

Kommunikation, Wissen, Medien

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.

Akademischer Abschluss

→ Master of Arts in Social Sciences (MA)

Studiendauer

→ 4 Semester (120 ECTS)

Zahl der Studienplätze je Studienjahr

→ 20

Zugangsvoraussetzungen

→ abgeschlossenes, facheinschlägiges, mindestens dreijähriges Bachelor- oder Diplomstudium (FH oder Universität)

Bewerbung

→ online – Tipps & Termine auf 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



Studienplan

Lehrveranstaltungen (Kernfächer)	ECTS / 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	

Transferkompetenz	ECTS / 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

Profilbildung	ECTS / 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. Module können aus dem 1. bzw. 2. Studienjahr gewählt werden.		5	10	10	5
E-Learning und Instructional Design (5 ECTS, WS ¹)		•			
Hypermedia UX Engineering (5 ECTS, WS ¹)		•			
User Experience & Informationsvisualisierung (5 ECTS, WS ¹)		•			
Datenintensiver Journalismus: Grundlagen (5 ECTS, SS ²)			•		
Digitalisierung (5 ECTS, SS ²)			•		
Hypermedia Frameworks (5 ECTS, SS ²)			•		
Storytelling & Videoproduktion (5 ECTS, SS ²)			•		
User Interfaces (5 ECTS, SS ²)			•		
Datenintensiver Journalismus: Praxis (5 ECTS, WS ¹)				•	
Innovationsmanagement (5 ECTS, WS ¹)				•	
Medienpädagogik (5 ECTS, WS ¹)				•	
Mobile App Development (5 ECTS, WS ¹)				•	
Lernarrangements & Lebensbegleitendes Lernen (5 ECTS, SS ²)					•
Lernende Organisation (5 ECTS, SS ²)					•
Multi-Disciplinary Design Thinking (5 ECTS, SS ²)					•
Online Relations (5 ECTS, SS ²)					•

ECTS: European Credit Transfer System (= Anrechnungspunkte für Studienleistungen). Es sind jeweils 30 ECTS pro Semester (insg. 120 ECTS) zu absolvieren.

* wird in diesem Semester empfohlen, kann aber je nach persönlicher Planung des Studiums oder Auslandsaufenthalt auch im anderen Studienjahr im ¹ WS (=Wintersemester) bzw. ² SS (=Sommersemester) absolviert werden.

International

Ein Auslandsemester ist im 3. und/oder 4. 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 Studium

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

- Digitalisierung im Lern- und Arbeitskontext
- 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.

Gut zu wissen

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



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

Kontakt

Studiengangsleitung

→ FH-Prof. Mag. Dr. Josef Altmann

Studiengangskoordination

→ FH-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Tanja Jadin

Studiengangsadministration

→ Elke Ortner

→ Karin Kocher

FH OÖ Fakultät für Informatik,
Kommunikation und Medien
Softwarepark 11, 4232 Hagenberg/Austria
+43 5 0804 22600 | kwm@fh-hagenberg.at
fh-ooe.at/kwm-ma