WIRTSCHAFT | INFORMATIONSTECHNOLOGIE | SOZIALES | ENERGIE & UMWELT | GESUNDHEIT

MASTER
DIGITALE MEDIEN UND KOMMUNIKATION

FH Burgenland
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

RUZICA GORANOVIC, ABSOLVENTIN

www.fh-burgenland.at

Fachhochschul-Masterstudiengang

Digitale Medien und Kommunikation

„Viele Jobs, für die Sie mit diesem Studium qualifiziert sind, sind heute noch gar nicht erfunden."

Studiengangsleiter Michael Roither

Know-how und Kompetenzen für die Kommunikation von morgen: Das bietet unsere inter- und transdisziplinäre Ausbildung von künftigen Vordenker*innen und Köpfen der Kommunikation. In diesem Studiengang sind Sie vor allem richtig, wenn Sie sich auf digitale Kommunikation spezialisieren und Ihre Kompetenzen in den Feldern Social Media, Crossmedia, User Centered Design und angewandter Medieninformatik erweitern wollen. Über den „Offline-Wurzeln" aus PR, Marketing und Journalismus steht als gemeinsamer Nenner und Zielmedium die Webkommunikation, im Masterstudium stets mit Fokus auf Konzeption und Strategie.

Facts zum Studiengang

Studiendauer
4 Semester
Akademischer Grad
Master of Arts in Social Sciences – MA

Organisationsform
berufsbegleitend (i.d.R. alle zwei Wochen Freitag 14.00 bis 21.00 Uhr und Samstag 9.30 bis 17.15 Uhr), ca. 50% Fernlehre
Studiengebühren
keine

Studienort
7000 Eisenstadt, Campus 1

Sprache
Deutsch (einzelne Lehrveranstaltungen werden auf Englisch abgehalten)

Berufsfelder

Absolvent*innen sind auf Führungs- und Expert*innenpositionen in der Kommunikationsbanche bestens vorbereitet: speziell in PR und Marketing in den Creative Industries (Kommunikations- und Werbeagenturen), in Unternehmen, Organisationen und Medien – besonders an Schnittstellen zwischen Kommunikation und angewandter IT.

Online-Redaktion
Contentstrategien entwickeln, Inhalte recherchieren, multi- und crossmedial aufbereiten, an Zielgruppen im Web kommunizieren, monitoren und evaluieren

Online-Kommunikation
Social Media Manager*in, Community Manager*in, Content Manager*in, Kommunikationsmanager*in

Online-Marketing
Marktorientiert kommunizieren, webbasierte Businessmodelle entwickeln und umsetzen, Marken digital zum Leben erwecken und strategisch erfolgreich vermarkten

Das Besondere

- **Umfassender Zugang zur Kommunikation**, der dem Medium Internet gerecht wird: Grundlagen sowohl aus Journalismus und PR als auch aus Marketing und Werbung sorgen für ein breites Fundament der Online-Kommunikation
- Der **thematische Mix** im Lehrplan: Content trifft IT trifft Management – Content-Produktion und medientechnisches Know-how, Marketingkommunikation und redaktionelle Arbeit, Planung und Umsetzung im Business
- **Organisation**: hoher Online-Anteil und eine zeitliche Struktur, die einschlägige Berufstätigkeit bestens ermöglicht. Weitere Eckpfeiler sind der ständige Theorie-Praxis-Transfer und der Unterricht auf Augenhöhe in Kleingruppen zu max. 20 Studierenden im „Inverted Classroom"-Prinzip
- **Internationalisierung** durch Fachunterricht auf Englisch, Vorträge von Native Speakers und internationale Exkursionen u. a. nach Dublin und Berlin

Anmeldung und Aufnahme

Zugang	Abschluss eines mindestens dreijährigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung Detailinfos unter www.fh-burgenland.at/zugang
Anmeldung	bis 31. Mai unter www.fh-burgenland.at/anmeldung danach Anmeldung für Restplätze möglich
Aufnahmeverfahren	Aufnahmegespräch

