

INSTITUT Journalismus und Public Relations

Bachelor-Studium / Vollzeit

JOURNALISMUS UND PUBLIC RELATIONS (PR)

Master-Studium

CONTENT-STRATEGIE / CONTENT STRATEGY

Master-Lehrgang

PUBLIC COMMUNICATION

Master-Lehrgang

TECHNISCHE DOKUMENTATION

Master-Lehrgang

VISUELLE KOMMUNIKATION UND BILDMANAGEMENT

WIR GESTALTEN MEDIEN UND DESIGN VON MORGEN.



ONLINEKOMMUNIKATION RADIO - TV - (BEWEGT)BILD SOCIAL MEDIA - PRINT DIGITALER JOURNALISMUS

Eine Gesellschaft, in der jede und jeder mit einem Smartphone Nachrichten rund um die Uhr lesen und verbreiten kann, verlangt nach Kommunikationsprofis mit vielfältigen Kompetenzen. Journalismus und Public Relations verändern sich angesichts immer neuer Entwicklungen der Kommunikationstechnologie ständig. Als einziger Fachhochschul-Studiengang österreichweit bieten wir eine umfassende, innovative Medienausbildung sowohl für das Berufsfeld Journalismus wie auch für die PR.

Die vertiefenden Wahlmöglichkeiten „Onlinekommunikation“ und „Digitaler Journalismus“ im 4. und 5. Semester ermöglichen die Ausbildung praktisch-kreativer Kompetenzen für die webbasierte Content-Produktion. Schwerpunkte wie die Analyse datenbasierter Informationen und unternehmerisches Denken fördern Fähigkeiten, mit denen Absolventinnen und Absolventen den Herausforderungen der neuen Arbeitswelt begegnen und die technologischen, medialen und gesellschaftlichen Veränderungen erfolgreich nützen können. Unsere Studierenden erhalten eine praxisorientierte, multimediale Ausbildung, deren Fundament in aktuellen medientheoretischen Forschungsergebnissen zu finden ist. Zahlreiche Kooperationen mit Medienunternehmen, das Praktikumssemester und anwendungsorientierte Projekte lassen die Studierenden praktische Erfahrungen für die vielfältigen Berufsfelder sammeln. Englisch als internationale Lingua franca findet dabei projektorientiert sowie in Lehrveranstaltungen vermittelt statt.

FACTS



Bachelor of Arts in Arts in Social Sciences (BA)



Vollzeit



6 Semester / 180 ECTS



FH JOANNEUM Graz
www.fh-joanneum.at/jpr



Unterrichtssprache: Deutsch

- 40 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer

Wussten Sie, ...

... dass Sie nach dem Studium in beide Branchen, sowohl in den Journalismus als auch die Kommunikationsbranche, einsteigen können?



