



MEDIEN & DESIGN

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

CREATE WITH PURPOSE

Hier macht das
Studium Sinn.

www.fh-joanneum.at | Austria | Styria



FH JOANNEUM

An der FH JOANNEUM studieren wir auf Basis einer fundierten theoretischen Grundlage praxisbezogen, projektorientiert und interdisziplinär. Das große Netzwerk unserer Hochschule ermöglicht uns Berufspraktika bei namhaften Unternehmen und Institutionen im In- und Ausland sowie Auslandssemester an einer von über 200 Partnerhochschulen weltweit.

GRAZ – Wissenschaft und Kultur

In Stichworten: rund 300.000 Einwohner:innen, davon über 60.000 Studierende an insgesamt acht Hochschulen. Eine historische Altstadt, die UNESCO-Weltkulturerbe ist. Zeitgenössische Kunst und Musik, moderne Architektur, die als Grazer Schule Ruhm erlangte. Ökostadt. City of Design, Wirtschafts- und Innovationszentrum. Mediterranes Flair, urbanes Feeling und gastronomische Highlights.

www.graz.at



„Wir werden zusammen mit unseren ambitionierten Studierenden sowie Absolvent:innen die Bedeutung von Design, Medien und Kommunikation weiter stärken – in Graz, in der Steiermark und darüber hinaus.“

FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Vorsitzender des Departments Medien & Design



Bachelorstudium INDUSTRIAL DESIGN

Am Studiengang „Industrial Design“ beschäftigen wir uns mit der Gestaltung von Produkten und Prozessen. Wir entwerfen intelligente Gegenstände und Nutzererfahrungen unter Einbezug kultureller, sozialer und ökologischer Entwicklungen. Nachhaltigkeit im Umgang mit innovativen Materialien sowie die Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Themen sind die Kernaufgaben. Unsere Studierenden gestalten Produkte: vom smarten Werkzeug bis zum autonomen Fahrzeug, von nachhaltigen Möbeln bis zum ausgeklügelten Sportgerät.

Das erwartet Sie im Studium:

- Erlernen theoretischer und angewandter Grundlagen im Design
- Erarbeiten diverser Research- und Analysemethoden im Designprozess
- Entwicklung, Argumentation und Visualisierung relevanter Designkonzepte
- Erlernen analoger und digitaler Darstellungstechniken
- 3D-Konstruktion und computerunterstützte Produktentwicklung
- Umgang mit nachhaltigen Materialien und digitaler Fertigungstechnik
- Erstellen von Modellen unter anderem im 3D-Druck und Rapid Prototyping
- Erlernen des wissenschaftlichen Arbeitens und Dokumentation

FACTS



Bachelor of Arts in Arts and Design (BA)



Vollzeit



6 Semester / 180 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch / ausgewählte Lehrveranstaltungen auf Englisch

• 18 Studienplätze pro Jahr

• Studiengangsleiter:
Prof. Mag.art. Thomas Feichtner

• 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/idb

Wussten Sie, ...

... dass wir für Menschen und Umwelt forschen, und dass wir mit vielen Unternehmen kooperieren?



Unser Atelier ist 24/7 für die Studierenden geöffnet. Jede:r Student:in hat einen eigenen Arbeitsplatz im Atelier, an dem man arbeiten, zeichnen, experimentieren oder einfach nur mit Kolleg:innen diskutieren kann. Das fördert den Erfahrungsaustausch und Studienanfänger:innen profitieren von der Unterstützung der Studierenden aus den höheren Semestern.



Masterstudium

Der weiterführende Master „Industrial Design“ der FH JOANNEUM bietet Ihnen die Möglichkeit, sich in Mobility Design oder Eco-Innovative Design zu vertiefen.

CURRICULUM: 180 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
5x5 Kurzprojekt 1 ECTS	Projektarbeit 2: Packaging Design 5 ECTS	5x5 Kurzprojekt 1 ECTS	Projektarbeit 4: Design + Innovation 12 ECTS	5x5 Kurzprojekt 1 ECTS	Bachelorarbeit 2 Bachelorprüfung 8 ECTS
Projektarbeit 1 5 ECTS		Projektarbeit 3: Design + Ergonomie 12 ECTS		Bachelorarbeit 1 Design + Prozess Seminar Bachelorarbeit 1 Portfolio 16 ECTS	
Freies Zeichnen Darstellungstechniken 1 Modellbau 1 Virtual Modeling Basic 10 ECTS	Darstellungstechniken 2 Modellbau 2 Fotografie 8 ECTS	Wahrnehmungs- & Farbpsychologie 2 ECTS	Digital Design Tools 1 3 ECTS	Digital Design Tools 2 2 ECTS	Berufspraktikum 22 ECTS
Gestalten 1 9 ECTS	Gestalten 2 Formgebung / Semantik Grafik-Design 1 15 ECTS	CAD 1 Engineering 1 8 ECTS	Grafik-Design 2 2 ECTS	Transportation Design Basics 4 ECTS	
Design Basics 2 ECTS		Darstellungstechniken 3 4 ECTS	Strategic Design 4 ECTS	Designgeschichte Philosophie + Design 4 ECTS	
Engineering Basics 2 ECTS		Kommunikation 1 Professional English 1 3 ECTS	CAD 2 Engineering 2 6 ECTS	Mechatronik 2 ECTS	
General English 1 1 ECTS	General English 2 2 ECTS	Kommunikation 2 Professional English 2 3 ECTS	Professional English 3 1 ECTS		

Projektarbeit	Darstellungskompetenz	Designkompetenz	Technologiekompetenz	Grundlagen & Methodik	Kommunikation & Präsentation
Bachelorarbeit	Berufspraktikum				

Bachelorstudium INFORMATIONSDSIGN

Informationen definieren unser Leben, unsere Arbeit und Wirtschaft grundlegend. Am Studiengang „Informationsdesign“ bilden wir Designer:innen aus, die kritisch denken und sich den kulturellen, ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit stellen. Mithilfe von Designwerkzeugen gestalten sie Umgebungen und Prozesse sowie Denk- und Handlungsweisen für eine sich schnell verändernde Welt neu.

Das erwartet Sie im Studium:

- anwendungsorientierte, breite Designkompetenz erwerben
- Projekte mit Partner:innen aus Kultur und Wirtschaft umsetzen
- innovatives, barrierefreies User Experience Design erlernen
- neue Medientechnologien kennenlernen und einsetzen
- Cross-mediale Konzepte entwerfen und umsetzen
- Interdisziplinäre Gestaltung mit Bild, Video, Text und Code erlernen
- Design Thinking Skills erwerben
- ein Start-up gründen

Ab dem 4. Semester können Sie zwischen den Vertiefungen „Communication Design“, „Media Design“ und „Interaction Design“ wählen und sich in einer der vielen Disziplinen des Informationsdesigns spezialisieren. Das Berufspraktikum im 6. Semester kann im In- oder Ausland absolviert werden. Auch ein Auslandssemester an einer unserer mehr als 80 Partnerhochschulen ist möglich.

Berufsfelder

Das Berufsfeld unserer Absolvent:innen liegt in den Creative Industries. Das sind Designbüros, Werbeagenturen, Verlage, UX- und Web-Design-Firmen, Film- und Videoproduktionsstudios. Oder sie arbeiten als Designer:innen in Kunst, Kultur und Wirtschaft. Zudem können sie ihr Studium mit einem Master fortsetzen, an der FH JOANNEUM zum Beispiel mit „Ausstellungsdesign“ oder „Communication, Media, Sound and Interaction Design“.

FACTS



Bachelor of Arts in Arts and Design (BA)



Vollzeit



6 Semester / 180 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 59 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiterin: **Birgit Bachler, MDes PhD**
- 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/ind

Wussten Sie, ...

... dass wir jedes Jahr eine International Design Week organisieren, wo Lehrende aus aller Welt eingeladen sind, mit unseren Studierenden Projekte zu entwickeln?



State-of-the-Art-Infrastruktur:

- Mehrere Audiostudios und ein Videostudio mit Dolly, Kran und Licht.
- Verleih von Audio- und Video-Equipment, Rapid Prototyping Tools und Interface-Technologien an Studierende.
- Der Vision Space ermöglicht 3D-Projektionen, Spatialisation und Motion Tracking.

- Für das Prototyping und Erforschen aktueller technischer Strömungen stehen 3D-Printer, Lasercutter, Tiefenkameras, VR-Brillen, Mikrokontroller und Computerlabore zur Verfügung.

CURRICULUM: 180 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Typographie 1 3 ECTS	Design Thinking 1 3 ECTS	Audioschnitt und Aufnahmetechnik 2 ECTS	Generatives Design 2 3 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten 1 ECTS	Seminar zum Berufspraktikum 3 ECTS
Geschichte und Theorien des Designs 2 ECTS	Kunsttheorie und gestalterische Praxis 2 2 ECTS	Sounddesign und Postproduktion 2 ECTS	Kunsttheorie und gestalterische Praxis 4 2 ECTS	Medienrecht 2 ECTS	Seminar zur Bachelorarbeit 2 3 ECTS
Kunsttheorie und gestalterische Praxis 1 2 ECTS	Design Lectures 1 2 ECTS	Videoschnitt und Postproduktion 2 ECTS	Medientheorie 2 1 ECTS	Design Thinking 2 2 ECTS	
Informationsdesign 1 2 ECTS	Informationsdesign 2 2 ECTS	Media Production 7 ECTS	Portfolio 2 ECTS	Design Lectures 2 2 ECTS	
Cultural Studies 1 ECTS	Typographie 2 1 ECTS		Kommunikations- methoden- 1 ECTS	Advertising 1 ECTS	
Informatik für DesignerInnen 3 ECTS	User-zentriertes Design 2 ECTS		Responsive Environments 2 ECTS	Seminar zur Bachelorarbeit 1 2 ECTS	
Usability Testing 2 ECTS	3D-Modelling und 3D-Animation 3 ECTS	Kunsttheorie und gestalterische Praxis 3 2 ECTS	User Interface Design 2 ECTS	Wahlpflichtfächer: Szenographische Interventionen · User Experience Design · Web Programming · Package Design · Projektmanagement · Social and Sustainable Design 9 ECTS	Berufspraktikum (12 Wochen) 24 ECTS
3D-Modelling 1 ECTS	Programmieren 1 ECTS	Informationsdesign 3 2 ECTS	Business Basics 2 ECTS		
Graphic & Print 3 ECTS	Kreativ Texten 2 2 ECTS	Medientheorie 1 2 ECTS	Research & Knowledge 7 ECTS		
Visual Communication Basics 7 ECTS	Design English 2 2 ECTS	Präsentations- techniken 1 ECTS		Modul der jeweiligen Vertiefungsrichtung: Communication Design Media Design Interaction Design 11 ECTS	
Kreativ Texten 1 2 ECTS	Screen Design 3 ECTS	Generatives Design 1 3 ECTS	Modul der jeweiligen Vertiefungsrichtung: Communication Design Media Design Interaction Design 8 ECTS		
Design English 1 2 ECTS	Exhibition Design 7 ECTS	Auftragsorientiertes Gestalten 2 ECTS			
		Applied Game Design 3 ECTS			
		Kreativ Texten 3 2 ECTS			

Bachelorstudium

JOURNALISMUS UND PUBLIC RELATIONS (PR)

Professionelle Kommunikation ist heute beinahe alles. Unsere Studierenden haben als Allrounder:innen den Überblick: Ob Web, Radio oder TV, PR-Agentur oder Redaktion – sie produzieren für unterschiedliche Medien und Zielgruppen. Gestalten auch Sie die Kommunikations- und Informationsgesellschaft von morgen mit.

