

Kommunikations- management

»Mit Strategie, Vernetzung und Führungskompetenz
zum Kommunikationsprofi in einer digitalen Medienwelt«

**DIE PRAXIS
STUDIERN.**

Die führende Fachhochschule für
Management & Kommunikation



Das Studium

Facts

Abschluss und Dauer

Master of Arts in Business (MA),
4 Semester,
berechtigt zu einem Doktorats-
oder PhD-Studium,

Studiengangskennzahl

FW 512 220

Zugangsvoraussetzungen

Abschluss eines Universitäts- oder
FH-Studiums

Organisationsform

Berufsbegleitend

Rahmenzeiten

September bis Juni
Geblockt: Mi 18:30–21:45 h, Do/Fr
17:30–21:45 h, Sa 8:30–16:30 h;
eine Blockwoche pro Semester

Unterrichtssprachen

Deutsch (einzelne Module in Englisch)

Auslandssemester

An Partnerhochschulen im
4. Semester möglich
Alternativ: Kurzzeitmobilitätsangebote

Studiengebühren

363,36 Euro pro Semester
(exkl. ÖH-Beitrag)

Studienort

wko campus wien
30–40% Distance Learning

Schwerpunkte

- Strategisches Kommunikationsmanagement mit Schwerpunkt auf datenbasierte, digitale Kommunikation sowie Einsatz von KI
- Klarer Fokus auf Integriertes Kommunikationsmanagement, d. h. Vernetzung aller analogen und digitalen Kommunikationsmaßnahmen (intern/extern)
- Strategische Einsatzfelder der PR
- Nachhaltigkeitskommunikation und Ethik in der Kommunikation
- Umgang mit Transformationsprozessen auf globaler Ebene inkl. Change-Management
- Team- und Führungskompetenzen wie z. B. Führungskommunikation, Konfliktmanagement und Verhandlungstraining für eine komplexe, digitale Arbeitswelt
- Hoher Praxisbezug durch Projekte mit spannenden Unternehmen

Job & Karriere

In einer sich ständig wandelnden Welt der Digitalisierung sind ManagerInnen mit Überblick vor reinen SpezialistInnen gefragt. Ausgerichtet an den Anforderungen des Berufsfeldes werden Sie zum Kommunikationsprofi mit Führungskompetenz und einem strategischen Blick auf eine ganzheitliche, integrierte Kommunikation ausgebildet. Der hohe Praxisbezug des Studiums unterstützt zudem optimal bei Ihrem Einstieg in eine Position mit Management- und Führungsaufgaben in folgenden beispielhaften Bereichen:

- Corporate Communication bzw. Unternehmenskommunikation
- Öffentlichkeitsarbeit, PR, Presse- und Medienarbeit
- Digital & Databased Communication (Social-Media-, InfluencerInnenkommunikation, Content Marketing etc.)
- Interne Kommunikation, Employer Branding, Change Communication
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Issues-/Krisen-/Changemanagement, Investor Relations
- Marketing und Werbung (on-/offline) mit Schwerpunkt Marktkommunikation
- NPO-/NGO-/GO-Kommunikation
- u. v. m.

»In einer immer komplexer werdenden Welt mit ständig neuen Herausforderungen und Möglichkeiten braucht es Kommunikationsprofis, die den Überblick bewahren und strategisch sinnvoll sowie vernetzt agieren. In diesem Studium planen Sie Strategien und erarbeiten kreative Lösungen, um in einer digitalisierten, von KI geprägten Welt effizient, datenbasiert, ethisch korrekt und nachhaltig das Kommunikationsziel zu erreichen. Dadurch tragen Sie wesentlich zum Unternehmenserfolg bei.«

FH-PROF.^{IN} MAG.³ DR.^{IN} SIEGLINDE MARTIN *Head of Program*





Anmeldung
zum Newsletter:



Highlights

- Digitale Kommunikation, Storytelling und Einsatz von KI
- Issues-Management, Krisenkommunikation
- Medientraining, persönlicher Online-Auftritt und -Moderation, New Work
- Flexible, internationale Kurzzeit-Angebote mit attraktivem Themenpool
(virtuell oder im Ausland)



Was ein MA-Studium an der FHWien der WKW auszeichnet

- Lehrveranstaltungen zum Thema strategisches Management bereiten die Studierenden aller Master-Studiengänge auf Führungsaufgaben vor.
- Unsere Studierenden lernen, wie die digitale Transformation das jeweilige Berufsfeld verändert und welche Chancen die Digitalisierung und der Einsatz von KI eröffnen.
- Die Studierenden beschäftigen sich mit dem Wandel hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und mit der Frage: Wie kann ich ein Unternehmen sozial und ökologisch verantwortungsvoll führen?