BERUF & KARRIERE

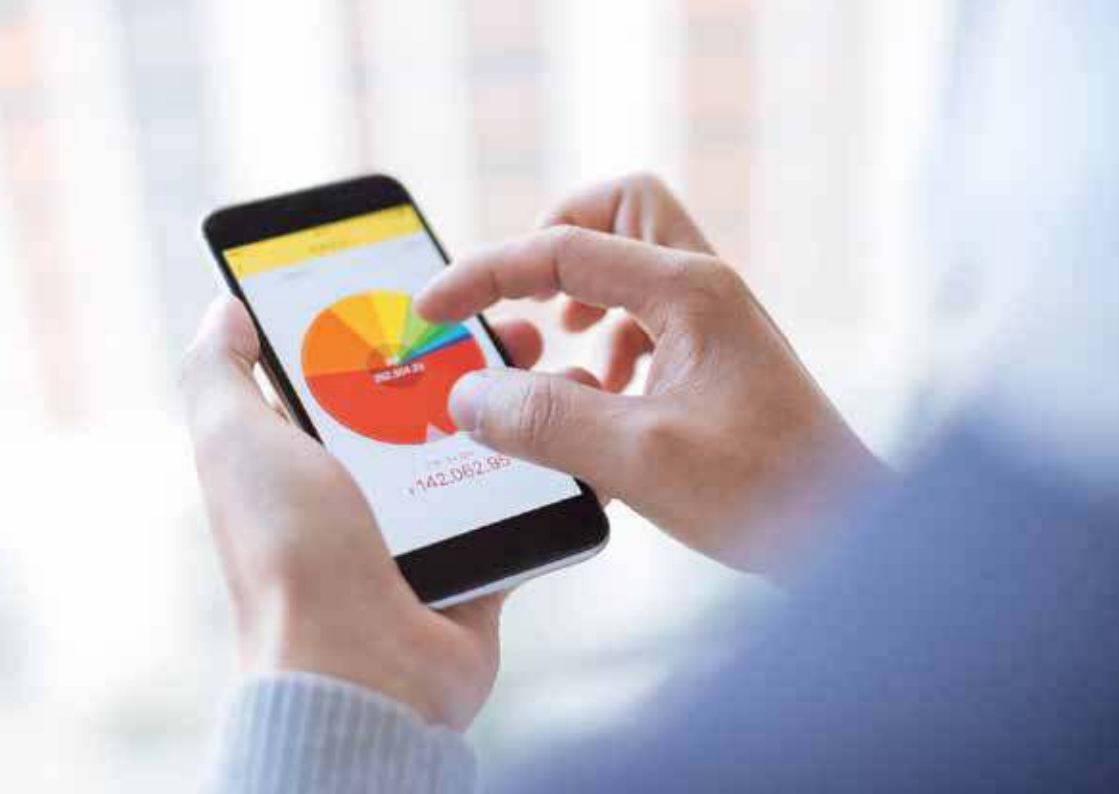
Unsere Absolventinnen und Absolventen sind Allrounder in Journalismus und PR. Sie erhalten eine professionelle praktische Ausbildung in allen Mediengattungen. Angepasst an die Entwicklung der Kommunikationstechnologie gelten insbesondere die folgenden Ausbildungsziele:

- Aneignung von Kompetenzen für die erfolgreiche Ausübung qualifizierter Medienberufe, vorrangig im Journalismus und den Public Relations (PR)
- 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 (Content) und Webinhalten
- Kenntnisse in der Daten- und Informationsauswertung für publizistische Zwecke
- Professionelles Auftreten und Kommunizieren in internetbasierten Medien und Kanälen

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 Bachelor-Arbeit) 12 ECTS	Medienwirtschaft 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 Medientwicklung 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	
Webliteracy 6 ECTS	Wissenschaftliche Methoden 4 ECTS		Fokus Digitaler Journalismus 1 12 ECTS		
	Webcontent und Gestaltung 8 ECTS	Angewandte empirische Sozialforschung 5 ECTS			Zweite Bachelor-Arbeit 10 ECTS





INHALTE > USER EXPERIENCE > ONLINE-PR > SOZIALE MEDIEN > CODE > MARKETING > STRATEGIE > WEB PUBLISHING > TEXTEN > MANAGEMENT

Organisationen brauchen Strategien für Inhalte im Web – nur so können sie im Wettbewerb bestehen. Content-Strategie liefert das Handwerkszeug, um in Organisationen die Voraussetzungen für solche qualitativ hochwertigen und gut nutzbaren Inhalte zu schaffen. Der Master-Studiengang basiert auf dieser Disziplin, die sich in den vergangenen Jahren in Webagenturen in den USA entwickelt hat. Er ist das erste akademische Ausbildungsangebot für Content-Strateginnen und -Strategen in Europa.

Wir bilden Expertinnen und Experten für Content aus, der auf fundierten strategischen Konzepten basiert: Unsere Studierenden lernen, wie man herausfindet, welche Inhalte die NutzerInnen brauchen, und wie die Botschaften der Organisation am besten kommuniziert werden. Wir vermitteln ihnen die Kompetenzen, Text, Bilder, Video- und Audiocontent zu erstellen, online zu publizieren und zu verwalten. Die Absolventinnen und Absolventen können Arbeitsabläufe planen, Teams koordinieren und den gesamten Content einer Organisation managen und verantworten.

Das Studium ist berufsbegleitend organisiert und wird hauptsächlich über E-Learning abgewickelt. Praxisprojekte machen rund ein Drittel des Studiums aus.

FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz
www.fh-joanneum.at/cos



Unterrichtssprachen:
Deutsch und Englisch

- 20 Studienplätze pro Jahr
- Zugangsvoraussetzungen:
Bachelor-Studium
Kommunikationswissenschaften,
Marketing, Design, Informatik;
Berufspraxis erwünscht
- Studiengangsleiter:
Mag. Heinz Wittenbrink

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.