Das erwartet Sie im Studium:

- Kommunikation verstehen
- Unterschiedliche Medienkanäle kennenlernen
- Online kommunizieren
- Storytelling anwenden
- Datenbasierte Informationen aufbereiten
- Recherchen zu aktuellen Themen durchführen
- Medientechniken erlernen – online wie offline
- Strategisch denken und planen
- Zielgruppenspezifisch kommunizieren
- Trends der Medienbranche folgen

Bei uns erhalten Sie eine innovative Medienausbildung sowohl für das Berufsfeld Journalismus als auch für das Berufsfeld Public Relations. Im 4. und 5. Semester vermitteln Ihnen die Wahlfächer „Onlinekommunikation“ und „Digitaler Journalismus“ zudem praktisch-kreative Kompetenzen für die webbasierte Content-Produktion.

In Kooperationen mit Medienunternehmen, dem Praktikumssemester und anwendungsorientierten Projekten können die Studierenden Erfahrungen für die vielfältigen Berufsfelder sammeln. Auch ein Auslandssemester ist möglich.

FACTS



Bachelor of Arts in Social Sciences (BA)



Vollzeit



6 Semester / 180 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 40 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter: FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
- 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/jpr

Wussten Sie, ...

... dass wir die Besten aus der Branche einladen? Bei uns lernen Sie prominente Journalist:innen und PR-Fachleute hautnah kennen.



Berufsfelder

Unsere Studierenden erhalten eine professionelle praxisnahe Ausbildung in allen Medien-gattungen. Im Besonderen gelten folgende Ausbildungsziele:

- Aneignung von Kompetenzen für die erfolgreiche Ausübung qualifizierter Medienberufe, vorrangig im Journalismus und den Public Relations
- Professioneller Umgang mit Sprache, Texten und Bildern in Berufen der Medien- und Kommunikationsbranche
- Generieren, bewerten und steuern gesellschaftlich relevanter Themen im Umfeld von Information, Kommunikation und Medien

- Erkennen und steigern medialer Qualität in der Medienwelt, geleitet von (selbst) kritischer Haltung
- Professioneller Umgang mit crossmedialen Inhalten und Webcontent
- Kenntnisse in der Daten- und Informationsauswertung für publizistische Zwecke
- Professionelles Auftreten und Kommunizieren in internetbasierten Medien und Kanälen

Die Berufsfelder, die Sie nach dem Studium erwarten, sind so vielfältig wie die Medienwelt selbst und entwickeln sich rasant weiter. Natürlich können Sie sich auch in einem Masterstudium weiter spezialisieren: an der FH JOANNEUM beispielsweise am Department Medien & Design.

CURRICULUM: 180 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Grundlagen des Journalismus 2 ECTS	Abriss internationaler wirtschaftlicher, politischer und kultureller Entwicklungen 6 ECTS	Medientheorien und Medienkritik 4 ECTS	Medienrecht 2 ECTS	Medienwirtschaft und unternehmerische Kompetenzen 6 ECTS	Praktikumsbegleitendes Seminar 1 ECTS
Berufe im Journalismus und in der Kommunikationsbranche 4 ECTS		Journalistische Geschäftsmodelle 2 ECTS	Medien und Gesellschaft 5 ECTS		
Grundlagen der PR 2 ECTS	Journalistische Arbeitstechniken 6 ECTS	Die Reportage 4 ECTS	English: International Media 2 ECTS	English: Global Communication 2 ECTS	Pflichtpraktikum 17 ECTS
Theorie und Praxis der Kommunikation 4 ECTS		Audio- und Videoproduktionen 6 ECTS	Datenanalyse und -visualisierung 4 ECTS	Media Trends 3 ECTS	
Mediengeschichte, Medienentwicklung, Medienperspektiven 4 ECTS	PR-Projekt 4 ECTS		Rhetorik und professionelles Präsentieren 3 ECTS	Vorbereitendes Seminar zur Bachelorarbeit 1 ECTS	
Journalistisches Schreiben 4 ECTS	PR-Konzeption 2 ECTS	Datenschutz und Copyright 2 ECTS	Methoden der Medienforschung 2 ECTS		
Texten in der Kommunikationspraxis 2 ECTS	Journalismus-Projekt 3 ECTS	Strategische Unternehmenskommunikation 2 ECTS	Datenjournalismus 6 ECTS	Integrierte Kommunikation 6 ECTS	Seminar zur Bachelorarbeit 2 ECTS
Fotografie und Bildbearbeitung 2 ECTS	Multimediales Storytelling: Design und Technik 5 ECTS	PR: Planung, Evaluation und Analyse 4 ECTS	Digitales Magazinjournalismus 6 ECTS	Journalismus-Projekt 8 ECTS	PR-Projekt 8 ECTS
Social Web 4 ECTS	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten 2 ECTS	Social Media Communication 4 ECTS		Content Strategie 6 ECTS	
English: News Writing 2 ECTS	English: Science Writing 2 ECTS	English: Campaigning 2 ECTS	Mobile Reporting 5 ECTS	Corporate Publishing 5 ECTS	Bachelorprüfung 1 ECTS
Vertiefung Digitaler Journalismus		Vertiefung Onlinekommunikation			



Masterstudium AUSSTELLUNGSDESIGN

Im Masterstudium werden Ihnen gestalterische und technologische Kompetenzen vermittelt. Die Konzeption und Realisation von historischen, kulturhistorischen und naturwissenschaftlichen Ausstellungen sowie die Gestaltung von Kunstaustellungen stehen im Mittelpunkt der Ausbildung.

Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

Ausstellungstheorie. Ausstellungsregie.

Sie lernen historische und aktuelle Entwicklungen des Museums- und Ausstellungswesens ebenso kennen wie Trends und Methoden in der Ausstellungskonzeption und -gestaltung. Außerdem vertiefen Sie sich in den dramaturgischen Aufbau einer Ausstellung und befassen sich mit der Kontextualisierung von Objekten, Objekt-Text-Beziehungen und Objekt-Text-Inszenierungen.

Darstellung. Modellbau. Digitale Medien.

Einerseits visualisieren Sie Ausstellungskonzepte mithilfe des Modellbaus oder von Skizzen. Dazu werden Ihnen die Prinzipien der Objektpräsentation nach verschiedenen Kriterien wie Ästhetik, Didaktik oder Illustration vermittelt. Andererseits erarbeiten Sie praxisnah die Konstruktion und Visualisierung virtueller Räume und Objekte.

Gestaltung. Lichtdesign. Szenografie.

Sie befassen sich mit dem Einsatz von Licht in Ausstellungen, um etwa Objekte effektiv in Szene zu setzen. Für den experimentellen, gestalterischen Umgang mit Raum lernen Sie verschiedene Environments und Performances im Detail kennen. Zudem rücken Sie den Multimediaeinsatz in den Fokus: von Film- und Videoprojektionen über Audiokonzepte und Animationen bis hin zu interaktiven Installationen.

FACTS



Master of Arts in Arts and Design (MA)



Berufsmöglichend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Deutsch

- 18 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
DI (FH) Daniel Fabry
- 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/aud

Wussten Sie, ...

... dass wir eng mit der UNESCO City of Design Graz zusammenarbeiten? Wir planen und realisieren Ausstellungen mit den internationalen Partnerstädten.



Ausstellung. Konzeption. Realisierung.

Ausstellungsprojekte in Kooperation mit internationalen und lokalen Institutionen sind wesentliche Teile des Studiums: von der Konzeption einer Großausstellung über Präsentationen im öffentlichen Raum bis hin zur Realisierung einer Ausstellung. Die Masterarbeit bietet Ihnen eine zusätzliche Spezialisierungsmöglichkeit.

„Ausstellungsdesign stellt mich immer wieder vor neue Herausforderungen und ich kann neue Themen in unterschiedlichen Räumen, Zielgruppen sowie Kontexten bearbeiten. Vor allem begeistert es mich, dabei verschiedenste Menschen, die mit den jeweiligen Projekten in Verbindung stehen, kennenzulernen.“

Cara Mielzarek, MA, Absolventin

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Ausstellungstheorie 2 ECTS	Best Practice International 2 ECTS	Künstlerische Environments 2 ECTS	Exkursion 4 ECTS
Kulturelle & gesellschaftliche Rahmenbedingungen 2 ECTS	Ausstellungsregie 3 ECTS	Gestalten im Raum 2 ECTS	Seminar zur Masterarbeit 3 ECTS
Museums- & Ausstellungszenografie 2 ECTS	User-Interaktion & Evaluierung von Ausstellungen 2 ECTS	Messedesign 3 ECTS	
Erstellen & Bearbeiten von Plänen 2 ECTS	3D-Visualisierungen 2 ECTS	Lichtdesign 3 ECTS	
Materialien für Designerinnen & Designer 2 ECTS	Immersionsstrategien 2 ECTS	Veranstaltungs- & Eventmanagement 2 ECTS	
Ausstellungstechnik 3 ECTS	Digitale Medien 3 ECTS	Kataloge & andere Formen medialer Vermittlung 1 ECTS	Masterarbeit & Masterprüfung 23 ECTS
Aufbaukurs grafische Grundlagen 3 ECTS	Konservatorische Standards 2 ECTS	Museumsenglisch - Konversatorium 2 ECTS	
Modellbau 2 ECTS	Urheber- & Medienrecht 2 ECTS	Budgetierung & Kostenwesen 1 ECTS	
Projektarbeit 1: Konzeption einer Großausstellung 12 ECTS	Projektarbeit 2: Präsentationen im öffentlichen Raum 12 ECTS	Coaching, Supervision & Konfliktmanagement 2 ECTS	
		Projektarbeit 3: Realisierung einer Ausstellung 12 ECTS	

Berufsfelder

Unsere Absolvent:innen finden ihren Beruf im internationalen Ausstellungs- und Museums-wesen. Sie arbeiten als Selbstständige oder als Angestellte in einem Gestaltungsbüro, in einer Agentur, in einem Museum, einer museumsähnlichen Institution, einem Kulturzentrum, einer Ausstellungshalle, aber auch in einer Eventagentur oder einem Designbüro. Berufsmöglichkeiten eröffnen sich überall dort, wo konzeptionelle und gestalterische Kompetenz sowie die Fähigkeit zur praktischen Umsetzung eine Rolle spielen.

