibt es zu Beginn Wochenend-Präsenztermine, dann finden die Masterseminare im Laufe des Semesters individuell statt.

## Berufsfelder

Der innovative Lehrgang vermittelt sowohl wissenschaftlich fundiertes als auch handlungsorientiertes Wissen über Medien und Kommunikation. Absolventinnen und Absolventen verfügen über umfassende Medienkompetenzen und digitale Kenntnisse vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen. Ihre Expertise ist in Berufsfeldern wie Bildung, Kultur und Soziale Arbeit besonders gefragt, insbesondere:

- im Schul- und Bildungsmanagement
- in der Erwachsenenbildung und Weiterbildung
- in der Didaktik
- in der Bildungsberatung
- im Jugendberater / Jugendmanagement
- in der Sozialberatung
- in der Pädagogik
- in der Psychologie
- in der Soziologie
- in der Museumspädagogik
- im Kulturmanagement
- in der Kulturvermittlung
- in der Öffentlichkeitsarbeit (Online PR)

CURRICULUM: 90 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester
Digitalisierung, Wissen, Bildung – Eine Studieneinführung 3 ECTS	Visuelle Kommunikation – Bilderwelten – Media Design 6 ECTS	Media Trends & Future Perspectives 3 ECTS
Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten* 1 ECTS		Portfolio: Praxis im Web 3 – Vernetzung 3 ECTS
Medien & Kommunikation – Zur Phänomenologie neuer Öffentlichkeiten 4 ECTS	Social Media in Kultur, Bildung und Sozialer Arbeit 4 ECTS	Seminar zur Masterarbeit: Forschungsszenarien & wissenschaftliche Methoden 2 ECTS
Ethik, Recht & Datenschutz 4 ECTS	Kollaboration und Gestaltung im Web 6 ECTS	Masterarbeit 20 ECTS
Kompetenzfelder einer digitalen Gesellschaft 4 ECTS	Portfolio: Praxis im Web 2 – Gestaltung 4 ECTS	
Informationsmanagement, Netzwerkkommunikation, Recherchemethoden 5 ECTS	Medienanalyse und -kritik 4 ECTS	
Webtools und Publishing 5 ECTS	Lehren und Lernen in der globalen Informationsgesellschaft 6 ECTS	Masterprüfung 2 ECTS
Portfolio: Praxis im Web 1 – Nutzung 4 ECTS		

\* Workshop für Nicht-Akademikerinnen und -Akademiker



# Masterlehrgang PUBLIC COMMUNICATION

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war gestern, Public Communication ist morgen. Denn Public Communication hat das, was für professionelle Kommunikation ein Muss ist. Wir steuern die unterschiedlichen Formen von Öffentlichkeit an. Um diese bestmöglich zu erreichen, nutzen wir Tools aus PR, Marketing und Werbung. Kurz: Wir kennen die Wege in die Zukunft der Kommunikation.

## Diese Fachthemen erwarten Sie im Lehrgang:

### Visuelle Kommunikation.

Bilderwelten helfen, die Unternehmenspersönlichkeit zu kommunizieren, Vertrauen zu schaffen und innere Bilder mit emotionalen Eindrücken zu verknüpfen. Expertinnen und Experten geben Ihnen Einblick in die visuelle Kommunikation von heute und morgen und vermitteln Ihnen nötige Kompetenzen für visuelles Denken in der Öffentlichkeitsarbeit.

### Internationale Kommunikationsstrategien.

Sie lernen lokale, überregionale und internationale Kommunikationsstrategien anhand von Best-Case-Studies kennen. Was vermag inter- und intrakulturelle Kommunikation zu leisten oder wie sieht zukünftige Unternehmenskommunikation aus? „Public Communication“ beleuchtet Kommunikation in höchst differenzierter Form.

### Medienschwerpunkt.

Ohne Social Media geht nichts. Hauptsächlich mit Social Media aber auch nicht. Wir zeigen den richtigen und effizientesten Kommunikationsmix aus klassischer Pressearbeit, Content-Strategie im Web und neuer digitaler Kommunikation. Dazu werden der mediale Wandel und neueste Erkenntnisse der Medienforschung am Lehrgang behandelt.