BERUF & KARRIERE

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

“The irony of this communication is that the main goal of content strategy is to use words and data to create unambiguous content that supports meaningful, interactive experiences. We have to be experts in all aspects of communication in order to do this effectively.”

Rachel Lovinger

Content Strategy Lead bei Razorfish

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	Master-Arbeit 20 ECTS
	Wahlmodule 4 ECTS	Wahlmodule 3 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	

INNOVATIVE KOMMUNIKATION FÜR MORGEN

Die Internationalisierung der Gesellschaft sowie der Anspruch, mit jedem Kommunikationsvorgang höchst unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen und gleichzeitig für gelingende Kommunikation sorgen zu müssen – diesen Herausforderungen für Kommunikationsprofis in Unternehmen und Organisationen trägt der postgraduale MasterLehrgang „Public Communication“ Rechnung: Hier bauen die TeilnehmerInnen wissenschaftlich fundiert und im Austausch mit internationalen Expertinnen und Experten ihre fachliche Kompetenz aus.

Der akademische Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen (insgesamt ca. 14 Tage pro Semester) sowie E-Learning und (betreute) Selbstlernphasen. Im vierten Semester findet individuelle Terminvereinbarung statt (Seminar zur Master's Thesis).

Public Communication steht für eine erfolgreiche, zukunftsgerichtete Neudefinition von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

„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)

FACTS



Master of Arts in Social Sciences
(MA)



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz
www.fh-joaanneum.at/com



Unterrichtssprache:
Deutsch / Englisch

- 18 Studienplätze pro Jahr
- Lehrgangleiter:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
- Kosten: 2.500,- pro Semester
- Vortragende mit internationalem Renommee

Wussten Sie, ...

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



AUFSTIEGSCHANCEN & KARRIERE

Der Lehrgang richtet sich an PR-PraktikerInnen, die sich der Verantwortung und den neuen Herausforderungen von Kommunikation (in leitenden Positionen) stellen müssen. Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs sind bestens gerüstet, um die gesteigerten 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 NGOs
- in Unternehmen
- in exportorientierten KMUs
- in PR-, Werbe- und Marketingagenturen
- in Medienbüros
- in Interessensverbänden

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS per Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Studieneingangsphase 2 ECTS	Multilevel Governance 5 ECTS	Campaigning & Advertising (inkl. Englisch) 5 ECTS	Master's Thesis und Seminar zur Master's Thesis 30 ECTS
Rhetorik, Präsentation und Repräsentation (inkl. Englisch) 7 ECTS	Medien- und Kommunikations- soziologie 5 ECTS	Content Strategie und Produktion 5 ECTS	
Social Media für Kommunikationsberufe 6 ECTS	Gender und Diversity 3 ECTS	Marken- und Community Building 3 ECTS	
Konzeption und Strategie 3 ECTS	Publishing 5 ECTS	Projektplanung und -realisierung 3 ECTS	
Storytelling 3 ECTS	Medien, Politik und Wirtschaft im internationalen Kontext 5 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten, Research- und Evaluierungstechniken 4 ECTS	
Visuelle Kommunikation 3 ECTS	Inter- und intrakulturelle Kommunikation 4 ECTS	Wahlfach 1 + 2 10 ECTS	
Rechtliche Aspekte 3 ECTS	Presentations, Meetings and Negotiations 3 ECTS		
Kommunikationsethik 3 ECTS			
Sozialisierung 2 ECTS	Online - Offline 24 ECTS	Wahlfach 10 ECTS	
Präsentation und Kommunikation 23 ECTS	Medien und Gesellschaft 24 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten und Forschung 37 ECTS	

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 Studiums noch nicht gekannt hat.

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

Als Wahlfach im 3. Semester stehen folgende Themen zur Auswahl: Kommunale PR, Politische Kommunikation, NPO/NGO-Kommunikation, Change Communication und Krisenkommunikation, Open Data - Big Data, Lobbying und Public Affairs und Wissenschaftskommunikation.

WIR MACHEN TECHNIK VERSTÄNDLICH.

Die Internationalisierung von Unternehmen sowie der Anspruch, mit verschiedenen Dokumentationsprodukten unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen und gleichzeitig die Erstellungskosten niedrig zu halten, sind zukünftige Herausforderungen für Dokumentationsprofis in Unternehmen. Diesen trägt der Master-Lehrgang Rechnung: Hier bauen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissenschaftlich fundiert und im Austausch mit Expertinnen und Experten aus der Praxis ihre fachliche Kompetenz aus.