Modulbeschreibungen

Titel des Moduls	ECTS pro Semester			
ONLINE-REDAKTION • Recherche • Schreibwerkstatt – effizientes und effektives Texten/Pressetexten • Journalistische Darstellungsformen/Genres • Redaktionelle Techniken – Storytelling, Interview • Onlinejournalismus, Webspezifika • Multimedia Storytelling, audiovisuelle Beiträge - redaktionelle Planung, Gestaltung, Umsetzung • Corporate/Image-Filme – Briefing, Konzeption, Abnahme • Optional: Exkursion zu national und/oder international tätigen Crossmedia-Redaktionen in Medien, Organisationen, Unternehmen	6	6		
USER-CENTERED DESIGN • Grundlagen der Gestaltung – Wahrnehmung, Gestaltpsychologie, Farben- und Formlehre; Video, Animation, Podcast, Visualisierung, Screen Design • Typografie und Layout; Corporate Design & Identity • Daten- und Informationsvisualisierung – Wire Frames, Mockups, Design-Prototypen, Vorlagen • Video – Grundlagen, Qualitätskriterien, Einsatzgebiete, Tools, Formen • Audio & Podcasting – Grundlagen, Qualitätskriterien, Einsatzgebiete, Tools, Formen • Partizipativer Designprozess – Sounddesign, Mikrosprechen, Schnitt, Mix, Postproduction • Grundlagen der Experience - Human Centered Design, Persuasion, Konzepte, Customer Journey, Personas, Empathy Maps • Research & Evaluation - Produktentwicklungsprozess, Expectation Management, UX-Methoden, Usability-Methoden • Design Thinking - Grundlagen, Einsatzszenarien, Umsetzung • Customer Experience Management - 3 Vs, 5E Experience Model & Journey Map, CX Strategy Canvas • Optional: Exkursion zu international tätigen Organisationen der Creative Industries	12	6		
MEDIENINFORMATIK UND WEBTECHNOLOGIEN • Einführung in die Informatik - Grundbegriffe, Geschichte • Einführung in die Webtechnologien - Netzwerk, Protokolle, Formate, Sicherheit, Web Analytics • Server und Cloud-Grundlagen - Webservices • Dienste - Cloud, Messaging • Serverarchitekturen und Datenbanken • HTML, CSS, Javascript und Ajax • CMS (Backend) - Übersicht, Auswahlprozess: Wordpress und weitere aktuelle CMS • Frameworks (Frontend) - Anwendungszwecke, Überblick, Site-Einbindung, Plugin-Installation, Einblick in Programmierung • Mobile, Responsive, technisches Design und App • Organisation der Webentwicklung - Tools, Workflow, technische Herausforderungen • Angewandte Webtechnologien - Advertising, Tracking, IT-Security, Datenschutz • Technisches IT-Projektmanagement - OML, ERD, Pflichtenheft • Wirtschaftliches IT-Projektmanagement - Schätzmethoden, Agile Management, Pflichtenheft	6	6	6	
MARKETINGKOMMUNIKATION • Grundlagen des Marketing und seiner Disziplinen - Promotion, Werbung, Dialogmarketing, Verkaufsförderung, Product Placement • Grundlagen der Public Relations und ihrer Disziplinen - Eventkommunikation, Lobbying, Investor Relations, Corporate Social Responsibility • Integrierte Kommunikation • Grundlagen der Social Media Kommunikation • Online & Social Media Marketing mit Schwerpunkt Kampagnen • Krisenkommunikation • Reputationsmanagement • Markenkommunikation & Branding	6	6		
CAPSTONE PROJECT (vormals Entwicklungsredaktion) • Planung, Umsetzung und Evaluation eines realen Praxisprojektes in einem selbstgewählten Schwerpunktfeld (Content, PR, Marketing, IT, UX) • Konzeption • Projektmanagement • Strategie • Präsentation & Pitching		6	4	
COMMUNITY MANAGEMENT • Community Management in Digitalen Medien - Moderation, Guidelines, User Generated Content, Social Media Monitoring • Kommunikations- und Marketingpsychologie • Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Advertising (SEA) & Web Analytics			6	
KOMMUNIKATIONSRECHT UND -ETHIK • Urheberrecht; Medienrecht; Markenrecht; Datenschutzrecht • Kommunikations- und Medienethik			6	
KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT UND LEADERSHIP • Grundlagen der BWL und des Managements mit Schwerpunkt Kommunikation und Medien • Leadership in der Kommunikationsbranche • Verhandlungs- und Gesprächsführung • Innovationsmanagement				6
SPEZIALTHEMEN IN DIGITALEN MEDIEN • „Career Master Talk“: Berufsfeld Kommunikation aktuell • Digitale Medien- und Kommunikationslandschaft aktuell • Weiters spezielle Themen des Feldes Digitale Medien und Kommunikation, beispielsweise: Data Driven Marketing, Performance Marketing, Marketing Automation, Growth Hacking, Neuromarketing, Digital Advertising, Articificial Intelligence (AI) in der Kommunikationsbranche • Optional: Exkursion zu einem Hotspot der Digitalen Medien, beispielsweise Dublin				4
FORSCHUNGS-, ENTWICKLUNGS- UND INNOVATIONSMETHODEN • Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Wirkungsforschung • Angewandte Statistik und Datenanalyse • Quantitative und Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung			6	
SEMINAR ZUR MASTERARBEIT • Erstellung der Struktur der Masterarbeit in drei Phasen: Exposé, Inhaltsverzeichnis und Struktur theoretischer Teil, Anlage empirischer Teil, Methode			2	2
MASTERARBEIT UND MASTERPRÜFUNG • Selbständiges Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit mit individueller Betreuung				18