Organisation

Das Studium ist berufsermöglichend organisiert, das heißt die Lehrveranstaltungen finden pro Semester von Mittwoch bis Samstag statt. Sie können daher eine Teilzeitbeschäftigung mit dem Studium verbinden. Das 4. Semester ist der Masterarbeit gewidmet.

Masterstudium COMMUNICATION DESIGN

Studienrichtung im Masterstudiengang „Communication, Media, Sound and Interaction Design“

Kommunikationsdesigner:innen gestalten und konzipieren die Vermittlung von Inhalten mittels verschiedenster analoger und digitaler Medien. Das Studium fokussiert Themen wie Markenidentität, Editorial Design, Typografie, Print- & Digitalproduktion, Campaigning-Strategien und visuelle Ästhetik.

Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

Visuelle Ästhetik. Corporate Identity.

Wir vermitteln Ihnen neben medientechnischen Kompetenzen und kreativen Fertigkeiten vertiefte Einblicke in die Bildanalyse und Bildsemantik. Sie befassen sich mit ästhetischer Gestaltungsarbeit ebenso wie mit effektiven, ganzheitlichen und emotionalen Designaspekten. Zudem lösen Sie Designaufgaben zum Thema Corporate Identity in agenturnahen Gestaltungsprozessen: vom Unternehmenslogo bis hin zu Gestaltungswelten von Konzernen.

Print Production. Digital Production.

Sie erlernen experimentelles visuelles Gestalten mit Fokus auf analoge und digitale Medien. Einerseits konzipieren und entwerfen Sie mit Schrift und Bild. Zu diesem Zweck machen Sie sich nicht nur mit DTP vertraut, sondern auch mit konzeptioneller und angewandter Typografie, Mikro- und Makrotypografie. Andererseits erwerben Sie Fachwissen im E-Zine-Bereich: von der Konzeption über Editorial Design bis hin zur Gestaltung.

Projekte. Design Lectures.

Das Studium bietet Ihnen eine intensive experimentelle Auseinandersetzung mit selbst gewählten gestalterischen Fragestellungen. Ihr Wissen vertiefen Sie zudem in Projektarbeiten – von der Idee bis zur Umsetzung – und in der Masterarbeit. Vorträge von Expert:innen zu Themen wie Emotional Design, experimentelle Typografie oder interaktive Informationssysteme liefern aktuelle Impulse für den Gestaltungsalldag.

FACTS



Master of Arts in Arts and Design (MA)



Berufsmöglichend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Englisch / Deutsch

- 12 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
DI (FH) Daniel Fabry
- 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/cod

Wussten Sie, ...

... dass wir mit den Creative Industries, aber auch mit Festivals oder Medienzentren zusammenarbeiten? Unsere Studierenden realisieren Projekte, knüpfen Kontakte zu Auftraggebern und professionalisieren im jeweiligen Fachgebiet ihre gestalterischen Kompetenzen.



Organisation

Das Studium ist berufsermöglichend organisiert, das heißt der Unterricht konzentriert sich auf Dienstag bis Freitag. Die durchschnittliche Anwesenheit in den ersten drei Semestern beträgt 19 Wochenstunden. Sie können daher eine Teilzeitbeschäftigung mit dem Studium verbinden. Das 4. Semester ist der Masterarbeit gewidmet.

Berufsfelder

Unsere Absolvent:innen arbeiten nicht nur als Art Director, Creative Director oder Advertising Manager in Werbeagenturen und PR-Abteilungen von Unternehmen, sondern auch als selbstständige Designer:innen. Also überall dort, wo kreativ-konzeptionelle und gestalterische Kompetenz sowie die Fähigkeit, Kommunikationskonzepte praktisch umzusetzen, gefragt sind.

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS per semester)

1st semester	2nd semester	3rd semester	4th semester
Media Theory 2 ECTS	International Design Discourse 1 1 ECTS	Proseminar Master's Thesis 2 ECTS	Seminar Master's Thesis 2 ECTS
Narratives and Dramaturgy 2 ECTS	Design & Research 2 1 ECTS	Future Design Lab 1 ECTS	Master's Thesis 28 ECTS
	Leadership Lectures 2 ECTS	International Design Discourse 2 1 ECTS	
Psychology of Perception 1 ECTS	Project Management 2 ECTS	Design & Research 3 1 ECTS	
City of Design – Local Networks 1 ECTS		Final Crit 2 ECTS	
Marketing and Corporate Identities 2 ECTS	Excursion 2 ECTS	Creation and Conception 3 ECTS	
Design Management & Strategic Design 1 ECTS			
Designing with Code 2 ECTS	Print Production 3 ECTS	Digital Production 2 ECTS	
Design & Research 1 1 ECTS			
Visual Communication 4 ECTS	Interactive Infosystems 3 ECTS	Visual Analysis 2 ECTS	
Design & Research 1 (COD) 4 ECTS	Presentation Strategies 3 ECTS	Design & Research 3 (COD) 2 ECTS	
Project Work 1 – Explore (COD) 8 ECTS	Design & Research 2 (COD) 2 ECTS	Project Work 3 – Product (COD) 14 ECTS	
Elective Subjects:	Project Work 2 – Experiment (COD) 11 ECTS		
User Experience Design, 3D Design, Screendesign, Sound and Communication, Audio Production and Postproduction 2 ECTS			

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

Masterstudium INDUSTRIAL DESIGN

Design ist nicht nur Form, sondern vielmehr die Intelligenz der Dinge. Industrial Design bezeichnet die Gestaltung von Produkten und Prozessen. Industriedesigner:innen entwickeln intelligente Gegenstände und Nutzererfahrungen unter Einbezug kultureller, sozialer und ökologischer Entwicklungen. Nachhaltigkeit und die Suche nach gesellschaftlich relevanten Aufgaben sind Kernthemen.

Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

Vertiefung. Mobility Design.

Sie befassen sich nicht nur mit Automobil-design, sondern widmen sich dem Thema Mobilität weit umfassender. Hier wird untersucht, wie durch die intelligente Gestaltung von Transportmitteln und Verkehrssystemen ökologische Ziele, industrielle Prozessanforderungen sowie regionale Mobilitätsbedürfnisse zu neuen intelligenten Gesamtkonzepten verbunden werden können.


Vertiefung. Eco-Innovative Design.

Sie vertiefen sich in die Themen Ökologie und Innovation und gestalten Produkte, Systeme, Dienstleistungen oder Erlebnisse. Aspekte wie minimierter Ressourcenverbrauch, Verwendung regenerativer Energien und sozial verträgliche Produktionsbedingungen werden bereits am Beginn des Gestaltungsprozesses berücksichtigt. So entstehen innovative Lösungen, die ihre Nutzerinnen und Nutzer zu einem ökologischen und sozial sinnvollen Gebrauch auffordern.

Die Schwerpunkte des Masterstudiums sind:

- Mobility Design
- Eco-Design
- Design Research
- Transformation Design
- Interface Design
- Generative Design
- Production Engineering
- Design Unternehmensführung

FACTS

 Master of Arts in Arts and Design (MA)

 Vollzeit

 4 Semester / 120 ECTS

 FH JOANNEUM Graz

 Unterrichtssprache:
Deutsch / Englisch

• 18 Studienplätze pro Jahr

• Studiengangsleiter:
Prof. Mag.art. Thomas Feichtner

• 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/idm

Wussten Sie, ...

... dass wir die Designentwürfe und Masterarbeiten unserer Studierenden öffentlich präsentieren? Wir veranstalten jährlich eine umfangreiche Werkschau, die Industrial Design Show, im designforum Steiermark.



Kompetenzen

Ebenso werden Kompetenzen aus den Bereichen Wirtschaft und Management, Prozess- und Methodenwissen vermittelt. Ein verpflichtendes Praktikumssemester bietet unseren Studierenden gute Kontaktmöglichkeiten für den späteren beruflichen Einstieg in ein Unternehmen oder in die Selbstständigkeit.

Berufspraktikum. Masterarbeit.

Die Themenfindung zur Masterarbeit erfolgt oftmals im Berufspraktikum. Viele unserer Studierenden führen ihre Abschlussarbeiten in Kooperation mit namhaften Unternehmen durch. Zuletzt gab es beispielsweise Kooperationen mit Audi, BMW und Designworks.



CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester		2. Semester		3. Semester	4. Semester
5x5 Kurzprojekt 1 ECTS	5x5 Kurzprojekt 1 ECTS	Projektarbeit Industrial Design 2 / Mobility 15 ECTS	Projektarbeit Industrial Design 2 / Eco-Innovative 15 ECTS	Berufspraktikum 30 ECTS	Masterarbeit Masterprüfung 30 ECTS
Projektarbeit Industrial Design 1 / Mobility 14 ECTS	Projektarbeit Industrial Design 1 / Eco-Innovative 14 ECTS				
Advanced Transportation Design 2 ECTS	Transformations- design 2 ECTS	Interface Design und Usability 2 4 ECTS			
Transportation Engineering 2 ECTS	Sustainable Material Design & Engineering 2 ECTS	Wahlpflichtfach: Virtual Modeling 2 4 ECTS	Wahlpflichtfach: Projektmanagement 4 ECTS		
Color + Material 2 ECTS	Design Research 2 ECTS				
Virtual Modeling 1 3 ECTS		Professional Business Meeting & Presentations 2 Marketing Design-Unternehmensführung 5 ECTS			
Interface Design und Usability 1 3 ECTS		Seminar Masterarbeit 2 ECTS			
Professional Business Meetings & Presentations 1 Urheber- und Patentrecht 3 ECTS					

Vertiefung Mobility Design	Vertiefung Eco-innovative Design	Design Visualization	User Centered Design	Business- Kompetenzen	Berufspraktikum	Masterarbeit
-------------------------------	--	-------------------------	-------------------------	--------------------------	-----------------	--------------

Masterstudium INTERACTION DESIGN

Studienrichtung im Masterstudiengang „Communication, Media, Sound and Interaction Design“

Interaction-Designer:innen gestalten digitale und analoge Schnittstellen zwischen Menschen und medialen Umgebungen. Sie stellen die Anwender:innen in den Fokus und definieren, wie Interfaces genutzt werden. Im Zentrum des Studiums stehen praxisorientierte Aufgaben, von der Konzeption bis zur prototypischen Anwendung und Evaluierung.

Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

User Experience. User Interface Design.

Die Art und Weise wie Menschen und Medientechnologien aufeinandertreffen zu gestalten, ist eine der zentralen Aufgaben für Designer:innen und Designer. Dabei rücken Sie Usability in der Gestaltung von Schnittstellen, Produkten und Services in den Mittelpunkt.

App Design. Mobile Design. Game Design.

Im Studium werden Web-, App- oder mobiles Design ebenso thematisiert wie Game Design. Sie konzipieren, gestalten und entwickeln etwa Anwendungen für mobile Geräte und Desktops. Zudem entwerfen Sie Interaktionskonzepte und gestalten Spiele: von Entertainment über Edutainment bis Serious Gaming.

Responsive Environments. VR/AR/XR-Design.

Sie gestalten nicht nur Medienarchitekturen, interaktive mediale Erzählformen oder multimediale Umgebungen, sondern Sie widmen sich auch der Gestaltung von virtuellen und augmentierten Realitäten. Dafür entwickeln Sie Informations-, Interaktions- und Simulationskonzepte.

Projekte. Design Lectures.

Eckpfeiler des Studiums sind Projekte, in denen Gestaltungslösungen, von der Konzeption bis zur prototypischen Anwendung, realisiert werden. Ihr Wissen können Sie zudem bei der individuellen Erarbeitung von gestalterischen Forschungsfragen und in der Masterarbeit vertiefen. Vorträge und Workshops von internationalen Lehrenden geben Impulse zu aktuellen Themen.

FACTS



Master of Arts in Arts and Design (MA)



Berufsmöglichend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Englisch / Deutsch

- 12 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
DI (FH) Daniel Fabry
- 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/iad

Wussten Sie, ...

... dass in interdisziplinären Designprozessen zeitgemäße Gestaltungsmethoden, Rapid Prototyping und Design Thinking angewandt werden? Dafür stehen Ihnen Wahrnehmungslabors, Interface-Technologien, Prototyping-Tools und Medien-equipment zur Verfügung.



Organisation

Das Studium ist berufermöglichend organisiert, das heißt der Unterricht konzentriert sich auf Dienstag bis Freitag. Die durchschnittliche Anwesenheit in den ersten drei Semestern beträgt 19 Wochenstunden. Sie können daher eine Teilzeitbeschäftigung mit dem Studium verbinden. Das 4. Semester ist der Masterarbeit gewidmet.

Berufsfelder

Interaction-Designer:innen bewegen sich in einem breiten und dynamischen Gestaltungsumfeld mit großer wirtschaftlicher Bedeutung. Sie arbeiten zu Themen wie Human Computer Interfaces, Virtual Reality, Mobile Design, Interactive Storytelling, Service Design und Internet of Things. Tätig sind sie etwa in Usability-Departments der Industrie, Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen, Game-Design-Firmen, UX-Designbüros, Medien- und Werbeagenturen oder als selbstständige Designer:innen.

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS per semester)

1st semester	2nd semester	3rd semester	4th semester
Media Theory 2 ECTS	International Design Discourse 1 1 ECTS	Proseminar Master's Thesis 2 ECTS	Seminar Master's Thesis 2 ECTS
Narratives and Dramaturgy 2 ECTS	Design & Research 2 1 ECTS	Future Design Lab 1 ECTS	Master's Thesis 28 ECTS
	Leadership Lectures 2 ECTS	International Design Discourse 2 1 ECTS	
Psychology of Perception 1 ECTS		Project Management 2 ECTS	
City of Design – Local Networks 1 ECTS	Excursion 2 ECTS		
Marketing and Corporate Identities 2 ECTS		Interaction Design 1 3 ECTS	
Design Management & Strategic Design 1 ECTS	User Experience Design 1 3 ECTS		
Designing with Code 2 ECTS		App Design 1 3 ECTS	
Design & Research 1 1 ECTS	Design & Research 3 (IAD) 2 ECTS		
Interface and User Experience Design 4 ECTS		Design & Research 2 (IAD) 2 ECTS	
Design & Research 1 (IAD) 4 ECTS	Project Work 2 – Experiment (IAD) 11 ECTS		
Project Work 1 – Explore (IAD) 8 ECTS			
Elective Subjects: User Experience Design, 3D Design, Screendesign, Sound and Communication, Audio Production and Postproduction 2 ECTS			

Masterstudium MEDIA DESIGN

Studienrichtung im Masterstudiengang „Communication, Media, Sound and Interaction Design“

Zeitbasierte Medien gewinnen immer mehr an Bedeutung und damit auch die Arbeit von Media-Designer:innen. Egal ob Realfilm, 2D- oder 3D-Animation, Motion Graphics, AR oder VR: Mit Storytelling als Kern ihrer Arbeit und mit den nötigen technischen Fähigkeiten gestalten sie digitale Erzählungen, immersive Erlebnisse und zukunftsorientiertes Design.

Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

Film. Animation. AR & VR.

Sie befassen sich mit zeitbasierten Gestaltungsmöglichkeiten wie Realfilm, Animationsfilm, AR und VR oder Motion Graphics und ihren Anwendungen in verschiedenen Medienformaten und Medienkanälen. So gestalten und entwickeln Sie etwa 2D- und 3D-Animationen mit und ohne Motion-Tracking-Technologien.

On Air Design. Game Design.

An der Schnittstelle unterschiedlicher medialer und visueller Anforderungsprofile gestalten Sie beispielsweise das visuelle Erscheinungsbild von Fernsehsendern. Außerdem beleuchten Sie verschiedene Aspekte der Game-Entwicklung und setzen eigene Spieleprojekte in experimentellen Gestaltungsprozessen um.

Motion Design. Dramaturgie.

Sie beschäftigen sich mit der audiovisuellen Gestaltung von Bewegtbild mithilfe von Typografie, Grafikdesign und 3D-Werkzeugen. Seminare und Workshops, die sich mit der Erzähl-dramaturgie von Film, Video und Computerspielen befassen, grundieren das Studium. Interdisziplinäre Fächer wie der Einsatz von Videos in interaktiven Environments runden das Studium ab.

Projekte. Design Lectures.

Im Zentrum des Studiums stehen praxisnahe Projektarbeiten. Dafür werden neben Techniken des Video- und Animationsfilms auch digitale Produktions- und Postproduktionsinstrumente thematisiert. Vorträge von internationalen Gastlehrenden geben Impulse zu aktuellen Themen.

FACTS



Master of Arts in Arts and Design (MA)



Berufsermöglichend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Englisch / Deutsch

- 12 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
DI (FH) Daniel Fabry
- 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/med

Wussten Sie, ...

... dass praxisnahe Arbeiten mit Firmenpartner:innen Ihnen die Möglichkeit geben, Ihre gestalterischen und technischen Kompetenzen zu schärfen.



Organisation

Das Studium ist berufsermöglichend organisiert, das heißt der Unterricht konzentriert sich auf Dienstag bis Freitag. Die durchschnittliche Anwesenheit in den ersten drei Semestern beträgt 19 Wochenstunden. Sie können daher eine Teilzeitbeschäftigung mit dem Studium verbinden. Das 4. Semester ist der Masterarbeit gewidmet.

Berufsfelder

Die Konzentration auf neue narrative Formen, die Verbindung von konzeptionellen und gestaltungstechnischen Inhalten sowie interdisziplinäre Aspekte des Studiums eröffnen Ihnen vielfältige und abwechslungsreiche Berufsfelder. Unsere Absolvent:innen arbeiten etwa in der Video- und Filmproduktion, als Spezialist:innen des Motion-Designs, On-Air-Designs oder Game-Designs, aber auch in zahlreichen interdisziplinären Settings.

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS per semester)

1st semester	2nd semester	3rd semester	4th semester
Media Theory 2 ECTS	International Design Discourse 1 1 ECTS	Proseminar Master's Thesis 2 ECTS	Seminar Master's Thesis 2 ECTS
Narratives and Dramaturgy 2 ECTS	Design & Research 2 1 ECTS	Future Design Lab 1 ECTS	Master's Thesis 28 ECTS
	Leadership Lectures 2 ECTS	International Design Discourse 2 1 ECTS	
Psychology of Perception 1 ECTS	Project Management 2 ECTS	Design & Research 3 1 ECTS	
City of Design – Local Networks 1 ECTS		Final Crit 2 ECTS	
Marketing and Corporate Identities 2 ECTS	Excursion 2 ECTS	Dynamic Media 2 3 ECTS	
Design Management & Strategic Design 1 ECTS			
Designing with Code 2 ECTS	Dynamic Media 1 3 ECTS	Video and Animation 2 3 ECTS	
Design & Research 1 1 ECTS		Story and Visualisation 2 1 ECTS	
Video Production and Postproduction 4 ECTS	Video and Animation 1 3 ECTS	Design & Research 3 (MED) 2 ECTS	
Design & Research 1 (MED) 4 ECTS	Story and Visualisation 1 3 ECTS	Project Work 3 – Product (MED) 14 ECTS	
Project Work 1 – Explore (MED) 8 ECTS	Design & Research 2 (MED) 2 ECTS		
	Elective Subjects: User Experience Design, 3D Design, Screendesign, Sound and Communication, Audio Production and Postproduction 2 ECTS		Project Work 2 – Experiment (MED) 11 ECTS

Masterstudium SOUND DESIGN

Studienrichtung im Masterstudiengang „Communication, Media, Sound and Interaction Design“

Die Gestaltung von und mit Klang bildet den Kern dieses interuniversitären Studiengangs, der gemeinsam mit der Universität für Musik und Darstellende Kunst Graz durchgeführt wird. Sound-Designer:innen entwickeln detaillierte Kenntnisse über die künstlerische Gestaltung, die mediale Aufbereitung und technische Verarbeitung von Klang sowie die semantische und psychoakustische Wahrnehmung.

