



FACTSHEET

HAK für Kommunikation
und Medieninformatik



Übersicht – Informationsblatt

1. Ziel des Erweiterungsbereiches	1
2. Leitideen	1
3. Eckpunkte der Umsetzung	3
4. Berufsfelder	3
5. Pflichtpraktikum	4
6. Fächer des Erweiterungsbereiches Kommunikation und Medieninformatik	5
Medieninformatik	
Internet, Social Media und Kommunikation	
Netzwerkmanagement	
Wirtschafts- und Organisationspsychologie	
Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit	



1. Ziel des Erweiterungsbereiches

Neben dem allgemeinen Bildungsziel der Handelsakademie besteht das Ziel der Handelsakademie für Kommunikation und Medieninformatik (MEDIA.HAK) darin, dass die Absolventinnen und Absolventen entsprechend den Anforderungen der Wirtschaft neben kaufmännischer Fachkompetenz auch profunde Kenntnisse von Organisations- und Kommunikationsstrukturen, Öffentlichkeitsarbeit und den Umgang mit bzw. den strategischen Einsatz von neuen Medien erwerben.

Ziel dieses Erweiterungsbereiches ist es, einerseits der Wirtschaft auf Grund der Nachfrage im Bereich Information, Kommunikations- und Medienkompetenz in allen Bereichen der Unternehmen gut ausgebildete Absolventinnen/Absolventen zur Verfügung zu stellen und andererseits die Chancen der Absolventinnen/Absolventen der Handelsakademie für Kommunikation und Medieninformatik in den Unterrichtsgegenständen "Medieninformatik", "Internet, Social Media und Kommunikation", "Netzwerkmanagement", "Wirtschafts- und Organisationspsychologie" und "Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit" am Arbeitsmarkt zu steigern.



2. Leitideen

Dem Konzept dieses Schulversuches liegen folgende wesentliche Leitideen zu Grunde:

- ⇒ Der Lehrplan ist in einen Stammbereich und in den Erweiterungsbereich "Handelsakademie für Kommunikation und Medieninformatik" gegliedert. Der Stammbereich soll für alle Handelsakademieabsolventinnen und Handelsakademieabsolventen eine einheitliche "Grundbildung" (Allgemeinbildung und wirtschaftliche Berufsbildung) sicherstellen, während speziell im Erweiterungsbereich (ca. 15 % der Gesamtwochenstundenanzahl) bei diesem Schulversuch die erforderlichen Kompetenzen der Kommunikation und Medieninformatik vermittelt werden.
- ⇒ Der Persönlichkeitsbildung und den fächerübergreifenden Fähigkeiten (Schlüsselqualifikationen) wird große Bedeutung beigemessen. Im Besonderen ist auf die berufsspezifischen Arbeitshaltungen (Genauigkeit, Sorgfalt, Konzentrationsfähigkeit, logisches und prozessorientiertes Denken, unternehmerisches Denken, Einhaltung von Terminen etc.) hinzuarbeiten sowie die fächerübergreifenden Fähigkeiten (Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit, Bereitschaft und Fähigkeit zur Teamarbeit, Verantwortung für die Qualität der ausgeführten Arbeit etc.) zu forcieren.
- ⇒ Schwerpunkt des Erweiterungsbereiches ist eine handlungs- und projektorientierte Ausbildung, in der die Erstellung einer Diplomarbeit im Team (mit einem Thema aus dem Erweiterungsbereich) und die Arbeit der Schülerinnen und Schüler in einer dem Erweiterungsbereich entsprechenden Übungsfirma mit virtueller Vertriebschiene vorgesehen sind.