### Wussten Sie, ...

... dass es Public Communication in dieser Konzeption genau ein Mal in Österreich gibt, nämlich an der FH JOANNEUM in Graz?



## FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 18 Studienplätze pro Jahr
- Vortragende mit internationalem Renommee
- Lehrgangsleiter:  
**FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer**
- Kosten: EUR 2.500- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- [www.fh-joanneum.at/com](http://www.fh-joanneum.at/com)

*„In einer Zeit, in der gesellschaftliche und technische Normen ständig im Umbruch sind, hilft Public Communication am Weg zu bleiben und berufliche und persönliche Ziele zu erreichen. Auch jene, die man vor Absolvierung des Lehrgangs noch nicht gekannt hat.“*

Larissa Friedl, Absolventin,  
Digital Portal Management, Marketing / Communication, AVL List GmbH

## Organisation

Der Masterlehrgang ist berufsbegleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen – insgesamt rund 14 Tage pro Semester – sowie E-Learning und Selbstlernphasen. Für das Seminar zur Masterthesis im vierten Semester findet individuelle Terminvereinbarung statt.

*„Zu glauben, draußen wird man wahrgenommen, wie man ist, bleibt ein Wunschtraum. Das öffentliche und erst recht das Medienimage muss man bewusst aufbauen. Denn Kommunikation ist Strategie, und wer würde schon seine Strategie dem Zufall überlassen?“*

Gerald Gross  
gross:media (bis 2011 ZIB1-Anchorman im ORF)

## Beruf & Karriere

Der Lehrgang richtet sich an PR-Praktikerinnen und PR-Praktiker, die sich der Verantwortung und den neuen Herausforderungen von Kommunikation stellen. Absolventinnen und Absolventen sind bestens gerüstet, um die neuen Anforderungen nach kommunikativer Vermittlung im internationalen Kontext erfolgreich umsetzen zu können und sich auf der Karriereleiter weiter zu qualifizieren ...

- in internationalen Organisationen
- in der politischen Kommunikation
- in der öffentlichen Verwaltung
- in Unternehmen und exportorientierten KMUs
- in PR-, Werbe- und Marketingagenturen
- in Medienbüros
- in Interessensverbänden und in NGOs

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Studieneingangsphase 2 ECTS	Multilevel Governance 5 ECTS	Campaigning & Advertising (inkl. Englisch) 5 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten, Research und Evaluierungstechniken 4 ECTS
Rhetorik, Präsentation und Repräsentation (inkl. Englisch) 7 ECTS			
Social Media für Kommunikationsberufe 4 ECTS	Gender und Diversity 3 ECTS	Content-Strategie 5 ECTS	Masterthesis 22 ECTS
Konzeption und Strategie im Kommunikationsprozess 3 ECTS	Publishing 5 ECTS		
Storytelling 3 ECTS		Medien, Politik und Wirtschaft im internationalen Kontext 5 ECTS	
Visuelle Kommunikation 5 ECTS	Inter- und intrakulturelle Kommunikation 4 ECTS		
Rechtliche Aspekte im Kommunikationsmanagement 3 ECTS	Presentations, Meetings and Negotiations 3 ECTS	Spezialisierung 2: Public Affairs und Lobbying 5 ECTS	
Kommunikationsethik 3 ECTS			

Sozialisierung 2 ECTS	Online - Offline 22 ECTS	Spezialisierung 10 ECTS
Präsentation und Kommunikation 25 ECTS	Medien und Gesellschaft 28 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten und Forschung 33 ECTS

# Masterlehrgang TECHNISCHE DOKUMENTATION



Wir machen Technik verständlich. Die Medien der Technischen Dokumentation tragen dazu bei, dass neue Geräte schnell und sicher bedient werden können. Sie stellen aber auch sicher, dass die gesetzlichen Anforderungen an Produkte und Systeme erfüllt werden. Der Masterlehrgang bietet Ihnen die Möglichkeit, eine in der Berufswelt zunehmend nachgefragte Qualifikation zu erwerben.