Diese Fachthemen erwarten Sie im Studium:

Audio Production. Postproduction.

Sie vertiefen sich in die Audioproduktion für die Designbereiche Video, Game und mobile Apps. Zudem lernen Sie den professionellen Einsatz von hochwertigen Audiotechniken in der Postproduktion wie Mastering, Synchronisation, Realtime-Synthese, Klangrestauration, Plug-In-Architektur und Programmierung.

Produkt-Sound-Design. Audio Branding.

Sie entwickeln Strategien zur akustischen Optimierung von Produkten: vom Sound Design bestehender oder neuer Produkte bis hin zur Schaffung von Klangwelten. Außerdem befassen Sie sich mit akustischen Marken, wie etwa Sound-Logos und Corporate Sound Design.

Sonification. Sonic Interaction Design.

Um Daten in Klängen darzustellen, lernen Sie Methoden wie Audification, Parameter Mapping oder Model-based Sonification kennen. Dabei konzentrieren Sie sich auf Sonifikation in der Computermusik und Medienkunst. Am Schnittpunkt von Interaction Design und Sound & Music Computing setzt Sonic Interaction Design an: Hier steht die akustische räumliche Hörwahrnehmung im Fokus.

Projekte. Design & Research.

In Projekten wickeln die Studierenden Produktionsprozesse ab: von der experimentellen Erforschung aktueller Szenarien oder Produkte bis zum Prototyp. Es besteht auch die Möglichkeit, eigene Themen zu erforschen und in der Masterarbeit inhaltlich aufzubereiten.

FACTS



Master of Arts in Arts and Design (MA)



Berufsermöglichend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Englisch / Deutsch

- 8 Studienplätze pro Jahr
- Studiengangsleiter:
DI (FH) Daniel Fabry
- 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/snd

Wussten Sie, ...

... dass beide Hochschulen über State-of-the-Art-Infrastrukturen verfügen? Es stehen etwa Audio- und Videostudios und ein Wahrnehmungslabor zur Verfügung.



Organisation

Das Studium ist berufsermöglichend organisiert, das heißt der Unterricht konzentriert sich auf Dienstag bis Freitag. Die durchschnittliche Anwesenheit in den ersten drei Semestern beträgt 19 Wochenstunden. Sie können daher eine Teilzeitbeschäftigung mit dem Studium verbinden. Das 4. Semester ist der Masterarbeit gewidmet.

Berufsfelder

Unsere Absolvent:innen sind für Berufe in Unternehmen der Medien- und Kommunikationsbranche, aber auch in der industriellen Produktion qualifiziert. Sie sind dort tätig, wo Klanggestaltungskompetenz gepaart mit technologischen Fähigkeiten, Forschungskompetenz und Leadership gefordert sind. Sie können in praktisch jedem klangbezogenen Umfeld arbeiten und leisten in Produktionsteams, egal in welchem Medienkontext, einen wichtigen und kritischen Beitrag zur Rolle von Klang.

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS per semester)

1st semester	2nd semester	3rd semester	4th semester
Media Theory 2 ECTS	International Design Discourse 1 1 ECTS	Proseminar Master's Thesis 2 ECTS	Seminar Master's Thesis 2 ECTS
Narratives and Dramaturgy 2 ECTS	Design & Research 2 1 ECTS	Future Design Lab 1 ECTS	Master's Thesis 28 ECTS
	Leadership Lectures 2 ECTS	International Design Discourse 2 1 ECTS	
Psychology of Perception 1 ECTS	Project Management 2 ECTS	Design & Research 3 1 ECTS	
City of Design - Local Networks 1 ECTS		Final Crit 2 ECTS	
Marketing and Corporate Identities 2 ECTS	Excursion 2 ECTS	Sound and Interaction Design 2 3 ECTS	
Design Management & Strategic Design 1 ECTS		Advanced Postproduction 2 ECTS	
Designing with Code 2 ECTS	Acoustic Ecology - Theory and Practice 3 ECTS	Physical Modelling of Sound and Material Science 2 ECTS	
Design & Research 1 1 ECTS	Surroundsound and Spatialisation Techniques 3 ECTS	Design & Research 3 (SND) 2 ECTS	
Digital Sound Processing 4 ECTS		Sound and Interaction Design 1 1 ECTS	
Design & Research 1 (SND) 4 ECTS	Design & Research 2 (SND) 2 ECTS	Project Work 3 - Product (SND) 14 ECTS	
Project Work 1 - Explore (SND) 8 ECTS	Sonification and Acoustic Displays 2 ECTS		
Elective Subjects: User Experience Design, 3D Design, Screendesign, Sound and Communication, Audio Production and Postproduction 2 ECTS	Project Work 2 - Experiment (SND) 11 ECTS		

Hochschullehrgang / berufsbegleitend

DIGITALE GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

Unterschiedliche Szenarien belegen, wie wesentlich funktionierende und professionelle Kommunikation im Gesundheitsbereich ist. Evidenzbasierte Informationen zu sammeln, zu prüfen und weiterzugeben hat mittlerweile höchste Priorität. Das verlangt zum einen fundiertes Wissen über Medien und Kommunikation, zum anderen spezifische Kenntnisse über den Gesundheitssektor. Digitale Gesundheitskommunikation verknüpft erstmals auf interdisziplinäre Weise die Spezifika beider Welten.

Schwerpunkte

Der Masterlehrgang zeigt, wie Öffentlichkeit mit Informationen, Themen und Stories aus dem Gesundheitsbereich effizient und punktgenau erreicht werden kann. Studien dokumentieren eindeutig, dass Inhalte aus Gesundheit und Gesundheitsvorsorge zu den am stärksten nachgefragten Informationen zählen. Schwerpunkte des Studiums sind, Öffentlichkeit über Blogs, Videos, Podcasts, multimediale Websites und Social Media topaktuell und spannend mit relevanten Informationen und Geschichten aus der thematischen Vielfalt des Gesundheitsbereiches zu versorgen. Dazu kommen Kenntnisse über Recht, ethische Fragen sowie nationale und internationale gesundheitspolitische Debatten. Die Analyse und Evaluierung ausgewählter Kommunikationsbeispiele, die Qualität und Zielgerichtetheit von Gesundheitskampagnen und die zunehmenden Möglichkeiten der direkten öffentlichen Artikulation von Gesundheitsprofessionals runden den Studienplan ab.

Thematische und inhaltliche Schwerpunkte:

- Storytelling, Content- und Themenmanagement
- Gesundheitskampagnen und Public Affairs
- Journalismus vs. PR im Gesundheitswesen
- Krisenkommunikation
- Ethik und digitaler Humanismus
- Visuelle Kommunikation und Visualisierung
- Nationale und internationale Gesundheitspolitik
- Analyse und Evaluierung von Cases der Gesundheitskommunikation
- Medienrezeption und Öffentlichkeit
- Social Media in der Gesundheitskommunikation

FACTS



Master of Arts
(Continuing Education), MA (CE)



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 21 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Kommunikation:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Gesundheit:
Beate Salchinger, MSc
- Kosten: EUR 3.250,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- www.fh-joanneum.at/dgl

Wussten Sie, ...

... dass gezielte Kommunikationsfähigkeiten so gefragt sind wie nie zuvor? Der Abschluss des Lehrgangs ermöglicht ein professionelles Agieren in allen Bereichen der digitalen (Gesundheits-)Kommunikation.



Organisation

Der Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und ermöglicht so die Kombination von Beruf und Studium. Die Lehrveranstaltungen finden in Form von betreuten E-Learning-Phasen und kompakten Anwesenheitszeiten an Wochenenden statt.

Beruf & Karriere

Absolvent:innen des Lehrgangs beherrschen Instrumentarien und Tools digitaler Gesundheitskommunikation und sind in der Lage, Botschaften, Inhalte und Statements professionell in der Öffentlichkeit zu platzieren. Ihnen eröffnen sich unter anderem folgende Tätigkeitsfelder:

- Gesundheitsjournalismus und -PR
- Interessensvertretungen der Berufe im Gesundheitswesen
- Medical Writer in Verlagen und Medienunternehmen
- Selbstständige, Autor:innen und Publizist:innen
- Gesundheitsmanagement
- Gesundheits- und Sozialeinrichtungen
- Non-Profit-Gesundheitsorganisationen
- Gesundheitsprofessionals
- Krankenhausmanagement

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Medien - Kommunikation - Öffentlichkeit 3 ECTS	Krisenkommunikation und Risikokommunikation 3 ECTS	Perspektiven nationaler und internationaler Gesundheitspolitik 3 ECTS	Seminar zur Masterthesis 2 4 ECTS
Das österreichische Gesundheitssystem 2 ECTS	Social Media für Gesundheitsberufe 4 ECTS	Digitale Gesundheitskommunikation als Geschäftsmodell 3 ECTS	Masterthesis und Masterprüfung 26 ECTS
Die gesellschaftliche Funktion von Public Health 2 ECTS	Digitale Kommunikation im Gesundheitsbereich 4 ECTS	Aspekte der Wissenschaftskommunikation 3 ECTS	
Gesundheitskampagnen und Public Affairs 4 ECTS	Medienrecht und Datenschutz 2 ECTS	Gesundheitskommunikation für besondere Zielgruppen 3 ECTS	
Gesundheitsjournalismus - Gesundheits-PR 3 ECTS	Patientenrechte und Beschwerdemanagement 2 ECTS	Analyse und Evaluierung von Case Studies 3 ECTS	
Social Media für Organisationen des Gesundheitswesens 4 ECTS	Ethik und digitaler Humanismus 2 ECTS	Medienrezeption - Fake News und Desinformation 3 ECTS	
Storytelling, Content- und Themenmanagement im Kontext Gesundheit 5 ECTS	Kommunikation und Sprache 2 ECTS	Forschungsmethoden 4 ECTS	
	Visuelle Kommunikation und Visualisierung 5 ECTS		
Projektmanagement 2 ECTS		Projektarbeit 2 6 ECTS	
Projektarbeit 1 5 ECTS			

ILV = Integrierte Lehrveranstaltung, MA = Masterarbeit, PT = Projektarbeit, SE = Seminar, VO = Vorlesung, SWS = Semesterwochenstunden, ECTS = Europäisches System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen

Hochschullehrgang / berufsbegleitend PUBLIC COMMUNICATION

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war gestern, Public Communication ist morgen. Denn Public Communication hat das, was für professionelle Kommunikation ein Muss ist. Wir steuern die unterschiedlichen Formen von Öffentlichkeit an. Um diese bestmöglich zu erreichen, nutzen wir Tools aus PR, Marketing und Werbung. Kurz: Wir kennen die Wege in die Zukunft der Kommunikation.