Technische Redakteurinnen und Redakteure tragen mit den vielfältigen Medien der Technischen Dokumentation dazu bei, dass Anwenderinnen und Anwender schnell und sicher neue Geräte handhaben können und Freude am Umgang damit haben. Sie stellen aber auch sicher, dass die gesetzlichen Anforderungen an die Produkte erfüllt werden. Der anwendungsorientierte Master-Lehrgang bietet die Möglichkeit, eine in der Berufswelt zunehmend nachgefragte Qualifikation zu erwerben.

Der Master-Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen – insgesamt rund elf Wochenenden pro Semester – sowie E-Learning und (betreute) Selbstlernphasen. Für das Seminar zur Master's Thesis im dritten Semester findet individuelle Terminvereinbarung statt.

FACTS



Master of Science (MSc)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz
www.fh-joanneum.at/ted



Unterrichtssprache:
Deutsch / Englisch

- 18 Studienplätze pro Jahr
 - Kosten: 3.500,- pro Semester
 - Lehrgangsführer: FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer (interimistisch)
 - Vortragende aus renommierten Industriebetrieben
 - Start: Sommersemester 2017
-

Wussten Sie, ...

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



AUFSTIEGSCHANCEN & KARRIERE

Der Master-Lehrgang richtet sich einerseits an MitarbeiterInnen in Firmen, die bereits für die Erstellung von Technischen Dokumentationen verantwortlich oder daran beteiligt sind, aber keine qualifizierte Ausbildung besitzen – „QuereinsteigerInnen“ –, andererseits an Personen aus angrenzenden Fachgebieten, die eine Zusatzqualifikation anstreben.

Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs sind bestens gerüstet, in allen Branchen – auch in Führungspositionen – die Verantwortung für die Entwicklung und Implementierung von Anleitungen für verschiedene Zielgruppen zu übernehmen und bestehende Dokumentationsprozesse unter wirtschaftlichen und technischen Aspekten zu optimieren.

„In den 16 Jahren meiner beruflichen Tätigkeit in der Automobilindustrie hat sich die Technische Dokumentation zu einem komplexen, vielschichtigen Prozess entwickelt. Technische Redakteurinnen und Redakteure konnten ihre Tätigkeit zu einer verantwortungsvollen Position mit hoher Management-Attention ausbauen und sind zu einem anerkannten Partner aller Unternehmensbereiche geworden.“

DI Werner Schwaiger,
Initiator des Lehrgangs, vormals verantwortlich für die Technische Dokumentation / Betriebsanleitungen bei der BMW Group

„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

CURRICULUM: 90 ECTS (30 ECTS per Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester
Studieneingangsphase 2 ECTS	Strukturierte Information und Redaktionssysteme 5 ECTS	Praxisorientierte Projektarbeit 5 ECTS
Grundlagen und Anwendungen, Dokumentationsprozesse 7 ECTS		
Didaktik und Methoden, Kommunikation und Wahrnehmung 6 ECTS	Juristische Aspekte und normative Anforderungen 5 ECTS	Master's Thesis, Seminar, Master's Thesis 25 ECTS
	Sprachmanagement 3 ECTS	
Professionelles Schreiben (Deutsch) I, Gestaltung, Layout und Typographie, Darstellungstechniken und Informationsgrafik, Principles of Technical Writing in English I 15 ECTS	Medienproduktion, Online-Dokumentation, Professionelles Schreiben (Deutsch) II, Principles of Technical Writing in English II 16 ECTS	
	Wissenschaftliches Arbeiten 1 ECTS	

Sozialisierung	Grundlagen und Prozesse	Methoden	Inhaltsproduktion	Content Engineering	Recht
Sprachmanagement	Wissenschaftliches Arbeiten				





VISUAL STORYTELLING > BILDER & VIDEOS IN SOZIALEN MEDIEN > BILDÄSTHETIK > VISUELLE STRATEGIEN > RECHT & BILDMANAGEMENT > INFO-GRAFIKEN > DATENVISUALISIERUNG > BILDANALYSE

Kompetenzen für visuelles Denken und Entscheiden in Medien und Kommunikation – das Bild ist das neue Wort

Bilder, Videos, Infografiken oder die Visualisierung von Big Data generieren in allen Publikationskanälen höchste Aufmerksamkeit. Erfolgreiche Kommunikation von morgen braucht daher den perfekten Mix unterschiedlicher visueller Produkte. Für die Medien- und Kommunikationsportfolios von heute und morgen sind die Beherrschung visueller Strategien, die Kompetenz im Bildmanagement, der vertraute Umgang mit Visual Culture und das Wissen über Visual Studies unerlässlich.