## Diese Fachthemen erwarten Sie im Lehrgang:

### Kernkompetenzen.

Der Lehrgang vermittelt fundiertes Wissen über die gesamte Prozesskette der Technischen Dokumentation. Die Inhalte sind vielseitig: von Projektmanagement, Prozessanalyse und Sprachmanagement über professionelles Schreiben, Gestaltung, Layout, technische Illustration und Medienproduktion bis hin zum Einsatz von Augmented Reality.

### Rechtliche Anforderungen.

Präzise, technische Beschreibungen sind nicht nur ein Qualitätsmerkmal eines Produkts und wesentlich für die Kundenzufriedenheit, sondern auch eine wirksame Absicherung gegen teure Produkthaftungsklagen und Gewährleistungsfälle. Sie lernen am Lehrgang alle nationalen und internationalen Bestimmungen und Normen kennen.

### Digitalisierung.

Digitalisierung und Industrie 4.0 haben einen engen Bezug zur Technischen Dokumentation. Ausgehend von den Prinzipien der Content Strategie und den zugrundeliegenden Softwarearchitekturen und -werkzeugen lernen Sie die marktführenden Redaktions- und Content-Managementsysteme kennen und beherrschen.

## FACTS



Master of Science (MSc)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:  
Deutsch

- 18 Studienplätze pro Jahr
- Vortragende aus renommierten Industriebetrieben
- Lehrgangsführerin:  
**Mag. Martina Windisch-König**
- Kosten: EUR 3.500- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.  
[www.fh-joanneum.at/ted](http://www.fh-joanneum.at/ted)

## Wussten Sie, ...

... dass Technische Redakteurinnen und Technische Redakteure mit einer qualifizierten Ausbildung in allen Industriezweigen stark nachgefragt sind? Mit akademischem Abschluss auch in Führungspositionen.



## Organisation

Der Masterlehrgang ist berufsbegleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen – zwölf Wochenenden jeweils im ersten und zweiten Semester – sowie E-Learning und (betreute) Selbstlernphasen. Für das Seminar zur Masterarbeit im dritten Semester findet individuelle Terminvereinbarung statt.

*„Ein Text ist nicht dann vollkommen, wenn man nichts mehr hinzufügen kann, sondern dann, wenn man nichts mehr weglassen kann.“*

Antoine de Saint-Exupéry, 1900–1944; französischer Schriftsteller

## Beruf & Karriere

Der Lehrgang richtet sich einerseits an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Firmen, die bereits für die Erstellung von technischen Dokumentationen verantwortlich oder daran beteiligt sind, aber keine qualifizierte Ausbildung besitzen, andererseits an Personen aus angrenzenden Fachgebieten, die eine Zusatzqualifikation anstreben. Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs sind bestens gerüstet, in allen Branchen die Verantwortung für die Entwicklung und Implementierung von multimedialen Anleitungen für verschiedene Zielgruppen zu übernehmen und bestehende Dokumentationsprozesse unter wirtschaftlichen und technischen Aspekten zu optimieren.

CURRICULUM: 90 ECTS (30 ECTS per Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester
Studieneingangsphase 2 ECTS	Sprachmanagement 5 ECTS	Praxisorientierte Schwerpunkte 3 ECTS
Prozess- und Projektmanagement Technische Grundlagen 5 ECTS	Usability und benutzerorientierte Gestaltung 2 1 ECTS	Masterarbeit Seminar Masterarbeit 27 ECTS
Usability und benutzerorientierte Gestaltung 1 2 ECTS	Strukturierte Information und Redaktionssysteme 2 4 ECTS	
Strukturierte Information und Redaktionssysteme 1 3 ECTS	Juristische Aspekte und normative Anforderungen 2 4 ECTS	
Juristische Aspekte und normative Anforderungen 1 1 ECTS	Professionelles Schreiben (Deutsch) 2 Principles of Technical Writing in English 2 Online Dokumentation 2 Medienproduktion 15 ECTS	
Gestaltung, Layout und Typographie Darstellungstechniken und Informationsgrafik Professionelles Schreiben (Deutsch) 1 Principles of Technical Writing in English 1 Online Dokumentation 1 17 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten 1 ECTS	

Sozialisierung	Grundlagen und Prozesse	Methoden	Inhaltsproduktion	Redaktionssysteme	Recht
Sprachmanagement	Wissenschaftliches Arbeiten	Masterarbeit und Praxisbezug			

# Masterlehrgang VISUELLE KOMMUNIKATION UND BILDMANAGEMENT

Das Bild ist das neue Wort. Kompetenzen für visuelles Denken und Entscheiden entwickeln: das steht bei uns im Mittelpunkt. Bilder, Videos, Infografiken sowie die Visualisierung von Big Data generieren in allen Kanälen höchste Aufmerksamkeit. Erfolgreiche Kommunikation von morgen braucht daher den perfekten Mix und den strategischen Einsatz unterschiedlicher visueller Produkte.