Visuelle Kommunikation

Bilderwelten helfen, die Unternehmenspersönlichkeit zu kommunizieren, Vertrauen zu schaffen und innere Bilder mit emotionalen Eindrücken zu verknüpfen. Expert:innen geben Ihnen Einblicke in die visuelle Kommunikation von heute und morgen und vermitteln Ihnen nötige Kompetenzen für visuelles Denken in der Öffentlichkeitsarbeit.

Internationale Kommunikationsstrategien

Sie lernen lokale, überregionale und internationale Kommunikationsstrategien anhand von Best-Case-Studies kennen. Was vermag inter- und intrakulturelle Kommunikation zu leisten oder wie sieht zukünftige Unternehmenskommunikation aus? „Public Communication“ beleuchtet Kommunikation in höchst differenzierter Form.

Medienschwerpunkt

Ohne Social Media geht nichts. Hauptsächlich mit Social Media aber auch nicht. Wir zeigen den richtigen und effizientesten Kommunikationsmix aus klassischer Pressearbeit, Content-Strategie im Web und neuer digitaler Kommunikation. Dazu werden der mediale Wandel und neueste Erkenntnisse der Medienforschung am Lehrgang behandelt.

Wussten Sie, ...

... dass es Public Communication in dieser Konzeption genau ein Mal in Österreich gibt, nämlich an der FH JOANNEUM in Graz?



FACTS	
	Master of Arts (Continuing Education), MA (CE)
	Berufsbegleitend
	4 Semester / 120 ECTS
	FH JOANNEUM Graz
	Unterrichtssprache: Deutsch
<ul style="list-style-type: none"> 18 Plätze pro Jahrgang Lehrgangsleiter: FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer Kosten: EUR 3.000,- pro Semester Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online. www.fh-joanneum.at/com 	

„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 Lehrgangs noch nicht gekannt hat.“

Larissa Friedl, Absolventin,
Digital Portal Management, Marketing / Communication, AVL List GmbH

Organisation

Der Masterlehrgang ist berufsbegleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen – insgesamt rund 14 Tage pro Semester – sowie E-Learning und Selbstlernphasen. Für das Seminar zur Masterthesis im vierten Semester findet eine individuelle Terminvereinbarung statt.

„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)

Beruf & Karriere

Der Lehrgang richtet sich an PR-Praktiker:innen, die sich der Verantwortung und den neuen Herausforderungen von Kommunikation stellen. Absolvent:innen sind bestens gerüstet, um die neuen 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 Unternehmen und exportorientierten KMUs
- in PR-, Werbe- und Marketingagenturen
- in Medienbüros
- in Interessensverbänden und in NGOs

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Studieneingangsphase 2 ECTS	Multilevel Governance 5 ECTS	Campaigning & Advertising (inkl. Englisch) 5 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten, Research und Evaluierungstechniken 4 ECTS
Rhetorik, Präsentation und Repräsentation (inkl. Englisch) 7 ECTS	Medien- und Kommunikationssoziologie 5 ECTS	Medienwandel und digitale Transformation 4 ECTS	Seminar zur Masterthesis 4 ECTS
Social Media für Kommunikationsberufe 4 ECTS	Gender und Diversity 3 ECTS	Content-Strategie 5 ECTS	Masterthesis 22 ECTS
Konzeption und Strategie im Kommunikationsprozess 3 ECTS	Publishing 5 ECTS	Marken- und Community-Building 3 ECTS	
Storytelling 3 ECTS	Medien, Politik und Wirtschaft im internationalen Kontext 5 ECTS	Projektplanung und -realisierung 3 ECTS	
Visuelle Kommunikation 5 ECTS	Inter- und intrakulturelle Kommunikation 4 ECTS	Spezialisierung 1: Krisenkommunikation 5 ECTS	
Rechtliche Aspekte im Kommunikationsmanagement 3 ECTS	Presentations, Meetings and Negotiations 3 ECTS	Spezialisierung 2: Public Affairs und Lobbying 5 ECTS	
Kommunikationsethik 3 ECTS			

Sozialisierung 2 ECTS	Online - Offline 22 ECTS	Spezialisierung 10 ECTS
Präsentation und Kommunikation 25 ECTS	Medien und Gesellschaft 28 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten und Forschung 33 ECTS

Hochschullehrgang / berufsbegleitend

STRATEGIC EXPERIENCE DESIGN


Der Masterlehrgang bietet eine umfassende Ausbildung auf dem Gebiet der strategischen Unternehmensausrichtung mit Schwerpunkten auf mensch- und designorientierten Denk- und Handlungsweisen, Methoden- und Tool-Sets sowie Querschnittskompetenzen. Die Themen reichen von Experience Innovation, Design und Human Values bis Business und Leadership.


Schwerpunkte

Die Teilnehmer:innen des Lehrgangs erwerben die Expertise:

- die Gestaltung von (komplexen) Systemen aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren und Entwicklungs- und Verbesserungspotenziale in praktische, technisch-nachhaltig und ökonomisch begründbare Entscheidungen zu übersetzen, diese kritisch zu analysieren und zu evaluieren.
- Prozesse kreativ neu zu planen, zu gestalten, zu koordinieren und umzusetzen.
- langfristig und nachhaltig orientierte Konzeptionen für die Entwicklung von Produkten zu erstellen.
- System- und Unternehmensentwicklungsprojekte je nach Umfang sowohl individuell als auch im Team mit agilen Prozess- und Projektmanagement-Techniken umzusetzen.
- Endnutzer:innen bei der Bewältigung von Problemen der Nutzung von Informationssystemen durch Methoden der Usability / UX oder gezielte Ausbildungsmaßnahmen zu unterstützen und Kompetenzdefizite auszugleichen.
- komplexe Themen und Problemstellungen verständlich und zielgruppengerecht an Expert:innen innerhalb oder außerhalb der Organisation sowie an Laien zu kommunizieren.
- die Entwicklung neuer Kenntnisse und Ansätze im Bereich der Designstrategie über verschiedene Kanäle zu verfolgen und einzuschätzen sowie die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen im Sinne des Prinzips lebenslangen Lernens weiterzuentwickeln.

FACTS

 Master of Business Administration (MBA)

 Berufsbegleitend

 4 Semester / 120 ECTS

 FH JOANNEUM Graz

 Unterrichtssprache: Englisch

- 20 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
Institut Design & Kommunikation (N.N.)
- Kosten: EUR 4.800,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- www.fh-joanneum.at/sxd

Wussten Sie, ...

.... dass Konsument:innen immer mehr die Customer Experience als wesentlichen Kaufentscheid erachten? Ein holistischer Gestaltungsansatz, der am Masterlehrgang unterrichtet wird, bildet in der Produkt- und Serviceentwicklung die strategischen Wettbewerbsvorteile für Unternehmen.



Organisation

Der Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und findet zu 25 Prozent in Form von Präsenzblöcken zu jeweils 10 Tagen zu Semesterbeginn statt und zu 75 Prozent in E-Learning Formaten zweiwöchentlich in der Zeit von 15:00 bis 20:00 Uhr. Die Studierenden bilden professionelle Netzwerke mit internationalen Kolleg:innen, die in Unternehmen unterschiedlichster Branchen tätig sind. Die Kooperation mit Unternehmen in der Lehre eröffnet weitere Möglichkeitsräume zur Bildung eines globalen Netzwerkes.

CURRICULUM: 120 ECTS (30 ECTS pro Semester)

1. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Design Project Management	SE	1	2
Innovation for Product Design	SE	1	2
Design Research and Requirements for Product Design	SE	3	4
Human Psychology and Perception	SE	1	2
Human Centered Design (LUXCC certification)	SE	3	4
The Value of Design	SE	1	2
Future and Emerging Technologies I	SE	1	2
Production Processes	SE	1	2
Design Management	SE	1	2
Design Leadership	SE	3	3
Finance and Accounting Basics	SE	1	1
Transfer Project I	PT	3	4
		20	30

3. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Change Management for Systems	SE	1	2
Company-wide Experience Strategy	SE	2	2
Design for Meta and Makro Trends	SE	1	2
Ethical Understanding and Application	SE	2	4
Sustainability in Experience Design	SE	1	2
New Work and Employee Experience	SE	1	2
Human Resources Strategies	SE	2	3
Post Industrial and Process Design	SE	2	2
Future and Emerging Technologies II	SE	1	2
Value Management	SE	1	1
Measuring Experience Design	SE	1	2
Transfer Project III	PT	3	6
		18	30

Karrieremöglichkeiten

Strategic-Experience-Designer:innen bilden Brücken zwischen Unternehmen, Mitarbeiter:innen und Kund:innen auf strategischen, organisatorischen und technologischen Unternehmensebenen sowie zwischen Management und operativen Experience Design. Die Tätigkeiten bilden im Kern die strategische Entwicklung von Services, Produkten sowie der Organisation nach einem kreativen menschenzentrierten Ansatz, um das Unternehmen holistisch zu lenken und zu leiten.

2. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Change Management for design-oriented Transformation	SE	1	2
Create Experience Strategies	SE	2	4
Innovation for System Design	SE	2	2
Needs and Requirements for System Design	SE	1	2
Design Research for System Design	SE	1	2
Behavioral Sciences	SE	1	2
Experience Methods	SE	2	4
System Thinking and Technology Transformation	SE	2	2
R&D Management	SE	1	2
Strategic Management and Applied Leadership	SE	1	1
Finance and Accounting for Projects	SE	1	1
Transfer Project II	PT	3	6
		18	30

4. Semester	LV-Typ	SWS	ECTS
Seminar Master Thesis	SE	4	4
Master Thesis	MA	0,5	25
Master Examination	MA		1
		4,5	30

MA = Masterarbeit, PT = Projektarbeit, SE = Seminar, SWS = Semesterwochenstunden, ECTS = Europäisches System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen.

„Design creates culture, culture shapes values, and values determine the future.“

(Robert L. Peters)

Hochschullehrgang / berufsbegleitend TECHNISCHE DOKUMENTATION*

Wir machen Technik verständlich. Die Medien der Technischen Dokumentation tragen dazu bei, dass neue Geräte schnell und sicher bedient werden können. Sie stellen aber auch sicher, dass die gesetzlichen Anforderungen an Produkte und Systeme erfüllt werden. Der Hochschullehrgang bietet Ihnen die Möglichkeit, eine in der Berufswelt zunehmend nachgefragte Qualifikation zu erwerben.

