

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

Masterstudium / Berufsbegleitend
CONTENT STRATEGY

Masterlehrgang / Berufsbegleitend
**DIGITALE GESUNDHEITS-
KOMMUNIKATION**

Masterlehrgang / Berufsbegleitend
PUBLIC COMMUNICATION

Masterlehrgang / Berufsbegleitend
**TECHNISCHE
DOKUMENTATION**

Masterlehrgang / Berufsbegleitend
**VISUELLE KOMMUNIKATION
UND BILDMANAGEMENT**

Akademischer Lehrgang /
Berufsbegleitend
**DIGITALE GESUNDHEITS-
KOMMUNIKATION**

Akademischer Lehrgang /
Berufsbegleitend
**NACHHALTIGKEITS-
KOMMUNIKATION UND
KLIMAJOURNALISMUS**

Online-Zertifikatslehrgang /
Berufsbegleitend
**FACT CHECKING &
VERIFIKATION**



Bachelorstudium

JOURNALISMUS UND PUBLIC RELATIONS (PR)

Professionelle Kommunikation ist heute beinahe alles. Unsere Studierenden haben als Allrounder:innen 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.

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

Wussten Sie, ...

... dass wir die Besten aus der Branche einladen? Bei uns lernen Sie prominente Journalist:innen 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
Grundlagen des Journalismus 2 ECTS	Abriss internationaler wirtschaftlicher, politischer und kultureller Entwicklungen 6 ECTS	Medientheorien und Medienkritik 4 ECTS	Medienrecht 2 ECTS	Medienwirtschaft und unternehmerische Kompetenzen 6 ECTS	Praktikumsbegleitendes Seminar 1 ECTS
Berufe im Journalismus und in der Kommunikationsbranche 4 ECTS	Journalistische Arbeitstechniken 6 ECTS	Journalistische Geschäftsmodelle 2 ECTS	Medien und Gesellschaft 5 ECTS		
Grundlagen der PR 2 ECTS		Journalistische Arbeitstechniken 6 ECTS	Die Reportage 4 ECTS	English: International Media 2 ECTS	English: Global Communication 2 ECTS
Theorie und Praxis der Kommunikation 4 ECTS	Audio- und Videoproduktionen 6 ECTS		Datenanalyse und -visualisierung 4 ECTS	Media Trends 3 ECTS	
Mediengeschichte, Medienentwicklung, Medienperspektiven 4 ECTS	PR-Projekt 4 ECTS	Datenschutz und Copyright 2 ECTS	Rhetorik und professionelles Präsentieren 3 ECTS	Vorbereitendes Seminar zur Bachelorarbeit 1 ECTS	
Journalistisches Schreiben 4 ECTS	PR-Konzeption 2 ECTS		Methoden der Medienforschung 2 ECTS	Angewandte empirische Sozialforschung 5 ECTS	
Texten in der Kommunikationspraxis 2 ECTS	Journalismus-Projekt 3 ECTS	Strategische Unternehmenskommunikation 2 ECTS	Datenjournalismus 6 ECTS	Integrierte Kommunikation 6 ECTS	Seminar zur Bachelorarbeit 2 ECTS
Fotografie und Bildbearbeitung 2 ECTS	Multimediales Storytelling: Design und Technik 5 ECTS	PR: Planung, Evaluation und Analyse 4 ECTS	Digitaler Journalismus 6 ECTS	Journalismus-Projekt 8 ECTS	PR-Projekt 8 ECTS
Social Web 4 ECTS	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 2 ECTS	Social Media Communication 4 ECTS		Content Strategie 6 ECTS	
English: News Writing 2 ECTS	English: Science Writing 2 ECTS	English: Campaigning 2 ECTS	Content Strategie 6 ECTS	Mobile Reporting 5 ECTS	Corporate Publishing 5 ECTS
			Bachelorarbeit 9 ECTS		
			Bachelorprüfung 1 ECTS		
Vertiefung Digitaler Journalismus			Vertiefung Onlinekommunikation		

Masterstudium / Berufsbegleitend

CONTENT STRATEGY

Die Gestaltung von digitaler Kommunikation ist für alle Organisationen von großer Bedeutung. Im Studiengang lernen Sie, Inhalte systematisch so zu konzipieren, dass sie die Ziele der Organisation unterstützen, sich an den Nutzer:innen orientieren und von allen Beteiligten optimal umgesetzt werden können.

