

# 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](http://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	