Kernkompetenzen

Der Lehrgang vermittelt fundiertes Wissen über die gesamte Prozesskette der Technischen Dokumentation. Die Inhalte sind vielseitig: von Projektmanagement, Usability, Terminologie- und Sprachmanagement über professionelles, übersetzungsgerechtes Schreiben, Gestaltung, Layout und technische Illustration, 3D-Animation, Audio- und Videoproduktion bis hin zum Einsatz von Redaktionssystemen und standardisierten Webtechnologien: Responsive Web, HTML5, PHP, SQL, XML.

Digitalisierung

Digitalisierung und Industrie 4.0 haben einen engen Bezug zur Technischen Dokumentation. Ausgehend von den Prinzipien der Content Strategie und den zugrundeliegenden Softwarearchitekturen und -werkzeugen lernen Sie die marktführenden Redaktions- und Content-Managementsysteme kennen und beherrschen.

Rechtliche Anforderungen

Präzise, technische Beschreibungen sind nicht nur ein Qualitätsmerkmal eines Produkts und wesentlich für die Kundenzufriedenheit, sondern auch eine wirksame Absicherung gegen teure Produkthaftungsklagen und Gewährleistungsfälle. Sie lernen am Lehrgang alle relevanten nationalen und internationalen Bestimmungen und Normen kennen.

FACTS

Master of Science
(Continuing Education), MSc (CE)



Akademische:r Experte:in für
Technische Dokumentation



Berufsbegleitend



4 Semester / 120 ECTS
3 Semester / 90 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache:
Deutsch

- 20 Plätze pro Jahrgang
- Vortragende aus renommierten Industriebetrieben
- Lehrgangsleiterin:
Mag. Martina König
- Kosten: EUR 3.500,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
www.fh-joanneum.at/ted

Organisation

Das Studium ist berufsbegleitend organisiert und beinhaltet modularisierte Anwesenheitsphasen an zehn Wochenenden jeweils im ersten, zweiten und dritten Semester – sowie E-Learning und (betreute) Selbstlernphasen. Im vierten Semester finden zusätzlich zu drei Workshopwochenenden individuelle Termine mit dem:der Betreuer:in der Masterarbeit statt.

Modulatität

Durch den modularen Aufbau des Curriculums in Micro-Credentials können bei Bedarf auch einzelne Kurse und Module gebucht werden.

„Ein Text ist nicht dann vollkommen, wenn man nichts mehr hinzufügen kann, sondern dann, wenn man nichts mehr weglassen kann.“

Antoine de Saint-Exupéry, 1900-1944; französischer Schriftsteller

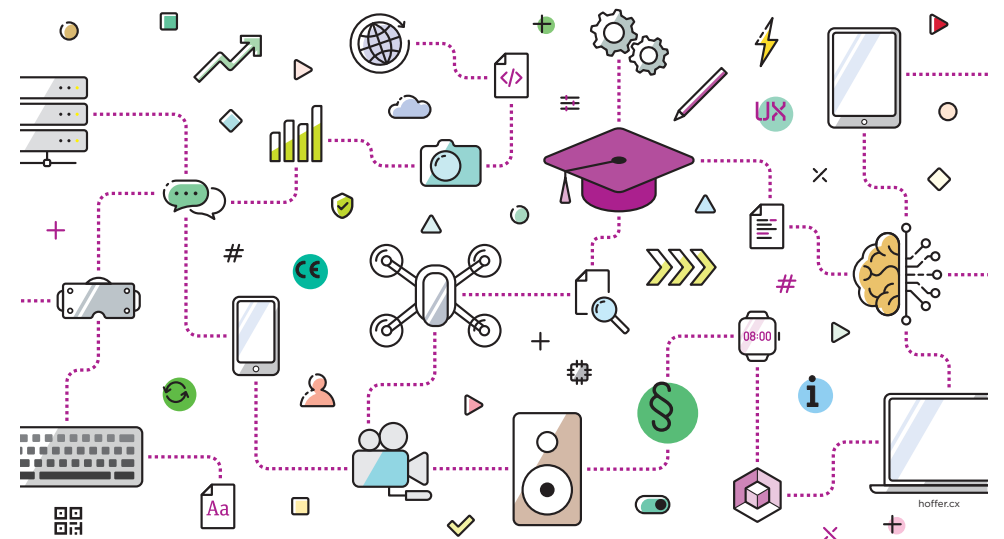
Beruf & Karriere

Der Lehrgang richtet sich an Mitarbeiter:innen in Firmen, die bereits für die Erstellung von technischen Dokumentationen verantwortlich oder daran beteiligt sind, aber keine oder eine länger zurückliegende qualifizierte Ausbildung besitzen, an Sicherheitsfachkräfte und Qualitätsmanager:innen und an Personen aus angrenzenden Fachgebieten wie Sprache, Technik, Design und Recht, die eine Zusatzqualifikation anstreben.

Absolvent:innen des Lehrgangs sind bestens gerüstet, in allen Branchen die Verantwortung für die Entwicklung und Implementierung von multimedialen Anleitungen für verschiedene Zielgruppen zu übernehmen und bestehende Dokumentationsprozesse unter wirtschaftlichen und technischen Aspekten zu optimieren sowie einen Redaktionsleitfaden einzuführen.

Wussten Sie, ...

... dass Technische Redakteur:innen mit einer qualifizierten Ausbildung in allen Industriezweigen stark nachgefragt sind? Mit akademischem Abschluss auch in Führungspositionen.



* vorbehaltlich der Genehmigung durch die zuständigen Gremien.

Hochschullehrgang / berufsbegleitend VISUELLE KOMMUNIKATION & BILDMANAGEMENT*

Der Hochschullehrgang stellt das Bild in den Mittelpunkt und ermöglicht den Studierenden eine persönlich-kreative Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Themen mittels bildfokussierter Gestaltung. Unter Einbeziehung kultureller, sozialer und ökologischer Entwicklungen werden in experimenteller Weise entworfene Ideen und Konzepte in visueller Form umgesetzt. Visuelle Kommunikation macht dabei die Botschaft verständlicher, überzeugender und wirksamer.

Der 4-semesterige und der 2-semesterige berufsbegleitende Hochschullehrgang „Visuelle Kommunikation und Bildmanagement“ vermittelt in einem kreativen Umfeld sowohl konzeptionelles wie auch produzierendes Gestaltungs-Know-how.

Das erwartet Sie im Lehrgang:

- Visual Studies
- Grafikdesign
- Fotografie & Bewegtbild
- Experimentielle Konzeption
- Infografik & Datenvisualisierung
- Visual Culture & Ethics
- Social Media & Campaigning
- Visuelle Content-Strategien
- Individuelle Vertiefungsmöglichkeit

Vertiefungsmöglichkeit


Der kreative Schaffungsprozess wie auch die experimentelle Umsetzung der visuellen Strategien stehen im Mittelpunkt. Der individuellen Förderung wird durch Vertiefungsmöglichkeiten Rechnung getragen.

„Wir experimentieren, diskutieren, konzipieren und gestalten gemeinsam. Das fördert den Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppe der Studierenden.“

Studierende arbeiten gemeinsam an innovativen Visuals

* vorbehaltlich der Genehmigung durch die zuständigen Gremien.

FACTS

 Master of Arts
(Continuing Education), MA (CE)
Akademische:r Experte:in für
Visuelle Kommunikation

 Berufsbegleitend

 4 Semester / 120 ECTS
2 Semester / 60 ECTS

 FH JOANNEUM Graz

 Unterrichtssprache: Deutsch

- 20 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangleiter:
Dietmar Mosbacher, MSc.
- Kosten: EUR 3.250,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Bewerbung und Aufnahmeverfahren finden Sie online.
- www.fh-joanneum.at/vis

Wussten Sie, ...

... dass die Kosten für das Studium als Werbungskosten steuerlich absetzbar sein können?



Visuelle Bilderwelten

Unternehmen brauchen strategische Bilderwelten, um im Wettbewerb bestehen zu können. Der Hochschullehrgang vermittelt Ihnen die Kompetenzen, wie man visuelle Kommunikationsstrategien plant, visuellen Content optimiert und in den sozialen Medien umsetzt. Sie befassen sich zudem mit Visual Branding, Bildästhetik oder Bildsprache und diskutieren ethische Aspekte der visuellen Kommunikation. Sie visualisieren Daten mittels Infografiken, fotografieren und arbeiten mit Bewegtbildern. In den Projektarbeiten haben Sie die Möglichkeit, Ihr theoretisches Wissen der visuellen Kommunikation praxisnah anzuwenden.

„Bilder lassen bei wichtigen Bezugsgruppen ein einzigartiges, lebendiges inneres Bild der Organisation entstehen. Gerade für KMU ist es essenziell, sich durch einen starken visuellen Auftritt von Wettbewerbern abzuheben. Dabei gilt: Nicht noch mehr Bilder zeigen, sondern andere. Nicht lauter rufen, sondern Bedeutendes bieten.“

Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst

Lehrgangsbeitrag und Förderungen

Die Aufwendungen für Ihr Studium sind unter Umständen als Werbungskosten abzugsfähig. Dadurch können Sie je nach Höhe Ihres Einkommens bis zu 50 Prozent Ihrer Lehrgangsgebühr vom Finanzamt als Steuerersparnis zurückerhalten. Des Weiteren existieren unterschiedliche individuelle Fördermodelle um die Lehrgangsgebühr in Einzelfällen deutlich reduzieren zu können.

Organisation

Der Hochschullehrgang „Visuelle Kommunikation und Bildmanagement“ ist berufsbegleitend organisiert, das heißt der Unterricht konzentriert sich auf Freitag und Samstag sowie einzelne Online-Werktage abends. Ergänzend zu den Präsenzterminen an der Hochschule finden die meisten Lehrveranstaltungen als betreute E-Learningphasen statt, die synchrone Online-Lehrveranstaltungen oder asynchrone Kommunikation beinhalten. So ist es möglich, das für Berufstätige maßgeschneiderte Studium komplett neben einer Vollenstellung zu absolvieren.