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 Communitys, 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

- 27 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

Wussten Sie, ...

... dass sie von führenden Content-Strateg:innen unterrichtet werden? Durch das Studium sind sie gut vernetzt in der Welt der Content-Strategie.



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

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Start-Workshop: Was ist Content-Strategie?	ILV	2	2
Online Sozialisierung	ILV	2	2
Stakeholder Analyse und Digitale Strategie	ILV	2	2
Business Strategie für Digitale Märkte	ILV	2	2
Markenwerte & Botschaftsarchitektur	ILV	3	3
Content Audits	ILV	1	1
Digitale Publikationsplattformen	ILV	2	2
Einführung ins Content Management	ILV	2	2
Open Space & Portfolio 1	ILV	2	4
Workshop: Content Analyse	PT	2	10
		20	30

2. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
User Experience & Interaction Design	ILV	3	3
Qualitative Sozialforschung	UE	1	1
Monitoring und Web-Analytics	ILV	2	2
Quantitative Sozialforschung	ILV	2	2
Schreiben, Redigieren & Kuratieren	ILV	2	2
Cross-platform Storytelling	ILV	2	2
Entwicklung von Inhalten für komplexe digitale Umgebungen	ILV	2	2
Informationsarchitektur	ILV	2	2
Open Space & Portfolio 2	ILV	2	4
Workshop: Design Research	PT	2	10
		20	30

Berufsfelder

Unsere Absolvent:innen arbeiten unter anderem in Kommunikationsabteilungen von Unternehmen sowie als Berater:innen in Agenturen und in Medienhäusern. Sie planen und organisieren die Kommunikation von Organisationen im Web und auf anderen Plattformen. Content-Strateg:innen sind verantwortlich für die Erstellung, Publikation und Pflege von qualitativ hochwertigen Inhalten, die Nutzen für User:innen stiften.

3. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Redaktions- & Themenplanung	ILV	2	2
Strategische Organisationskommunikation	ILV	2	2
Domain Modelling & Content Typen	ILV	2	2
Metadaten & Taxonomien	ILV	2	2
Redaktionelle Prozesse & Projektmanagement	ILV	2	2
Data-driven Content Business	ILV	2	2
Open Space & Portfolio 3	ILV	2	4
Workshop: Strategische Projektdefinition	PT	2	10
Wahlpflichtfächer			
Content Design	ILV	2	4
Content Marketing	ILV	2	4
Management von Unternehmensinhalten und Content Operations	ILV	2	4
		18	30

4. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Change Management & interne Kommunikation	ILV	2	2
Datensicherheit, Medienrecht & Medienethik	ILV	2	2
Open Space & Portfolio 4	ILV	2	4
Masterarbeit und Masterprüfung	MA	0	20
Masterarbeit Seminar	SE	0,5	2
		6,5	30

ILV = Integrierte Lehrveranstaltung, MA = Masterarbeit, PT = Projekt, SE = Seminar, UE = Übung, SWS = Semesterwochenstunden, ECTS = Europäisches System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen

Masterlehrgang / Berufsbegleitend DIGITALE GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

Unterschiedliche Szenarien belegen, wie wesentlich funktionierende und professionelle Kommunikation im Gesundheitsbereich ist. Evidenzbasierte Informationen zu sammeln, zu prüfen und weiterzugeben hat mittlerweile höchste Priorität. Das verlangt zum einen fundiertes Wissen über Medien und Kommunikation, zum anderen spezifische Kenntnisse über den Gesundheitssektor. Digitale Gesundheitskommunikation verknüpft erstmals auf interdisziplinäre Weise die Spezifika beider Welten.

