

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-joanneum.at/com



Unterrichtssprache:
Deutsch / Englisch

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

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

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

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	

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.