Dieser Master-Lehrgang bietet eine fundierte, angewandte, akademische Ausbildung in den Bereichen Visuelle Kommunikation und Bildmanagement. Im Fokus stehen Strategien, die aus Bildquantitäten Bildqualitäten erzeugen, Bilderwelten strukturieren und den Einsatz visuellen Contents optimieren. So kann der größtmögliche Nutzen und Erfolg für professionelle Kommunikation lukriert werden.

„Das Berufsbild des Kommunikators in der PR-Branche und im Journalismus ist gerade einem entscheidenden Wandel unterworfen. Visualisierungen bekommen noch größere Bedeutungshoheit.“

Mag. Dr. Sabine Fichtinger
Generalsekretärin des Public Relations Verbandes Austria (PRVA)

FACTS



Master of Arts in Social Sciences (MA)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz
www.fh-joanneum.at/vis



Unterrichtssprache:
Deutsch / Englisch

- 20 Studienplätze pro Jahr
- Kosten: 2.900,- pro Semester
- Renommierte Vortragende aus dem In- und Ausland
- Lehrgangsführer:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer

STUDIENSTRUKTUR

- Kompakte Anwesenheitszeiten (eine Vorlesungs- und Seminarwoche jeweils zu Semesterbeginn, in der Folge einzelne Wochenendtermine)
- Betreute E-Learningphasen und Online-Sessions
- Selbststudium ausgewählter fachspezifischer Literatur
- Projekt- und Produktionseinheiten

INHALTE & SCHWERPUNKTE

- **Visual Studies:** Theorien, Methoden und angewandte Modelle Visueller Kommunikation
- **Fokus:** Foto/Print – Video/Bewegtbild – (Info)Grafik/Big-Data-Visualisierung – Social-Media-Bilder
- **Recherche:** Selektion, Analyse und Dokumentation unterschiedlicher visueller Materialien
- **Visual Culture:** Gesellschaftliche Aspekte von Bilderwelten
- **Corporate Imagery:** Visual Branding & Images in der Unternehmenskommunikation
- **Management:** Ökonomische und rechtliche Fragen am Markt der Bilder
- **Ambiance & Environment:** Bildwirkung – Bildästhetik – Bildsprache – Bildethik

„Bilder sind heute ein bestimmender Faktor unserer Kommunikation. Nur wer ihre Regeln kennt, kann sie für sich und andere nutzen. Bedingungen der Entstehung, Verbreitung und Rezeption von Bildern sind dabei ebenso wichtig wie motivgeschichtliche Traditionen oder kulturell spezifische Aspekte ihrer Wahrnehmung.“

Mag. Dr. Petra Bernhardt

Lektorin für Visuelle Kommunikation

JOB & KARRIERE

In allen Bereichen der Kommunikationsbranche – in Redaktionen ebenso wie im PR-Bereich und der Unternehmenskommunikation – 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
- Redaktionen,
- Bildredaktionen,
- Newsrooms
- PR- und Media-Agenturen
- Unternehmenskommunikation
- Medienbüros
- Content-Produzenten
- Web- und Info- und Kommunikationsdesigner
- Medienproduktionsfirmen

Wussten Sie, ...

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



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
	Visuelle Content-Strategien 4 ECTS	Master's Thesis und Seminar zur Master's Thesis 24 ECTS
Bewegtbildkommunikation 4 ECTS	Ethik visueller Kommunikation 2 ECTS	
Bilddatenbanken und Rechertechniken 4 ECTS	Speicherungstechniken 5 ECTS	
	Interaktive Medien 3 ECTS	
Projektarbeit: Produktionstechniken 5 ECTS	Projektarbeit: Bild - Video - Grafik 5 ECTS	



„Der 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.

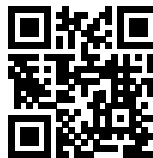
www.graz.at

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
www.fh-joanneum.at



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

