

INSTITUT Journalismus und Public Relations

Bachelor-Studium / Vollzeit

JOURNALISMUS UND PUBLIC RELATIONS (PR)

Master-Studium / Berufsbegleitend

CONTENT-STRATEGIE / CONTENT STRATEGY

Master-Lehrgang / Berufsbegleitend

PUBLIC COMMUNICATION

Master-Lehrgang / Berufsbegleitend

TECHNISCHE DOKUMENTATION

Master-Lehrgang / Berufsbegleitend

VISUELLE KOMMUNIKATION UND BILDMANAGEMENT



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

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:

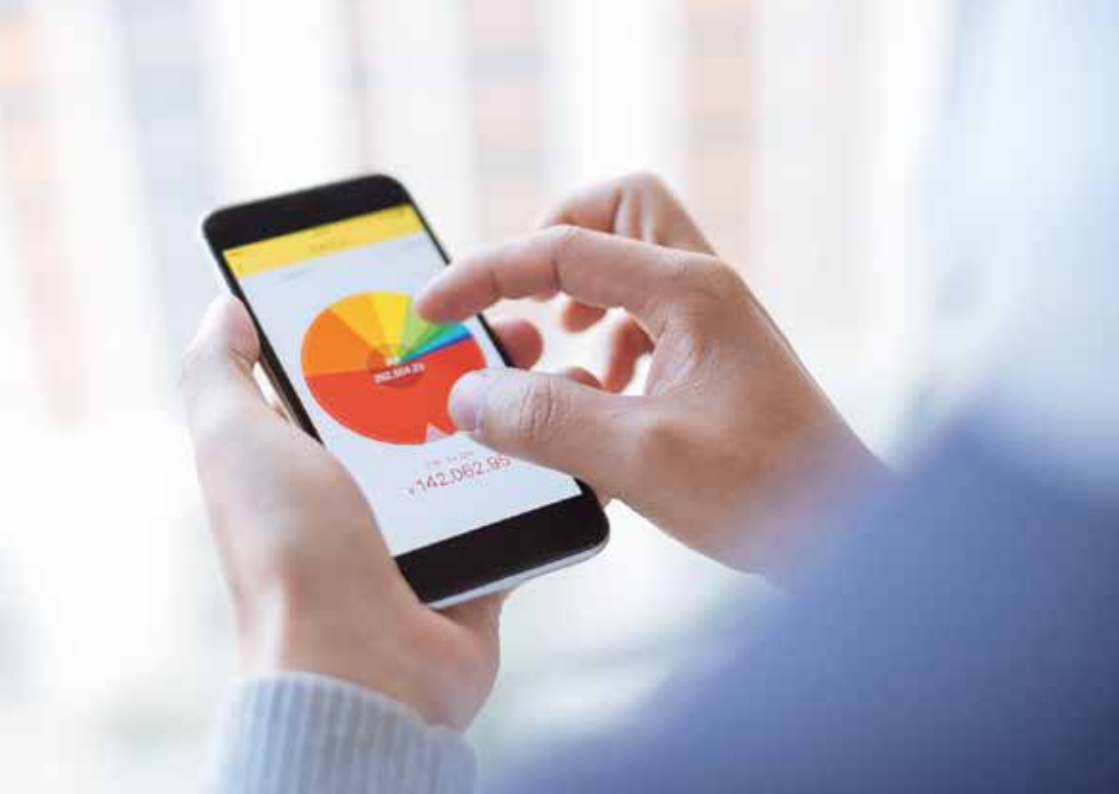
- Aneignung von Kompetenzen für die erfolgreiche Ausübung qualifizierter Medienberufe, vorrangig im Journalismus und den Public Relations
- Professioneller Umgang mit Sprache, Texten und Bildern in Berufen der Medien- und Kommunikationsbranche
- Generieren, bewerten und steuern gesellschaftlich relevanter 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 Master-Studium weiter spezialisieren: an der FH JOANNEUM beispielsweise am Department für 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 Bachelor-Arbeit) 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	Zweite Bachelor-Arbeit 10 ECTS	
Webliteracy 6 ECTS	Webcontent und Gestaltung 8 ECTS	Angewandte empirische Sozialforschung 5 ECTS	Fokus Digitaler Journalismus 1 12 ECTS		
	Wissenschaftliche Methoden 4 ECTS		Fokus Digitaler Journalismus 2 13 ECTS	Fokus Online-kommunikation 2 13 ECTS	





CONTENT-STRATEGIE / 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:

User Experience 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-Strategie. 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.

Online-Redaktion. Content Management.

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 Enterprise Content Management 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:
Deutsch / Englisch

- 20 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
Mag. Heinz Wittenbrink
- 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 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.

“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

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	Master-Arbeit 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.

Master-Lehrgang 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
- Lehrgangleiter:
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

„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 Master-Lehrgang ist berufs begleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen – insgesamt rund 14 Tage pro Semester – sowie E-Learning und Selbstlernphasen. Für das Seminar zur Master's Thesis 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			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	

Master-Lehrgang

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 Master-Lehrgang 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 verschiedene Redaktions- und Content-Managementssysteme kennen und beherrschen mit Abschluss des Studiums die marktführenden Softwaretools.

FACTS



Master of Science (MSc)



Berufsbegleitend



3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Deutsch / Englisch

- 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

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 Master-Lehrgang 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 Master’s Thesis im dritten Semester findet individuelle Terminvereinbarung statt.

„Kundenfreundliche und gesetzeskonforme Dokumentation technischer Produkte hat einen hohen Stellenwert in Wirtschaft, Dienstleistung und Industrie. Die Nachfrage nach qualifizierten Technischen Redakteurinnen und Redakteuren ist daher stark zunehmend. Mit dem Master-Lehrgang bieten wir eine Ausbildung an, die den Absolventinnen und Absolventen attraktive berufliche Perspektiven eröffnet.“

Mag. Martina Windisch-König
Lehrgangsleiterin

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.

„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 zur Master’s Thesis 25 ECTS
Professionelles Schreiben (Deutsch) I, Gestaltung, Layout und Typographie, Darstellungstechniken und Informationsgrafik, Principles of Technical Writing in English I 15 ECTS	Sprachmanagement 3 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				





Master-Lehrgang

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 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
- 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/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. Master-Arbeit.

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 Master-Arbeit.

„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 – 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, zum Beispiel

- in Redaktionen oder Bildredaktionen
- in Newsrooms
- in PR- und Media-Agenturen
- in der Unternehmenskommunikation
- in Medienbüros
- als Content-Produzentinnen und Content-Produzenten
- als Web-, Info- und KommunikationsdesignerInnen
- in Medienproduktionsfirmen

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

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

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	
Bewegtbildkommunikation 4 ECTS	Ethik visueller Kommunikation 2 ECTS	Master's Thesis und Seminar zur Master's Thesis 24 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/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, www.fh-joanneum.at

