

KOMMUNIKATION, WISSEN, MEDIEN

MASTERSTUDIUM, VOLLZEIT

Interdisziplinäres Know-how für digitale Medien und Online Kommunikation

Die fortschreitende Digitalisierung fordert von Organisationen innovative Lösungen für neue Problemstellungen. In einer globalen, vernetzten und digitalen Wissensgesellschaft spielen webbasierte Medien, interkulturelle Kompetenz und lebensbegleitendes Lernen eine ebenso wichtige Rolle wie die interne und externe Kommunikation.

Deswegen verbindet der interdisziplinäre Master Kommunikation, Wissen, Medien kommunikationswissenschaftliche, pädagogische und psychologische Themen mit Inhalten aus den Bereichen Web-Design, Web-Programmierung und User Experience Design. Das Studium ermöglicht durch sein breites Angebot an Wahlpflichtmodulen eine individuelle Schwerpunktsetzung in den Themenfeldern Kommunikation, Web, Lernen und/oder Organisation und dabei auch eine stärkere Fokussierung auf technische oder sozialwissenschaftliche Bereiche.

Karriere

Absolvent*innen dieses Studiums arbeiten an der Schnittstelle zwischen Mensch, Organisation und Technik. Ihre kombinierten Kompetenzen in den Bereichen Analyse, Konzeption, Design, technische Umsetzung und Evaluation ermöglichen ihnen den Zugang zu vielfältigen modernen Berufsfeldern. Sie sind als Expert*innen für Online Marketing, interne und externe Kommunikation, E-Learning und Personalentwicklung, Websiteoptimierung und User Experience gefragt. Zum Beispiel arbeiten sie als Social Media Manager*in, E-Learning-Consultant, HR-Manager*in, UX-Designer*in, Webentwickler*in, IT-Consultant, Product Owner oder Projektmanager*in.

Themen

- » **Kommunikation:** Mediennutzung und -wirkung, Medien- und Kommunikationsmanagement, Social Media Marketing
- » **Web:** Webprojektmanagement, Social Web, Mobile Web Development
- » **Organisation:** Leadership und Human Resources
- » **Lernen:** E-Learning & Instructional Design, Medienpädagogik
- » **Interdisziplinäre Wahlpflichtfächer:** Storytelling und Videoproduktion, Lernarrangements und lebensbegleitendes Lernen, User Experience und Informationsvisualisierung, Digitalisierung, Innovationsmanagement, Lernende Organisation (Change Management), Multi-Disciplinary Design Thinking usw.

Kurzprofil

Akademischer Abschluss:

Master of Arts in Social Sciences (MA)

Studiendauer:

4 Semester (120 ECTS)

Zahl der Studienplätze je Studienjahr:

20

Zugangsvoraussetzungen:

abgeschlossenes, fachenschlüssiges, mind. dreijähriges Bachelor- oder Diplomstudium (FH oder Universität)

Bewerbung:

online bis spätestens 30.6.

www.fh-ooe.at/bewerbung

Aufnahmeverfahren:

Bewerbungsgespräch

Anerkennung nachgewiesener Kenntnisse:

individuell für einzelne Lehrveranstaltungen möglich

Arbeit und Studium:

Stundenplangestaltung und Blended Learning Elemente ermöglichen eine Teilzeitbeschäftigung mit flexibler Arbeitseinteilung

Kosten:

€ 363,36 pro Semester + ÖH-Beitrag für Studierende aus EU- und EWR-Staaten

www.fh-ooe.at/kwm-ma

Studienplan

Lehrveranstaltungen (Kernfächer)	ECTS-Punkte pro Semester			
	1	2	3	4
Mediennutzung und Medienwirkung				
Einführung in die Mediennutzung und Medienwirkung	2			
Angewandte Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung	3			
Konzeption und Webprojektmanagement				
Webprojektmanagement	5			
Forschungsseminar				
Methoden der empirischen Sozialforschung	3			
Wissenschaftliches Schreiben	2			
Brückenmodul				
Grundlagen der Webentwicklung	3			
User-Centered Design: Grundlagen und Methoden	1			
E-Learning: Konzepte und Systeme	1			
Intercultural Online Collaboration				
Intercultural Online Collaboration		5		
Social Web				
Social Web		5		
Leadership & Human Resources				
Personalentwicklung		2,5		
Führung		2,5		
Medien- und Kommunikationsmanagement				
Medien- und Pressearbeit, Stakeholderkommunikation			2,5	
Kommunikationsstrategien			2,5	