Schwerpunkte

Der Lehrgang zeigt, wie Öffentlichkeit mit Informationen, Themen und Stories aus dem Gesundheitsbereich effizient und punktgenau erreicht werden kann. Studien dokumentieren eindeutig, dass Inhalte aus Gesundheit und Gesundheitsvorsorge zu den am stärksten nachgefragten Informationen zählen. Schwerpunkte des Studiums sind, Öffentlichkeit über Blogs, Videos, Podcasts, multimediale Websites und Social Media topaktuell und spannend mit relevanten Informationen und Geschichten aus der thematischen Vielfalt des Gesundheitsbereiches zu versorgen. Dazu kommen Kenntnisse über Recht, ethische Fragen sowie nationale und internationale gesundheitspolitische Debatten. Die Analyse und Evaluierung ausgewählter Kommunikationsbeispiele, die Qualität und Zielgerichtetheit von Gesundheitskampagnen und die zunehmenden Möglichkeiten der direkten öffentlichen Artikulation von Gesundheitsprofessionals runden den Studienplan ab.

Thematische und inhaltliche Schwerpunkte:

- Storytelling, Content- und Themenmanagement
- Gesundheitskampagnen und Public Affairs
- Journalismus vs. PR im Gesundheitswesen
- Krisenkommunikation
- Ethik und digitaler Humanismus
- Visuelle Kommunikation und Visualisierung
- Nationale und internationale Gesundheitspolitik
- Analyse und Evaluierung von Cases der Gesundheitskommunikation
- Medienrezeption und Öffentlichkeit
- Social Media in der Gesundheitskommunikation

FACTS



Master of Arts (Continuing Education) in Social Science, MA (CE)



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 21 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Kommunikation:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Gesundheit:
Beate Salchinger, Msc, MSc

- Kosten: EUR 3.250,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- www.fh-joanneum.at/dgl

Wussten Sie, ...

... dass gezielte Kommunikationsfähigkeiten so gefragt sind wie nie zuvor? Der Abschluss des Lehrgangs ermöglicht ein professionelles Agieren in allen Bereichen der digitalen (Gesundheits-)Kommunikation.



Beruf & Karriere

Absolvent:innen des Lehrgangs beherrschen Instrumentarien und Tools digitaler Gesundheitskommunikation und sind in der Lage, Botschaften, Inhalte und Statements professionell in der Öffentlichkeit zu platzieren. Ihnen eröffnen sich unter anderem folgende Tätigkeitsfelder:

- Gesundheitsjournalismus und -PR
- Interessensvertretungen der Berufe im Gesundheitswesen

- Medical Writer in Verlagen und Medienunternehmen
- Selbstständige, Autor:innen und Publizist:innen
- Gesundheitsmanagement
- Gesundheits- und Sozialeinrichtungen
- Non-Profit-Gesundheitsorganisationen
- Gesundheitsprofessionals
- Krankenhausmanagement

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Medien - Kommunikation - Öffentlichkeit	VO	2	3
Aufbau, Organisation und Agenden des österreichischen Gesundheitssystems	VO	1	2
Zur gesellschaftlichen Funktion von Public Health	VO	1	2
Gesundheitskampagnen und Public Affairs	SE	2	4
Gesundheitsjournalismus: Gesundheits-PR	SE	2	3
Social Media für Organisationen des Gesundheitswesens	ILV	2	4
Storytelling, Content- und Themenmanagement im Kontext Gesundheit	SE	3	5
Projektmanagement	SE	2	2
Projektarbeit digitale Gesundheitskommunikation 1	PT	1	5
		16	30

2. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Krisenkommunikation - Risikokommunikation	SE	2	3
Social Media für Gesundheitsberufe	ILV	2	4
Digitale Kommunikation im Gesundheitsbereich	SE	2	4
Medienrecht und Datenschutz	VO	2	2
Patientenrechte und Beschwerdemanagement	VO	2	2
Ethik und digitaler Humanismus	VO	2	2
Kommunikation und Sprache	VO	2	2
Visuelle Kommunikation und Visualisierung	SE	3	5
Projektarbeit digitale Gesundheitskommunikation 2	PT	1	6
		18	30

3. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Perspektiven nationaler und internationaler Gesundheitspolitik	VO	2	3
Digitale Gesundheitskommunikation als Geschäftsmodell	SE	2	3
Aspekte von Wissenschaftskommunikation	SE	2	3
Gesundheitskommunikation für besondere Zielgruppen	SE	2	3
Analyse und Evaluierung von Case Studies im Bereich Gesundheitskommunikation	SE	3	5
Medienrezeption am Beispiel von Fake News und Desinformation	SE	2	3
Qualitative, quantitative und empirische Forschungsmethoden	SE	2	4
Kriterien wissenschaftlicher Recherche	ILV	2	3
Seminar zur Masterthesis 1	SE	1	3
		18	30

4. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Seminar zur Masterthesis 2	SE	1	4
Masterthesis und Masterprüfung	MA	0,5	26
		1,5	30

ILV = Integrierte Lehrveranstaltung, MA = Masterarbeit, PT = Projektarbeit, SE = Seminar, VO = Vorlesung, SWS = Semesterwochenstunden, ECTS = Europäisches System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen

Organisation

Der Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und ermöglicht so die Kombination von Beruf und Studium. Die Lehrveranstaltungen finden in Form von betreuten E-Learning-Phasen und kompakten Anwesenheitszeiten an Wochenenden statt.

Masterlehrgang / Berufsbegleitend 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.

Visuelle Kommunikation

Bilderwelten helfen, die Unternehmenspersönlichkeit zu kommunizieren, Vertrauen zu schaffen und innere Bilder mit emotionalen Eindrücken zu verknüpfen. Expert:innen geben Ihnen Einblicke 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
	<ul style="list-style-type: none"> 18 Plätze pro Jahrgang Lehrgangsleiter: FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer Kosten: EUR 3.000,- pro Semester Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online. 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 eine 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-Praktiker:innen, die sich der Verantwortung und den neuen Herausforderungen von Kommunikation stellen. Absolvent:innen 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			Seminar zur Masterthesis 4 ECTS
Social Media für Kommunikationsberufe 4 ECTS	Medien- und Kommunikationssoziologie 5 ECTS	Medienwandel und digitale Transformation 4 ECTS	Masterthesis 22 ECTS
Konzeption und Strategie im Kommunikationsprozess 3 ECTS	Gender und Diversity 3 ECTS	Content-Strategie 5 ECTS	
Storytelling 3 ECTS	Publishing 5 ECTS	Marken- und Community-Building 3 ECTS	
Visuelle Kommunikation 5 ECTS	Medien, Politik und Wirtschaft im internationalen Kontext 5 ECTS	Projektplanung und -realisierung 3 ECTS	
Rechtliche Aspekte im Kommunikationsmanagement 3 ECTS	Inter- und intrakulturelle Kommunikation 4 ECTS	Spezialisierung 1: Krisenkommunikation 5 ECTS	
Kommunikationsethik 3 ECTS	Presentations, Meetings and Negotiations 3 ECTS	Spezialisierung 2: Public Affairs und Lobbying 5 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 / Berufsbegleitend 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.

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 Plätze pro Jahrgang
- Vortragende aus renommierten Industriebetrieben
- Lehrgangsleiterin:
Mag. Martina König
- Kosten: EUR 3.500,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
www.fh-joanneum.at/ted

Wussten Sie, ...

... dass Technische Redakteur:innen 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 – zehn Wochenenden jeweils im ersten und zweiten Semester – sowie E-Learning und (betreute) Selbstlernphasen. Für das Seminar zur Masterarbeit im dritten Semester findet eine 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 Mitarbeiter:innen 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. Absolvent:innen 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 pro 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 / Berufsbegleitend VISUELLE KOMMUNIKATION & BILDMANAGEMENT

Der Masterlehrgang „Visuelle Kommunikation und Bildmanagement“ stellt das Bild in den Mittelpunkt und ermöglicht den Studierenden eine persönlich-kreative Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Themen mittels bildfokussierter Gestaltung. Unter Einbeziehung kultureller, sozialer und ökologischer Entwicklungen werden in experimenteller Weise entworfene Ideen und Konzepte in visueller Form umgesetzt. Visuelle Kommunikation macht dabei die Botschaft verständlicher, überzeugender und wirksamer.

Der berufsbegleitende Masterlehrgang „Visuelle Kommunikation und Bildmanagement“ vermittelt in einem kreativen Umfeld sowohl konzeptionelles wie auch produzierendes Gestaltungs-Know-how und führt in drei Semestern zum akademischen Grad „Master of Arts“ (MA).