## Diese Fachthemen erwarten Sie im Lehrgang:

### Visual Culture. Visual Studies.

Sie befassen sich nicht nur mit den gesellschaftlichen Aspekten von Bilderwelten, sondern vertiefen sich auch in Theorien, Analysen und angewandte Modelle der visuellen Kommunikation. Außerdem lernen Sie die universellen Prinzipien der Bildwirkung kennen und setzen sich mit Methoden der Bildrezeption in verschiedenen Kontexten, Kulturen und Gesellschaften auseinander.

### Visuelle Content-Strategie. Corporate Imagery.

Unternehmen brauchen strategische Bilderwelten, um im Wettbewerb bestehen zu können. Expertinnen und Experten vermitteln Ihnen die Kompetenzen, wie man visuelle Kommunikationsstrategien plant, visuellen Content optimiert und in den sozialen Medien umsetzt. Sie befassen sich zudem mit Visual Branding, Bildästhetik oder Bildsprache und diskutieren ethische Aspekte der visuellen Kommunikation.

### Recherche. Datenvisualisierung. Recht.

Die Selektion, Analyse und Dokumentation unterschiedlicher visueller Materialien sind ebenso Thema des Studiums wie ökonomische und rechtliche Aspekte am Markt der Bilder. Darüber hinaus machen Sie sich mit den Möglichkeiten der Visualisierung von Big Data vertraut und analysieren (interaktive) Infografiken in Zusammenhang mit gesellschaftlich relevanten Themen.

## FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 20 Studienplätze pro Jahr
- Vortragende mit internationalem Renommee
- Lehrgangsführer:  
**FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer**
- Kosten: EUR 2.900- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- [www.fh-joanneum.at/vis](http://www.fh-joanneum.at/vis)

## Wussten Sie, ...

... dass unser USP mit den Schwerpunkten Analyse und visuelles Management einzigartig in Österreich ist? Damit bauen Sie Kompetenzen für visuelle Strategien auf.



## Projekte. Masterarbeit.

Sie planen einerseits visuelle Projekte unter Einbeziehung von Fotos, Videos und Bildern in sozialen Medien und lernen, worauf es bei der Umsetzung ankommt. Andererseits erarbeiten Sie in Projekten die Visualisierung großer Datenmengen – dabei stehen Strategien, die aus Bildquantitäten Bildqualitäten erzeugen, im Fokus. Eine themenbezogene Vertiefung erfolgt zudem in der Masterarbeit.

*„Bilder lassen bei wichtigen Bezugsgruppen ein einzigartiges, lebendiges inneres Bild der Organisation entstehen. Gerade für KMU ist es essenziell, sich durch einen starken visuellen Auftritt von Wettbewerbern abzuheben. Dabei gilt: Nicht noch mehr Bilder zeigen, sondern andere. Nicht lauter rufen, sondern Bedeutendes bieten.“*

Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst, Berlin

## Organisation

Der Master-Lehrgang wird mit geblockten Präsenzzeiten und teilweise über E-Learning abgewickelt. Kompakte Anwesenheitszeiten finden in einer Vorlesungs- und Seminarwoche jeweils zu Semesterbeginn und an fünf bis sechs Wochenendterminen während des Semesters statt. Ergänzend dazu finden betreute E-Learning-Phasen und Online-Sessions statt.