Hochschullehrgang / berufsbegleitend

DIGITALE GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

Informationen aus dem Gesundheitsbereich, dem Gesundheitswesen und der Gesundheitsvorsorge zählen zu den am häufigsten frequentierten und abgerufenen News in digitalen Medien. Beste Voraussetzungen, das öffentliche Interesse an Themen und Inhalten von Gesundheitsprofessionals, Gesundheitsorganisationen und Gesundheitseinrichtungen zu nutzen. Digitale Gesundheitskommunikation vermittelt die erforderliche Professionalität im Umgang mit einer an Mehrwert interessierten Öffentlichkeit.

Ausbildung


Themenmanagement und Storytelling mit Inhalten aus den verschiedenen Gesundheitsdisziplinen stehen im Fokus des zweisemestrigen akademischen Lehrgangs. Dazu braucht es Kenntnisse aus Medien und Kommunikation. Blogs, Videos, Podcasts und Social Media bilden wesentliche Facetten der öffentlichen News-Rezeption. Aber auch Wissen über Funktion, Aufgaben und Struktur von Gesundheitsadministration und nationaler sowie internationaler Gesundheitspolitik sind gefragt. Dazu kommen Insights zu Recht, Ethik und aktuellen gesellschaftlichen Debatten. Ebenfalls relevant: Welche Funktionen erfüllt Gesundheitsjournalismus, welche Rolle spielt Gesundheits-PR? Was macht eine effiziente Info-Kampagne aus? Die praxisorientierte Ausbildung vermittelt berufsspezifische Kenntnisse und praktische Fertigkeiten auf akademischem Niveau.

Thematische und inhaltliche Schwerpunkte sind:

- Storytelling, Content- und Themenmanagement
- Gesundheitskampagnen und Public Affairs
- Journalismus vs. PR im Gesundheitswesen
- Krisenkommunikation
- Ethik und digitaler Humanismus
- Visuelle Kommunikation und Visualisierung
- Nationale und internationale Gesundheitspolitik
- Analyse und Evaluierung von Cases der Gesundheitskommunikation
- Medienrezeption und Öffentlichkeit
- Social Media in der Gesundheitskommunikation
- Rechtliche und soziale Aspekte

FACTS

 Akademische:r Expert:in für digitale Gesundheitskommunikation

 Berufsbegleitend

 2 Semester / 60 ECTS

 FH JOANNEUM Graz

 Unterrichtssprache: Deutsch

- 21 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Kommunikation:
FH-Prof. Mag. Dr. Heinz M. Fischer
Koordination Fachbereich Gesundheit:
Beate Salchinger, MSc
- Kosten: EUR 3.250,- pro Semester
- Alle Infos zu Terminen, Voraussetzungen und Bewerbung finden Sie online.
- www.fh-joanneum.at/dga

Wussten Sie, ...

... dass Digitale Gesundheitskommunikation das Beste aus zwei Welten vereint? Führende Expert:innen aus dem Medien- und Kommunikationsbereich sowie dem Gesundheitswesen vermitteln Ihnen ihr Fachwissen.



Organisation

Der Lehrgang ist berufsbegleitend organisiert und ermöglicht so die Kombination von Beruf und Studium. Die Lehrveranstaltungen finden in Form von betreuten E-Learning-Phasen und kompakten Anwesenheitszeiten an Wochenenden statt.

Berufsfelder

Absolvent:innen des Lehrgangs beherrschen Instrumentarien und Tools digitaler Gesundheitskommunikation und sind in der Lage, Botschaften, Inhalte und Statements professionell in der Öffentlichkeit zu platzieren.

Damit sind sie bestens für folgende Tätigkeitsfelder gerüstet:

- Gesundheitsjournalismus und Gesundheits-PR
- Interessensvertretungen der Berufe im Gesundheitswesen
- Medical Writer in Verlagen und Medienunternehmen
- Selbstständige, Autor:innen und Publizist:innen
- Krankenhausmanagement
- Gesundheitsmanagement
- Gesundheits- und Sozialeinrichtungen
- Non-Profit-Gesundheitsorganisationen
- Gesundheitsprofessionals



Hochschullehrgang / berufsbegleitend

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION UND KLIMAJOURNALISMUS

Kompetent, evidenzbasiert und vertrauenswürdig über die großen Krisen unserer Zeit sowie über mögliche Lösungsansätze zu informieren, gehört zu den herausforderndsten Aufgaben professioneller Kommunikation. Journalist:innen wie Kommunikator:innen müssen dafür über ein vertieftes Verständnis von Klima-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitskrise verfügen. In diesem Lehrgang machen Sie sich mit den naturwissenschaftlichen Grundlagen sowie den vielfältigen gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Wechselwirkungen dieser Krisen vertraut. Das Ziel: außergewöhnliche, treffsichere und effektive Kommunikationslösungen zu entwickeln und umzusetzen, die einen Beitrag zur dringenden sozial-ökologischen Transformation leisten können.

Einzigartige Kombination

Dieser Lehrgang ist der erste im deutschsprachigen Raum, der den Aufbau von Klima- und Nachhaltigkeitskompetenz auf akademischem Niveau für Journalist:innen und Kommunikator:innen anbietet. Er richtet sich an Journalist:innen aller Ressorts und Mediengattungen, außerdem an Kommunikator:innen aus NGOs, Politik und Verwaltung, dem Bildungssektor, aus Kultur, Zivilgesellschaft und Wirtschaft. Sie alle müssen heute ihr Portfolio um Kompetenzen im Feld der Nachhaltigkeits- und Klimakommunikation erweitern, um das Informationsbedürfnis von Bürger:innen, Mediennutzer:innen und Marktteilnehmer:innen zu erfüllen.

Kompetentes Netzwerk

An Konzeption und Umsetzung des FH-Lehrgangs sind renommierte Institute, Netzwerke und Expert:innen aus Österreich und Deutschland beteiligt, die seit Jahren zu Klima, Nachhaltigkeit und Kommunikation forschen und lehren – darunter das Climate Change Centre Austria und das Institut für Kommunikation und Medien der Hochschule Darmstadt.

FACTS



Akademische:r Experte:in für Nachhaltigkeitskommunikation und Klimajournalismus



Berufsbegleitend



2 Semester / 60 ECTS



FH JOANNEUM Graz



Unterrichtssprache: Deutsch

- 20 Plätze pro Jahrgang
- Lehrgangsleitung:
Mag. Thomas Wolkinger
- Kosten: EUR 3.300,- pro Semester
- Weitere Infos zu Terminen, Voraussetzungen, Bewerbung und Curriculum finden Sie online unter
- www.fh-joanneum.at/nka

Kooperationspartner: Climate Change Centre Austria, Institut für Kommunikation und Medien der Hochschule Darmstadt, Österreichische Medienakademie

Aktuelle Inhalte, neue Formate

Während die wissenschaftlichen Grundlagen allen Teilnehmer:innen gemeinsam vermittelt werden, ist der Praxistransfer entsprechend der unterschiedlichen Bedürfnisse von Journalist:innen und Kommunikator:innen organisiert.

Im Fokus der kommunikationsspezifischen Lehrangebote stehen die Themenfelder strategische Kommunikation, Storytelling sowie aktuelle Problemstellungen aus den unterschiedlichen Berufsfeldern (Nachhaltigkeitsreporting, Greenwashing). Das Klimakultur-Lab bietet darüber hinaus die Möglichkeit, im Austausch mit künstlerischen oder aktivistischen Positionen experimentellere Kommunikationslösungen kennenzulernen und zu erproben.

Organisation

Der Lehrgang ist über zwei Semester berufsbegleitend und kompakt rund um 25 Präsenztage organisiert, die am Standort Graz stattfinden. Im zweiten Semester ist eine naturnahe Exkursion / Retreat geplant. Ergänzt werden die intensiven Präsenzphasen um Online-Lecture-Nights sowie geblockte und moderierte E-Learning-Module.

Die Lehrveranstaltungen im Detail:

1. Semester: Wissenschaftstheorie und -praxis | Naturwissenschaftliche Grundlagen des Klimawandels | Ökologie und Artenvielfalt | Kritische Gesellschafts- und Nachhaltigkeitsdiskurse | Grundlagen der Nachhaltigkeitskommunikation und des Klimajournalismus | Kommunikationspsychologie | Klimakultur-Lab I | Praxis der Nachhaltigkeitskommunikation und des Klimajournalismus I

2. Semester: Klimapolitik und Artenschutz in der D/A/CH-Region | Internationale Klimapolitik und Klimagerechtigkeit | Ökologisch-soziale Wirtschaftsdiskurse | Nachhaltige Content-Strategie und Medienproduktion | Storytelling und Visualisierung | Klimakultur-Lab II | Praxis der Nachhaltigkeitskommunikation und des Klimajournalismus II



MEDIEN & DESIGN

Bachelorstudiengänge	Akad. Grad	Organisation	Standort
Industrial Design	BA	Vollzeit	Graz
Informationsdesign	BA	Vollzeit	Graz
Journalismus und Public Relations (PR)	BA	Vollzeit	Graz

Masterstudiengänge	Akad. Grad	Organisation	Standort
Ausstellungsdesign	MA	berufsermöglichend	Graz
Communication, Media, Sound* and Interaction Design mit den Studienrichtungen: - Communication Design - Interaction Design - Media Design - Sound Design	MA	berufsermöglichend	Graz
Content Strategy	MA	berufsbegleitend	Graz
Industrial Design	MA	Vollzeit	Graz

* in Kooperation mit der Kunstuniversität Graz

Hochschullehrgänge	Abschluss	Organisation	Standort
Digitale Gesundheitskommunikation	MA (CE)	berufsbegleitend	Graz
Public Communication	MA (CE)	berufsbegleitend	Graz
Strategic Experience Design	MBA	berufsbegleitend	Graz
Technische Dokumentation	MSc (CE)	berufsbegleitend	Graz
Visuelle Kommunikation und Bildmanagement	MA (CE)	berufsbegleitend	Graz
Nachhaltigkeitskommunikation und Klimajournalismus	Akad. Expert:in	berufsbegleitend	Graz
Digitale Gesundheitskommunikation	Akad. Expert:in	berufsbegleitend	Graz
Technische Dokumentation	Akad. Expert:in	berufsbegleitend	Graz
Visuelle Kommunikation und Bildmanagement	Akad. Expert:in	berufsbegleitend	Graz

Zu allen Studiengängen an der FH JOANNEUM
sowie zu Bewerbung und Aufnahme erhalten
Sie detaillierte Informationen unter:
T: +43 (0)316 5453-8800
E: info@fh-joanneum.at, www.fh-joanneum.at
www.facebook.com/fhjoanneum