Das erwartet Sie im Master:

- Visual Studies
- Grafikdesign
- Fotografie & Bewegtbild
- Experimentielle Konzeption
- Infografik & Datenvisualisierung
- Visual Culture & Ethics
- Social Media & Campaigning
- Visuelle Content-Strategien
- Individuelle Vertiefungsmöglichkeit

Vertiefungsmöglichkeit

Der kreative Schaffungsprozess wie auch die experimentelle Umsetzung der visuellen Strategien stehen im Mittelpunkt. Der individuellen Förderung wird durch Vertiefungsmöglichkeiten Rechnung getragen – schon während der Semester als auch in der Masterarbeit.

„Wir experimentieren, diskutieren, konzipieren und gestalten gemeinsam. Das fördert den Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppe der Studierenden.“

Studierende arbeiten gemeinsam an innovativen Visuals

FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch / ausgewählte Lehrveranstaltungen auf Englisch

- 20 Plätze pro Jahrgang

- Lehrgangsleiter:
Dietmar Mosbacher, MSc.

- Kosten: EUR 2.900,- pro Semester

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

- www.fh-joanneum.at/vis

Wussten Sie, ...

... dass die Kosten für das Studium als Werbungskosten steuerlich absetzbar sein können?



Visuelle Bilderwelten

Unternehmen brauchen strategische Bilderwelten, um im Wettbewerb bestehen zu können. Der Masterlehrgang vermittelt 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. Sie visualisieren Daten mittels Infografiken, fotografieren und arbeiten mit Bewegtbildern. In den Projektarbeiten haben Sie die Möglichkeit, Ihr theoretisches Wissen der visuellen Kommunikation praxisnah anzuwenden.

„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

Zulassung zum Studium

Zugangsvoraussetzung ohne Berufserfahrung ist ein abgeschlossenes Studium im Ausmaß von 180 ECTS. Der Abschluss des Masterlehrgangs ist aber auch ohne ein absolviertes Bachelorstudium möglich, da eine Zulassung mittels Nachweis von mindestens fünf Jahren Berufserfahrung und der allgemeinen Hochschulreife erfolgen kann.

Lehrgangsbeitrag

Die Aufwendungen für Ihr Studium sind unter Umständen als Werbungskosten abzugsfähig. Dadurch können Sie je nach Höhe Ihres Einkommens bis zu 50% Ihrer Lehrgangsgebühr vom Finanzamt als Steuerersparnis zurückerhalten.

Organisation

Der Masterlehrgang „Visuelle Kommunikation und Bildmanagement“ ist berufsbegleitend organisiert, das heißt der Unterricht konzentriert sich auf Freitag und Samstag sowie einzelne Online-Werktage abends. Ergänzend zu den Präsenzterminen an der Hochschule finden die meisten Lehrveranstaltungen als betreute E-Learningphasen statt, die synchrone Online-Lehrveranstaltungen oder asynchrone Kommunikation beinhalten. So ist es möglich, das für Berufstätige maßgeschneiderte Studium komplett neben einer Vollenstellung zu absolvieren.

CURRICULUM: 90 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester
Studieneinführung 2 ECTS	Visual Storytelling 4 ECTS	Bild und Design 3 3 ECTS
Theorie der visuellen Kommunikation 4 ECTS	Visuelle Analyse 4 ECTS	
Social Media und Visual Culture 8 ECTS	Bild und Recht 2 ECTS	Experimentelle Bilderwelten 3 ECTS
	Visuelle Content-Strategien 4 ECTS	
Bewegtbildkommunikation 4 ECTS	Ethik visueller Kommunikation 2 ECTS	Master's Thesis und Seminar zur Master's Thesis 24 ECTS
Bild und Design 1 4 ECTS	Open Space 4 ECTS	
Interaktive Medien 3 ECTS	Bild und Design 2 5 ECTS	
Infografik und Unternehmenskommunikation 5 ECTS	Fokus: Bild - Video - Grafik 5 ECTS	

Akademischer Lehrgang / Berufsbegleitend

DIGITALE GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

Informationen aus dem Gesundheitsbereich, dem Gesundheitswesen und der Gesundheitsvorsorge zählen zu den am häufigsten frequentierten und abgerufenen News in digitalen Medien. Beste Voraussetzungen, das öffentliche Interesse an Themen und Inhalten von Gesundheitsprofessionals, Gesundheitsorganisationen und Gesundheitseinrichtungen zu nutzen. Digitale Gesundheitskommunikation vermittelt die erforderliche Professionalität im Umgang mit einer an Mehrwert interessierten Öffentlichkeit.