## Berufsfelder

In allen Bereichen der Kommunikationsbranche wird der kompetente und fundierte Umgang mit visuellen Materialien in Verbindung mit dem Management ständig steigender Bildquantitäten ein entscheidender Faktor effizienter und erfolgreicher Kommunikation sein. Der Lehrgang richtet sich an alle, die professionell im Kommunikationsbereich tätig sind, zum Beispiel

- in Redaktionen oder Bildredaktionen
- in Newsrooms oder Medienbüros
- in PR- und Media-Agenturen
- in der Unternehmenskommunikation
- in der Content-Produktion
- im Web-, Info- und Kommunikationsdesign
- in Medienproduktionsfirmen

*„Der ‚Visual Turn‘, die Zuwendung zum Visuellen, verändert wie wir kommunizieren, denken und die Welt wahrnehmen. Fotos, Videos, Infografiken oder Animationen schaffen leichtere Einstiegspunkte und holen Events vor die Echtzeit-Linse. Technische Innovationen wie Künstliche Intelligenz, Virtual Reality und Visualisierung von Big Data erfordern von Kommunikatoren ein immer stärkeres Denken und Entscheiden in Bildern.“*

(APA-Defacto)

CURRICULUM: 90 ECTS (30 ECTS per Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester
Studieneinführung 2 ECTS	Visual Storytelling 4 ECTS	Ökonomische Aspekte des Bildermarktes 3 ECTS
Theorie der visuellen Kommunikation 4 ECTS	Bilderwelten: Selektion und Analyse 4 ECTS	
Mediengesellschaft und Visual Culture 8 ECTS	Bild und Recht 2 ECTS	Produktions- und Projektmanagement 3 ECTS
	Bewegtbildkommunikation 4 ECTS	Visuelle Content-Strategien 4 ECTS
Bilddatenbanken und Rechertechniken 4 ECTS	Ethik visueller Kommunikation 2 ECTS	Masterthesis und Seminar zur Masterthesis 24 ECTS
	Interaktive Medien 3 ECTS	
Projektarbeit: Produktionstechniken 5 ECTS	Open Space: Technologische Innovationen 4 ECTS	
	Projektarbeit: Bild - Video - Grafik 5 ECTS	





*„Mit dem Institut ‚Journalismus und Public Relations‘ sind wir gesellschaftlich am Puls der Zeit. Wir bewegen uns hinein in die spannenden Welten der Medien und Kommunikation.“*

*Unsere Absolventinnen und Absolventen sind erfolgreich in Redaktionen, PR-Agenturen und Unternehmen tätig.“*

FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer  
Institutsleiter und Vorsitzender des  
Departments für Medien & Design



© Steiermark Tourismus / Harry Schiffer

## **GRAZ – Wissenschaft und Kultur**

... in Stichworten: über 270.000 EinwohnerInnen, davon rund 50.000 Studierende an insgesamt acht Hochschulen. Eine historische Altstadt, die UNESCO-Weltkulturerbe ist. Zeitgenössische Kunst und Musik, moderne Architektur, die als Grazer Schule Ruhm erlangte. Ökostadt. City of Design, Wirtschafts- und Innovationszentrum. Mediterranes Flair, urbanes Feeling und gastronomische Highlights.

[www.graz.at](http://www.graz.at)

## **FH JOANNEUM**

An der FH JOANNEUM studieren und lehren wir auf Basis einer fundierten theoretischen Grundlage praxisbezogen, projektorientiert und interdisziplinär. Das große Netzwerk unserer Hochschule ermöglicht Berufspraktika bei namhaften Unternehmen und Institutionen im In- und Ausland sowie Auslandssemester an einer von über 200 Partnerhochschulen weltweit.

---

## **Kontakt und Information**

INSTITUT  
Journalismus und Public Relations  
FH JOANNEUM  
Alte Poststraße 152  
8020 Graz, AUSTRIA  
T: + 43 (0)316 5453-8660  
E: [ijp@fh-joanneum.at](mailto:ijp@fh-joanneum.at)  
[www.fh-joanneum.at/ijp](http://www.fh-joanneum.at/ijp)

Zu allen Studiengängen an der FH JOANNEUM sowie zu Bewerbung und Aufnahme erhalten Sie detaillierte Informationen unter:  
T: +43 (0)316 5453-8800  
E: [info@fh-joanneum.at](mailto:info@fh-joanneum.at), [www.fh-joanneum.at](http://www.fh-joanneum.at)

