

MASTER DIGITALE MEDIEN UND KOMMUNIKATION



MASTERSTUDIENGANG DIGITALE MEDIEN UND KOMMUNIKATION



mehr Infos zum Studium



*„Viele Jobs, für die Sie dieses Studium qualifiziert,
sind heute noch gar nicht erfunden.“*

Michael Roither, Studiengangsleiter



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





BERUFSFELDER

Absolventinnen und Absolventen sind auf Führungs- und Expert*innenpositionen in der Kommunikationsbranche bestens vorbereitet: in PR und Marketing in den Creative Industries (z. B. Kommunikations- und Werbeagenturen), in Unternehmen, Organisationen und Medien – besonders an Schnittstellen zwischen Kommunikation, Design und angewandter IT.

Online-Redaktion

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

Online-Kommunikation

Social Media Manager*in, Community Manager*in, Content Manager*in, Kommunikationsmanager*in

Online-Marketing

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

DAS BESONDERE

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

FACTS ZUM STUDIENGANG



Studiendauer

4 Semester



Akademischer Grad

Master of Arts in Social Science –MA



Organisationsform

berufsbegleitend, 50 % onsite (i.d.R. alle zwei Wochen Freitag 14 bis 21 Uhr und Samstag 9.30 bis 17.15 Uhr), 50 % online (davon die Hälfte synchrone Fernlehre 1-2 Mal wöchentlich am Abend, die andere Hälfte asynchron)



Studiengebühren

keine



Studienort

7000 Eisenstadt, Campus 1



Sprache

Deutsch (einzelne Lehrveranstaltungen werden in Englischer Sprache abgehalten)

ANMELDUNG UND AUFNAHME

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

MODULBESCHREIBUNGEN

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



HOCHSCHULE BURGENLAND BRINGT BESONDERES ZUSAMMEN.

Die Hochschule Burgenland nutzte 2024 die Möglichkeit, ihren vormaligen Namen Fachhochschule auch im Deutschen an die englische Bezeichnung University of Applied Sciences, also Hochschule für Angewandte Wissenschaften, anzupassen. Inhaltlich, organisatorisch und qualitativ ändert sich für Studierende dadurch nichts. Ziel der Hochschule Burgenland ist es, sich nun noch erfolgreicher in der nationalen und internationalen Bildungslandschaft positionieren zu können. Seit ihrer Namensänderung nutzt die Hochschule Burgenland nun auch das Sonnen-Logo des Burgenlandes.

Die Hochschule Burgenland bietet an zwei Studienzentren in Eisenstadt und Pinkafeld Bachelor- und Masterstudiengänge in vier Departments an:

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

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

Besonderes wachsen lassen

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

Lebenslanges Netzwerk

Weit mehr als 14.000 Absolventinnen und Absolventen haben an der (Fach-)Hochschule Burgenland graduiert. Sie haben bei ihrer Sponsion nicht nur ein Diplom erhalten, das sie zum Tragen eines akademischen Titels berechtigt, sondern auch gute Perspektiven für ihr zukünftiges Berufsleben.

DER CAMPUS EISENSTADT

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

Besuchen Sie uns auch online:

www.hochschule-burgenland.at



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



Follow us:



IN 3 SCHRITTEN ZUM STUDIUM

1

Informieren

Online auf www.hochschule-burgenland.at und unserem Youtube-Kanal [youtube.com](https://www.youtube.com).
Persönlich bei unseren Infotagen im Dezember und im März.
Wir beantworten gerne alle Fragen auf unserer InfoLine +43 5 7705-3500 und per E-Mail beratung@hochschule-burgenland.at.

2

Bewerben

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

3

Studieren

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

Aus der Fachhochschule Burgenland wird die Hochschule Burgenland!

Wir sind und bleiben vom Fach. Auch wenn wir künftig Hochschule Burgenland heißen. Sie sind also weiterhin bei uns richtig, wenn Sie praxisorientierte Hochschulbildung mit einzigartigen Inhalten und der persönlichen Note suchen. Fachhochschulen betreiben seit mehr als 30 Jahren angewandte Lehre und Forschung auf wissenschaftlichem Niveau. Die Bezeichnung „Hochschule für Angewandte Wissenschaften“ bringt das auf den Punkt.

Und mit einem neuen Logo ist nun auch über der Hochschule Burgenland die Sonne aufgegangen und zeigt auf den ersten Blick, wo wir (her) sind!

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Burgenland GmbH

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

Tel.: +43 5 7705

E-Mail: office@hochschule-burgenland.at | www.hochschule-burgenland.at

Stand 11.2024 Die Inhalte der Broschüre wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen. Alle Angaben vorbehalten Änderungen und Druckfehler. Konzept & Entwurf: Unique Werbeagentur; Gestaltung und Umsetzung: Landesholding Burgenland, Stephanie Schwarz | Fotos ©: Hochschule Burgenland, Shutterstock, Adobe Stock.