Ausbildung

Themenmanagement und Storytelling mit Inhalten aus den verschiedenen Gesundheitsdisziplinen stehen im Fokus des zweisemestrigen akademischen Lehrgangs. Dazu braucht es Kenntnisse und Kompetenzen aus Medien und Kommunikation. Blogs, Videos, Podcasts und Social Media bilden wesentliche Facetten der öffentlichen News-Rezeption. Aber auch Wissen über Funktion, Aufgaben und Struktur von Gesundheitsadministration und nationaler sowie internationaler Gesundheitspolitik sind gefragt. Dazu kommen Insights zu Recht, Ethik und aktuellen gesellschaftlichen Debatten. Ebenfalls relevant: Welche Funktionen erfüllt Gesundheitsjournalismus, welche Rolle spielt Gesundheits-PR? Was macht eine effiziente Info-Kampagne aus? Die praxisorientierte Ausbildung vermittelt berufsspezifische Kenntnisse und praktische Fertigkeiten auf akademischem Niveau.

Thematische und inhaltliche Schwerpunkte sind:

- Storytelling, Content- und Themenmanagement
- Gesundheitskampagnen und Public Affairs
- Journalismus vs. PR im Gesundheitswesen
- Krisenkommunikation
- Ethik und digitaler Humanismus
- Visuelle Kommunikation und Visualisierung
- Nationale und internationale Gesundheitspolitik
- Analyse und Evaluierung von Cases der Gesundheitskommunikation
- Medienrezeption und Öffentlichkeit
- Social Media in der Gesundheitskommunikation
- Rechtliche und soziale Aspekte

FACTS



Akademische:r Expert:in für digitale Gesundheitskommunikation



Berufsbegleitend



2 Semester / 60 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 21 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Kommunikation:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Gesundheit:
Beate Salchinger, Msc, MSc
- Kosten: EUR 3.250,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- www.fh-joanneum.at/dga

Wussten Sie, ...

... dass Digitale Gesundheitskommunikation das Beste aus zwei Welten vereint? Führende Expert:innen aus dem Medien- und Kommunikationsbereich sowie dem Gesundheitswesen vermitteln Ihnen ihr Fachwissen.



Organisation

Der Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und ermöglicht so die Kombination von Beruf und Studium. Die Lehrveranstaltungen finden in Form von betreuten E-Learning-Phasen und kompakten Anwesenheitszeiten an Wochenenden statt.

Berufsfelder

Absolvent:innen des Lehrgangs beherrschen Instrumentarien und Tools digitaler Gesundheitskommunikation und sind in der Lage, Botschaften, Inhalte und Statements professionell in der Öffentlichkeit zu platzieren.

Damit sind sie bestens für folgende Tätigkeitsfelder gerüstet:

- Gesundheitsjournalismus und Gesundheits-PR
- Interessensvertretungen der Berufe im Gesundheitswesen
- Medical Writer in Verlagen und Medienunternehmen
- Selbstständige, Autor:innen und Publizist:innen
- Krankenhausmanagement
- Gesundheitsmanagement
- Gesundheits- und Sozialeinrichtungen
- Non-Profit-Gesundheitsorganisationen
- Gesundheitsprofessionals

CURRICULUM: 60 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Medien - Kommunikation - Öffentlichkeit	VO	2	3
Aufbau, Organisation und Agenden des österreichischen Gesundheitssystems	VO	1	2
Zur gesellschaftlichen Funktion von Public Health	VO	1	2
Gesundheitskampagnen und Public Affairs	SE	2	4
Gesundheitsjournalismus : Gesundheits-PR	SE	2	3
Social Media für Organisationen des Gesundheitswesens	ILV	2	4
Storytelling, Content- und Themenmanagement im Kontext Gesundheit	SE	3	5
Projektmanagement	SE	2	2
Projektarbeit digitale Gesundheitskommunikation 1	PT	1	5
		16	30

2. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Krisenkommunikation - Risikokommunikation	SE	2	3
Social Media für Gesundheitsberufe	ILV	2	4
Digitale Kommunikation im Gesundheitsbereich	SE	2	4
Medienrecht und Datenschutz	VO	2	2
Patientenrechte und Beschwerdemanagement	VO	2	2
Ethik und digitaler Humanismus	VO	2	2
Kommunikation und Sprache	VO	2	2
Visuelle Kommunikation und Visualisierung	SE	3	5
Projektarbeit digitale Gesundheitskommunikation 2: Abschlussarbeit / Abschlussprüfung für akademische:n Expert:in	PT	1	6
		18	30

ILV = Integrierte Lehrveranstaltung, PT = Projektarbeit, SE = Seminar, VO = Vorlesung, SWS = Semesterwochenstunden, ECTS = Europäisches System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen

Akademischer Lehrgang / Berufsbegleitend

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION UND KLIMAJOURNALISMUS

Kompetent, evidenzbasiert und vertrauenswürdig über die großen Krisen unserer Zeit sowie über mögliche Lösungsansätze zu informieren, gehört zu den herausforderndsten Aufgaben professioneller Kommunikation. Journalist:innen wie Kommunikator:innen müssen dafür über ein vertieftes Verständnis von Klima-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitskrise verfügen. In diesem Lehrgang machen Sie sich mit den naturwissenschaftlichen Grundlagen sowie den vielfältigen gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Wechselwirkungen dieser Krisen vertraut. Das Ziel: außergewöhnliche, zielgruppengenaue und effektive Kommunikationslösungen zu entwickeln und umzusetzen, die einen Beitrag zur dringenden sozial-ökologischen Transformation leisten können.

Einzigartige Kombination

Dieser Lehrgang ist der erste im deutschsprachigen Raum, der den Aufbau von Klima- und Nachhaltigkeitskompetenz auf akademischem Niveau für Journalist:innen und Kommunikator:innen anbietet. Er richtet sich an Journalist:innen aller Ressorts und Mediengattungen, außerdem an Kommunikator:innen aus NGOs, Politik und Verwaltung, dem Bildungssektor, aus Kultur, Zivilgesellschaft und Wirtschaft. Sie alle müssen heute ihr Portfolio um Kompetenzen im Feld der Nachhaltigkeits- und Klimakommunikation erweitern, um das Informationsbedürfnis von Bürger:innen, Mediennutzer:innen und Marktteilnehmer:innen zu erfüllen.

Kompetentes Netzwerk

An Konzeption und Umsetzung des FH-Lehrgangs sind renommierte Institute, Netzwerke und Expert:innen aus Österreich und Deutschland beteiligt, die seit Jahren zu Klima, Nachhaltigkeit und Kommunikation forschen und lehren – darunter das Climate Change Centre Austria und das Institut für Kommunikation und Medien der Hochschule Darmstadt.

FACTS



Akademische:r Experte:in für Nachhaltigkeitskommunikation und Klimajournalismus



Berufsbegleitend



2 Semester / 60 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 20 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
Mag. Thomas Wolkinger
- Kosten: EUR 3.300,- pro Semester
- Weitere Infos zu Terminen, Voraussetzungen, Bewerbung und Curriculum finden Sie online unter
- www.fh-joanneum.at/nka

Kooperationspartner: Climate Change Centre Austria, Institut für Kommunikation und Medien der Hochschule Darmstadt, Österreichische Medienakademie

Aktuelle Inhalte, neue Formate

Während die wissenschaftlichen Grundlagen allen Teilnehmer:innen gemeinsam vermittelt werden, ist der Praxistransfers entsprechend der unterschiedlichen Bedürfnisse von Journalist:innen und Kommunikator:innen organisiert.

Im Fokus der kommunikationsspezifischen Lehrangebote stehen die Themenfelder strategische Kommunikation, Storytelling sowie aktuelle Problemstellungen aus den unterschiedlichen Berufsfeldern (Nachhaltigkeitsreporting, Greenwashing). Das Klimakultur-Lab bietet darüber hinaus die Möglichkeit, im Austausch mit künstlerischen oder aktivistischen Positionen experimentellere Kommunikationslösungen kennenzulernen und zu erproben.