ECTS = European Credit Transfer System

Fachhochschule Burgenland

FH BURGENLAND.
BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN.

Die FH Burgenland bietet an zwei Studienzentren in Eisenstadt und Pinkafeld Bachelor- und Masterstudiengänge in fünf Departments an:

- Wirtschaft
- Informationstechnologie
- Soziales
- Energie & Umwelt
- Gesundheit

Thematisch setzen wir auf Zukunftsthemen. In der Lehre sind uns persönliche Betreuung und hohe Praxisorientierung wichtig – das alles ohne Studiengebühren.

Besonderes wachsen lassen
Eine einzigartige Community an Lehrenden, die zum Großteil aus der Praxis kommen, begleitet und fördert die Führungskräfte der Zukunft auf ihrem Erfolgsweg. Das Studienerlebnis ist geprägt von Interkulturalität und Regionalität, Innovation und Forschung.

Lebenslanges Netzwerk
Mehr als 12.000 Absolventinnen und Absolventen haben an der FH Burgenland graduiert. Sie haben bei ihrer Sponsion nicht nur ein Diplom erhalten, das sie zum Tragen eines akademischen Titels berechtigt, sondern auch gute Perspektiven für ihr zukünftiges Berufsleben.

Folgen Sie uns auf unserer virtuellen Tour durch den Campus Eisenstadt:

Der Campus Eisenstadt

Das Studienzentrum in Eisenstadt mit ungefähr 10.000 Quadratmetern Nutzfläche bietet Platz für Hörsäle und Seminarräume in verschiedenen Größen und eine exzellent bestückte Bibliothek. Immer wieder bieten Begegnungszonen die Möglichkeit für kurze Auszeiten oder die Gelegenheit für den Austausch mit Studienkolleg*innen. Studierendenheim und Mensa sind Teil des Campus. Parkmöglichkeiten finden Sie vor dem Haus. Fitnessstudio, Geschäfte und Gastronomie sind zu Fuß erreichbar. Forschung im Medienlab oder in den Marktforschungslaboren werten die Lehre am Campus weiter auf.

Besuchen uns auch online!

Follow us on:

In 3 Schritten zum Studium

1 Informieren

Online auf www.fh-burgenland.at und unserem Youtube-Kanal youtube.com/fhsburgenland
Persönlich auf unseren Infotagen im Dezember und im März an beiden Studienzentren.
Aktuelle Beratungstermine unter www.fh-burgenland.at/beratung
Wir beantworten gerne alle Fragen auf unserer InfoLine +43 5 7705-3500
und per E-Mail beratung@fh-burgenland.at.

2 Bewerben

Onlineanmeldung bis 31. Mai unter www.fh-burgenland.at/anmeldung
Alle weiteren Infos zum Bewerbungsprozess kommen direkt per E-Mail.

3 Studieren

Nach erfolgreichem Bewerbungsprozess und Einzahlung einer Kaution freuen wir uns, Sie ab Anfang September als Student bzw. Studentin an unseren Studienzentren begrüßen zu können.

Fachhochschule Burgenland GmbH

Studienzentrum Eisenstadt | Campus 1 | 7000 Eisenstadt
Studienzentrum Pinkafeld | Steinamangerstraße 21 | 7423 Pinkafeld

Tel.: +43 5 7705

E-Mail: office@fh-burgenland.at | **www.fh-burgenland.at**

Stand 11.2023. Die Inhalte der Broschüre wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen. Alle Angaben vorbehaltlich Änderungen und Druckfehler.
Konzept & Gestaltung: Unique Werbeagentur, Sarah Reinprecht | Fotos: Ian Ehm, Digital Hub Vienna 2017, Studierende IMK, Wolfram Rinke, Shutterstock, Birgit Machtinger.