- ⇒ Falls möglich und sinnvoll kann in den Unterrichtsgegenständen des Erweiterungsbereiches Englisch als Arbeitssprache eingesetzt werden und es können englische Arbeitsunterlagen, Präsentationen etc. eingesetzt werden, um die Absolventinnen und Absolventen zur Verwendung der in international tätigen Unternehmen üblichen Arbeitssprache Englisch zu motivieren. Im Freigegegenstandsbereich wird das Anbieten einer weiteren lebenden Fremdsprache empfohlen.
- ⇒ Gerade die Kommunikation der Unternehmen mit einer internen und externen Öffentlichkeit gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die Absolventinnen und Absolventen sollen die modernen und digitalen Möglichkeiten der Kommunikation im täglichen Umfeld genauso anwenden, wie die Kommunikation im Konflikt- und Krisenfall planen und umsetzen können.
- ⇒ Die Organisationsstrukturen und die Wirtschafts- und Organisationspsychologie spielen bei allen Kommunikationsprozessen in Unternehmen eine sehr wichtige Rolle. Viele Unternehmensaktivitäten hängen in ihrem Erfolg im Gesamten und bei bestimmten Projekten im Speziellen von Kommunikationsprozessen und der Art der Kommunikation ab. Im Erweiterungsbereich ist deshalb vorgesehen, die Schülerinnen und Schüler in diesen Bereichen eine Vorbereitung für die Unternehmens- und Wirtschaftspraxis zu vermitteln.
- ⇒ Die Übungsfirma findet in diesem Schulversuch im IV. Jahrgang statt. Sie muss neben der normalen Übungsfirmentätigkeit auch die Kommunikationsprozesse des Unternehmens in besonderer Weise hervorheben und anwenden.
- ⇒ Die Absolventinnen und Absolventen sind auf multimediale und dynamische Kommunikationsprozesse des Unternehmens aktiv vorzubereiten. Die Anwendung von Web-2.0-Instrumenten und moderner Bild- und Videoübertragung ist hierbei zu berücksichtigen und einzubinden.
- ⇒ Neben der Vermittlung der Fachkompetenzen in den einzelnen Unterrichtsgegenständen ist auf die gleichzeitige Förderung von persönlichen und sozialen Kompetenzen besonderer Wert zu legen.
- ⇒ Die Planung und Umsetzung von Kommunikationsstrategien, Öffentlichkeits- und Pressearbeit ist in der Übungsfirma strategisch zu planen und umzusetzen.
- ⇒ Der Unternehmensgegenstand in der Übungsfirma sollte eine Dienstleistungsfirma im Bereich der Werbung, Kommunikation, Beratung o. ä. sein.



3. Eckpunkte der Umsetzung

- ⇒ Erhöhung der Attraktivität durch Differenzierung innerhalb des HAK-Bereiches mit eigenem Lehrplan und eigener HAK. Differenzierung und Wahlmöglichkeit ab der ersten Klasse
- ⇒ Englisch als einzige Fremdsprache für diesen Lehrplan. Stärkung der sprachlichen Kompetenz im Bereich der Welt- und Wirtschaftssprache Englisch
- ⇒ Kommunikations-, Medien- und Informationskompetenz als Schlüssel für moderne Kommunikation
- ⇒ Standardstundentafel in den Maturafächern der sRDP (zentrale Matura) damit eine Chancengleichheit zur Standard-HAK gewährleistet ist. Damit gibt es keine Abstriche in den allgemeinbildenden Fächern und der Wirtschaftsausbildung.
- ⇒ Medieninformatik als Instrument für eine moderne Unternehmens- bzw. Organisationskommunikation nach Außen und Innen.
- ⇒ Bessere, praxisnahe und aktuelle Implementierung von Inhalten der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, die für Unternehmen und Organisationen für die Beziehung zum Umfeld immens wichtig sind
- ⇒ ÜFA mit Dienstleistungs- bzw. Beratungs-/Werbe-/Kommunikationscharakter

4. Berufsfelder

Die HAK für Kommunikation und Medieninformatik bietet nach erfolgreichem Abschluss der 5-jährigen Ausbildung eine Reihe von Möglichkeiten, Berufs- und Studienberechtigungen und Berufsfeldern

- ⇒ Reife- und Diplomprüfung (Vollmatura nach 5 Jahren) mit abgeschlossener dualer Ausbildung
- ⇒ Studienberechtigung an in- und ausländischen Universitäten, Fachhochschulen und Kollegs
- ⇒ Alle Berufsberechtigungen, die mit Abschluss der HAK verbunden sind
- ⇒ Kaufmännischer Teil der Unternehmerprüfung

Zusätzlich zu den einschlägigen Berufs- und Studienberechtigungen nach der Absolvierung der HAK eröffnen sich je nach Interessenslage mit diesem Schwerpunkt noch zusätzliche Berufsfelder:

- ⇒ Marketingabteilung, Werbeagenturen und Marktforschung
- ⇒ Öffentlichkeitsarbeit, Public Relation und Compliance-Management
- ⇒ Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitspsychologie

- ⇒ Arbeitsplatzgestaltung und Arbeitsorganisation
- ⇒ Personal- und Organisationsentwicklung, Human Resource Management
- ⇒ Unternehmensberatung und Coaching
- ⇒ Personalabteilung, Personalführung
- ⇒ Medien und Kommunikation, e-commerce
- ⇒ Social-Web Agentur
- ⇒ u.a.m.