Organisation

Der Lehrgang ist über zwei Semester berufsbegleitend und kompakt rund um 25 Präsenztage organisiert, die am Standort Graz stattfinden. Im zweiten Semester ist eine naturnahe Exkursion / Retreat geplant. Ergänzt werden die intensiven Präsenzphasen um Online-Lecture-Nights sowie geblockte und moderierte E-Learning-Module.

Die Lehrveranstaltungen im Detail:

1. Semester: Wissenschaftstheorie und -praxis | Naturwissenschaftliche Grundlagen des Klimawandels | Ökologie und Artenvielfalt | Kritische Gesellschafts- und Nachhaltigkeitsdiskurse | Grundlagen der Nachhaltigkeitskommunikation und des Klimajournalismus | Kommunikationspsychologie | Klimakultur-Lab I | Praxis der Nachhaltigkeitskommunikation und des Klimajournalismus I

2. Semester: Klimapolitik und Artenschutz in der D/A/CH-Region | Internationale Klimapolitik und Klimagerechtigkeit | Ökologisch-soziale Wirtschaftsdiskurse | Nachhaltige Content-Strategie und Medienproduktion | Storytelling und Visualisierung | Klimakultur-Lab II | Praxis der Nachhaltigkeitskommunikation und des Klimajournalismus II



Online-Zertifikatslehrgang / Berufsbegleitend FACT CHECKING & VERIFIKATION

Immer präziser und perfekter gemachte Fake News, Desinformationen und manipulierter Content – ob in Wort, Bild oder Ton – zählen zu den größten Herausforderungen für Medien und professionelle Kommunikation. Einzigartig im deutschsprachigen Raum wird im neuen Online-Lehrgang die Decodierung von Falschnachrichten, sogenannten Fake News, Desinformation und Manipulationen in textbasierter, visueller und auditiver Form und Gestalt gelehrt. Das Institut Journalismus und Digitale Medien der FH JOANNEUM bietet die Weiterbildung gemeinsam mit der Österreichischen Medienakademie an.

Schwerpunkte & Themen

Das Erkennen, Decodieren, Benennen sowie Erklären von Desinformationen, Fake News und irreführenden Narrativen sowohl im Text- als auch im visuellen und auditiven Bereich wird zur essenziellen Aufgabe seriöser Medien und professioneller Kommunikation. Hier setzt der neue Online-Lehrgang an und vermittelt den Teilnehmer:innen Methoden, Tools und Techniken in den Bereichen Fact Checking und Verification.

- Fact Checking von Informationen / Desinformationen im redaktionellen Kontext (Texte)
- Verification von Bildmaterial (Medienbilder)
- Verification von Bewegtbildern (Video / „Deep Fakes“)
- Verification von Audiomaterial
- Rechtlicher Rahmen (Medienrecht, Urheberrecht, Datenschutz)
- Desinformation und die Beeinflussung / Manipulation von Gesellschaft und Öffentlichkeit (inklusive ethischer Problematik)
- Fake News: Generierung, Verbreitung und Rezeption
- Medientechnische Tools

FACTS



Abschlusszertifikat der
FH JOANNEUM



Berufsbegleitender Online-Lehrgang



1 Semester / 30 ECTS



Unterrichtssprache: Deutsch

- 20 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
- Kosten: EUR 3.500,- pro Semester
- Kooperationspartner: Österreichische Medienakademie
- Weitere Infos zu Terminen, Voraussetzungen, Bewerbung und Curriculum finden Sie online unter
- www.fh-joanneum.at/fcz

Organisation

Der berufsbegleitende Zertifikatslehrgang findet durchgehend online statt. Online-Lehrveranstaltungen:

- 8 Wochenendtermine mit jeweils einem Schwerpunktthema: freitags von 14:00 bis 20:00 Uhr und samstags von 09:00 bis 17:30
- 7 abendliche Wochentagstermine zu Best Practice und Cases von 18:30 bis 20:00 Uhr





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

Unsere Absolvent:innen sind erfolgreich in Redaktionen, PR-Agenturen und Unternehmen tätig.“

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

Kontakt und Information

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



© Steiermark Tourismus / Harry Schiffer

GRAZ – Wissenschaft und Kultur

... in Stichworten: über 270.000 Einwohner:innen, 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

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.

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, www.fh-joanneum.at