© Daniel Hinterramskogler



»Der Master-Studiengang Kommunikationsmanagement schafft mit seinem vielseitigen Lehrplan die ideale Basis für ein sich schnell veränderndes Umfeld. Besonders wertvoll fand ich die Kombination aus strategischer Kommunikation, Soft Skills und dem starken Praxisbezug. Die unterschiedlichen Disziplinen haben mich gut auf meinen Job vorbereitet, wo ich gefordert bin, Themen ganzheitlich und somit für interne und externe Kanäle zu denken.«

MAGDALENA BINDER, BA, MA *Absolventin*

Studienplan

1. Semester – 18 SWS / 30 ECTS

SWS: Semesterwochenstunden / ECTS: European Credit Transfer and Accumulation System

Strategisches Kommunikationsmanagement 1 4 SWS / 6 ECTS Stakeholder Management & Corporate Listening, Public Relations, Kommunikationsstrategie, Kommunikationscontrolling	Strategisches Kommunikationsmanagement 2 3 SWS / 6 ECTS Grundlagen Integrierter Unternehmenskommunikation, Agilität & Polyphonie in der Unternehmenskommunikation, Entwicklung Integrierter Unternehmenskommunikation	Digitale Kommunikation & Storytelling 4 SWS / 6 ECTS Strategien Digitaler Kommunikation, Digitaler Wandel, Case Study Digitale Kommunikation	Responsible & Sustainable Business Communication 3 SWS / 6 ECTS Ethical Decision Making, Responsible & Sustainable Business Communication	Führungskompetenzen 1 4 SWS / 6 ECTS Willkommen an der FHWien der WKW, Verhandlungstraining & Argumentation, Persönlicher Online-Auftritt, Konfliktmanagement
---	--	---	--	--

2. Semester – 19 SWS / 30 ECTS

Strategische Einsatzfelder der Public Relations 3 SWS / 6 ECTS Issues Management & Krisenkommunikation, Public Affairs & Investor Relations	Interne Kommunikation & Human Capital 4 SWS / 6 ECTS Interne Kommunikation, Unternehmenskultur & Change Management, Human Resource Management, Arbeitsrecht	Strategic Marketing 3 SWS / 6 ECTS Brand Management & Development & Content Strategy, Strategic Marketing & Performance	Praxisprojekt 1 5 SWS / 6 ECTS Konzepterstellung, Marktforschung, Budgetierung und Mediaplanung	Kommunikations- & Managementforschung 1 4 SWS / 6 ECTS Forschungsstandards & Design, Qualitative Methoden, Quantitative Methoden, Experimentelle Designs - Web Analytics Lab
--	--	--	--	---

3. Semester – 19 SWS / 30 ECTS

Strategic Transformation in Global Markets 4 SWS / 6 ECTS Strategic Change, Microeconomics of Competitiveness	Führungskompetenzen 2 4 SWS / 6 ECTS Führungskommunikation & New Work, Online-Moderation, Medientraining	Databased Communication 4 SWS / 6 ECTS Integrated Marketing Communication & Customer Centric Marketing, Performance in Marketing & Communication, Data and Ethics as the Basis of Digital Communication Planning	Praxisprojekt 2 5 SWS / 6 ECTS Konzepterstellung, Marktforschung, fachliche Vertiefung, Immaterialgüter, Medien- & Datenschutzrecht	Kommunikations- & Managementforschung 2 2 SWS / 6 ECTS Methodenanwendung, Methodencoaching
--	---	---	--	---

4. Semester – 4 SWS / 30 ECTS

Entrepreneurial Business Skills & Communication 4 SWS / 6 ECTS Diskurs mit InvestorInnen, Business Plan: Aufbau, Absatz- & Finanzplanung, Erstellung & Präsentation - Investor Pitch	Masterarbeit 18 ECTS	Masterprüfung 6 ECTS Masterprüfung gem. § 16 FHG
---	------------------------------------	---

Änderungen vorbehalten.

