

# Kommunikation, Wissen, Medien

## Digitale Medien strategisch und innovativ für eine nachhaltige Transformation einsetzen

Der interdisziplinäre Master verbindet Erkenntnisse aus der Kommunikationswissenschaft und Psychologie mit aktuellen IT-Trends um innovative und nachhaltige Lösungen für die digitale Transformation zu entwickeln.

Studierende beschäftigen sich mit zukunftsweisenden Themen wie New Work, Green Storytelling, Künstliche Intelligenz, virtuelle Zusammenarbeit, Learning and Development sowie mit digitalen Medienformaten.

Durch forschungsgeleitete Lehre, projektbasiertes Arbeiten und praxisnahe Module wird die gelebte Verbindung von Theorie und Praxis sichtbar. Dabei erwerben Studierende nicht nur nachgefragte Future Skills, sondern auch zentrale Kompetenzen in den Bereichen Analyse, Konzeption, Design, Umsetzung und Evaluation.

Ein breites Angebot an Wahlpflichtmodulen ermöglicht es Studierenden, individuelle Schwerpunkte zu setzen. Durch interdisziplinäre Perspektivenvielfalt entwickeln sie ein ganzheitliches Verständnis, das den Menschen in den Mittelpunkt stellt.

### Karriere

Absolvent\*innen sind gefragt als Expert\*innen für digitales Marketing, interne und externe Kommunikation, E-Learning, strategisches Kompetenzmanagement, Medienproduktion und User Experience. Beispiele für Berufsfelder sind Online Marketing oder Social Media Manager\*in, Learning and Development Specialist, UX-Designer\*in, Product Owner oder Digital Project Manager\*in.

### Themen

- **Online Kommunikation und Digitales Marketing:** Video- und Podcastproduktion, KI im digitalen Marketing, Nachhaltigkeitskommunikation
- **Learning and Development:** E-Learning, Instructional Design, Medienpädagogik, Kompetenzmanagement, Personalentwicklung
- **IT, Experience Design und Digitale Medien:** User Experience, Informationsvisualisierung, User Interfaces, Trends in IT und KI
- **Innovative Organisationsentwicklung:** New Work, Design Thinking, Innovationsmanagement, Digitale Transformation, Diversity Management, Intercultural Collaboration, Nachhaltigkeit

### Akademischer Abschluss

→ Master of Arts in Social Sciences (MA)

### Studiendauer

→ 4 Semester (120 ECTS)

### Zahl der Studienplätze je Studienjahr

→ 20

### Zugangsvoraussetzungen

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

### Bewerbung

→ online – Tipps & Termine auf [fh-ooe.at/bewerbung](http://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

Kernfächer	ECTS / Semester	1	2	3	4
<b>→ Mediennutzung und Medienwirkung</b>					
Einführung in die Mediennutzung und -wirkung		2			
Aktuelle Befunde zu Mediennutzung und -wirkung		3			
<b>→ Lernarrangements und Lebensbegleitendes Lernen</b>					
E-Learning: Trends und Entwicklungen		2			
Lernarrangements und Lebensbegleitendes Lernen		3			
<b>→ User Experience und Collaboration Lab</b>					
User Experience Design und Interaction Design			3		
Collaboration Lab			2		
<b>→ New Work: Arbeiten, Gestalten, Führen in neuen Arbeitswelten</b>					
Arbeiten und Gestalten in neuen Arbeitswelten				3	
Führen in neuen Arbeitswelten				2	

Transferkompetenz	ECTS / Semester	1	2	3	4
<b>→ Konzeption und agiles Webprojektmanagement</b>					
Webprojektmanagement		5			
<b>→ Forschungsseminar</b>					
Methoden der empirischen Sozialforschung		3			
Wissenschaftliches Schreiben		2			
<b>→ Projekte</b>					
Projekt I und II: Praxis		4	5		
Angewandtes Projektmanagement		1			
<b>→ Diversity Management and Intercultural Collaboration</b>					
Diversity Management and Intercultural Collaboration			5		
<b>→ Trends in der IT und KI</b>					
Trends in der Informationstechnologie			2		
Angewandte Künstliche Intelligenz			3		

<b>→ Masterseminar und -arbeit</b>					
Masterarbeitsprojekt				15	
Masterarbeit und Masterarbeitsseminar					24
Masterprüfung					1

Profilbildung	ECTS / Semester	1	2	3	4
<b>→ Wahlpflichtmodule</b>					
Im 1. und 4. Semester ist jeweils ein Modul, im 2. und 3. Semester sind jeweils zwei Module zu wählen.		5	10	10	5
<b>→ Online Kommunikation und Digitales Marketing</b>					
Storytelling und Videoproduktion		•			
Podcast-Produktion und Distribution			•		
Künstliche Intelligenz im digitalen Marketing					•
Sustainable Customization und Green Storytelling				•	
Datenintensiver Journalismus: Grundlagen			•		
Datenintensiver Journalismus: Praxis				•	
<b>→ Experience Design und Digitale Medien</b>					
Hypermedia UX Engineering		•			
Hypermedia Frameworks			•		
Informationsvisualisierung				•	
User Interfaces					•
<b>→ Learning and Development</b>					
Strategische Personalentwicklung und Kompetenzmanagement			•		
E-Learning und Instructional Design				•	
Medienpädagogik					•
<b>→ Organisationsentwicklung, Digitale Innovation und New Work</b>					
Design Thinking for Digital Innovation		•			
Digital Transformation and Sustainability			•		
Innovationsmanagement und Future Lab				•	
Lernende Organisation					•

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 auch im anderen Studienjahr 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) oder die Fairleigh Dickinson University (USA).

## Praxis und Forschung im Studium

Bereits im ersten Studienjahr arbeiten die Studierenden in einem interdisziplinären Projekt an realen Aufgaben aus Wirtschaft und Industrie. In den Lehrveranstaltungen bearbeiten sie projektorientiert praxisrelevante Problemstellungen.

Aktuelle Beispiele sind:

- Erstellung von Video,- Podcast- und Social Media-Content
- Entwicklung interaktiver, multimedialer Lerninhalte
- Redesign und Online-Vermarktung nachhaltiger Produkte
- Design zielgruppenspezifischer User Interfaces
- Gestaltung von Hybrid Team Work und New Work-Settings
- Pitching von Gründungsideen und Business Modellen

Zusätzlich besteht die Möglichkeiten in Forschungsprojekten mitzuarbeiten. Ausgezeichnete Masterarbeiten und daraus hervorgehende Publikationen verdeutlichen die Potenziale zur Kompetenzerweiterung im Bereich der Forschung.

## 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.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Tanja Jadin, Studiengangskoordinatorin

## Kontakt

### Studiengangsleitung

→ FH-Prof. Mag. Dr. Josef Altmann

### Studiengangskoordination

→ FH-Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> 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