

Masterstudium

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:
FH-Prof. 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