Lehrveranstaltungen (Transferkompetenz)	ECTS-Punkte pro Semester			
	1	2	3	4
Seminare, Projekte und Masterarbeit				
Projekt I: Praxis	4			
Angewandtes Projektmanagement	1			
Projekt II: Praxis		5		
Masterarbeitsprojekt			15	
Masterarbeit				23
Masterarbeitsseminar				1
Masterprüfung				1

Lehrveranstaltungen (Profilbildung)	ECTS-Punkte pro Semester			
	1	2	3	4
Wahlpflichtmodule				
Im 1. und 4. Semester ist jeweils ein Modul, im 2. und 3. Semester sind jeweils zwei Module zu wählen:	5	10	10	5
E-Learning und Instructional Design: Instructional Design, E-Learning Production (5 ECTS, WS*)	o			
User Experience & Informationsvisualisierung: User Experience & Interaction Design, Benutzerzentrierte Informationsvisualisierung gr. Datenmengen (5 ECTS, WS*)	o			
Hypermedia 1: Hyperm. Frameworks (6 ECTS, WS*)	o			
Digitalisierung: Technologien und Einsatzszenarien, Ethik und Digitalisierung, Datenschutz und Medienrecht (5 ECTS, SS*)		o		
Hypermedia 2: Rich Internet Applications (6 ECTS, SS*)		o		
Lernarrangements & Lebensbegleitendes Lernen, E-Learning: Trends & Entwicklungen (5 ECTS, SS*)		o		
Storytelling & Videoproduktion (5 ECTS, SS*)		o		
Informationsvisualisierung: Interaktive Informationsvisualisierung (5 ECTS, SS*)			o	
Innovationsmanagement: Business Model Innovation, Trend und Innovation Lab (5 ECTS, WS*)			o	
Medienpädagogik (5 ECTS, WS*)			o	
Mobile App Development (5 ECTS, WS*)			o	
Online Relations: Social Media Marketing, Customization und Relationship Management (5 ECTS, SS*)				o
Lernende Organisation: Change Management, Organisationales Lernen, Gruppenmethoden, Moderation und Führung (5 ECTS, SS*)				o
Multi-Disciplinary Design Thinking: Design Thinking for Digital Innovation (5 ECTS, SS*)				o

ECTS: European Credit Transfer System (= Anrechnungspunkte für Studienleistungen). Es sind jeweils 30 ECTS pro Semester (insgesamt 120 ECTS) zu absolvieren.
 o wird in diesem Semester empfohlen, kann je nach persönlichem Studienplan/Auslandsaufenthalt auch im anderen Studienjahr im * WS (=Wintersemester) bzw. * SS (=Sommersemester) absolviert werden.



Viele Berufe, die durch digitale Medien entstanden sind, erfordern eine interdisziplinäre Ausbildung um den Herausforderungen und Chancen einer dynamischen und flexiblen Arbeitswelt begegnen zu können.

FH-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Tanja Jadin, Studiengangskoordinatorin

International

Ein Auslandsemester ist im 3. Semester möglich. Partnerhochschulen sind unter anderem die University of the Sunshine Coast (Australien), die Laurea University of Applied Sciences (Finnland), die Karlstad University (Schweden), die University of Agder (Norwegen) und das Waterford Institute of Technology (Irland).

Praxis und Forschung

Im Rahmen von Projekten arbeiten die Studierenden bereits im 1. und 2. Semester an praxisrelevanten Aufgaben aus der Wirtschaft und Industrie. Im 1. Semester ist zudem ein Forschungsseminar vorgesehen.

Zu den Forschungsthemen dieses Studiengangs zählen Lernen und Arbeiten in digitalen Zeiten, webbasierte Medien und Online Kommunikation sowie Personalized Human Computer Interaction. Die Forschungsergebnisse fließen in die Lehre ein, Studierende haben zudem die Chance an Forschungsprojekten mitzuarbeiten. Der Stundenplan ermöglicht eine Teilzeitbeschäftigung als Einstieg in die Berufstätigkeit.

Wussten Sie, dass ...

... der Studiengang jährlich in der Tabakfabrik Linz eine fakultätsübergreifende, multi-disziplinäre Innovation Week mit Unternehmen aus der Wirtschaft und Industrie veranstaltet.

Kontakt

Studiengangsleiter: FH-Prof. Mag. Dr. Josef Altmann

Studiengangskoordinatorin: FH-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Tanja Jadin

Studiengangsadministration: Elke Ortner

FH OÖ Fakultät für Informatik, Kommunikation und Medien

Softwarepark 11, 4232 Hagenberg/Austria

Tel: +43 5 0804 22600

E-Mail: kwm@fh-hagenberg.at, www.fh-ooe.at/kwm-ma