5. Pflichtpraktikum

Im Laufe der Ausbildung an Handelsakademien muss in Unternehmen bzw. Organisationen ein Pflichtpraktikum absolviert werden.

Es soll in erster Linie dazu dienen, Einblicke in die reale Arbeitswelt zu gewinnen, die in der Ausbildung erworbenen Kompetenzen im Berufsleben anzuwenden und die Berufsfindung zu unterstützen. Das Pflichtpraktikum soll weiters Einsicht in soziale Beziehungen sowie betrieblich-organisatorische Zusammenhänge fördern und den Schülerinnen und Schülern einen Einblick in die Arbeitswelt ermöglichen.

Das Pflichtpraktikum ist Teil der Ausbildung in den Unterrichtsgegenständen "Betriebswirtschaft", "Unternehmensrechnung", "Projektmanagement, Übungsfirma, Case Studies" sowie "Business Behaviour" unter dem Gesichtspunkt der Karriereplanung und in allen HAK-Formen Bestandteil der Ausbildung.

Die Schülerinnen und Schüler haben das Pflichtpraktikum in der unterrichtsfreien Zeit, sinnvollerweise nach dem 2. Jahrgang an Handelsakademien und möglichst vor Eintritt in den letzten Jahrgang zu absolvieren. Dieses umfasst in der Handelsakademie 300 Arbeitsstunden, die auch zeitlich aufgeteilt erbracht werden können.

Für die MEDIA.HAK wird empfohlen, das Berufspraktikum unter einem dem Erweiterungsbereich entsprechenden Aspekt zu absolvieren. Vorzugsweise sollte man für dieses Praktikum ein Dienstleistungsunternehmen (z. B. mit Beratungs-, Marketing-, Kommunikationscharakter o. ä.) wählen. Damit ist eine noch bessere, praxisnahe und aktuelle Implementierung von Inhalten der Information, Kommunikation und Medieninformatik gegeben.

6. Fächer des Erweiterungsbereiches Kommunikation und Medieninformatik

Nachfolgend werden die Unterrichtsmodule angeführt. Dies stellt nur eine Übersicht des entsprechenden Lehrplaninhaltes dar. Nähere Ausführungen und Details finden Sie im Lehrplan.

Medieninformatik	
Module – Übersicht	Module – II. Jahrgang: Medienkompetenz, Bildbearbeitung, Fotografie
	Module – III. Jahrgang: Videoanalyse, Videoerstellung und -bearbeitung, Audio
	Module – IV. Jahrgang: Printbereich, DTP (Desktop-Publishing)

Internet, Social Media und Kommunikation	
Module – Übersicht	Module – II. Jahrgang: Aufbau, Einsatz und Anwendung von modernen Kommunikations-instrumenten im Internet, Web 2.0 und Social Media
	Module – III. Jahrgang: Aufbau, Betrieb und Contenterstellung von CMS-Systemen, Websites und WEB-Projekte mit CMS

Netzwerkmanagement	
Module – Übersicht	Module – III. Jahrgang: Grundlagen der Netzwerktechnik; Netzwerktechnik und Planung
	Module – IV. Jahrgang: Netzwerksicherheit und technologische Entwicklungen; Netzwerkverwaltung

Wirtschafts- und Organisationspsychologie	
Module – Übersicht	Module – III. Jahrgang: Psychologische Grundlagen, Wahrnehmung, Emotion und Motivation, Sozialpsychologie, Gruppenprozesse, Führung von Gruppen, Medienpsychologie
	Module – IV. Jahrgang: Markt- und Werbepsychologie, Arbeitspsychologie, Mensch und Arbeit, Change Management, Diversity Management
	Module – V. Jahrgang: Organisationspsychologie, Mensch in der Organisation, Führung und Führungsethik, Konsumenten- und Akteursverhalten, Marktverhalten Kommunikationspsychologie und -ethik, Wirtschaftsphilosophie, Spannungsfeld zwischen Ökonomik, Ethik, Moral, Profit, Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit	
Module – Übersicht	Module – IV. Jahrgang: Grundlagen der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, externe Kommunikation eines Unternehmens
	Module – V. Jahrgang: Interne Kommunikation eines Unternehmens, Krisenmanagement und -kommunikation

Nähere Informationen unter www.HAK-Landeck.tsn.at und www.mediahak.at