

Naukowiec komunikacji (KommunikationswissenschaftlerIn)

Im BIS anzeigen



Główne działania (Haupttätigkeiten)

Naukowcy zajmujący się komunikacją badają historię, organizację i zawartość (mass) mediów oraz ich wpływ na różne grupy ludzi.

KommunikationswissenschaftlerInnen untersuchen Geschichte, Organisation und Inhalte der (Massen-)Medien und deren Wirkung auf verschiedene Personengruppen.

Dochód (Einkommen)

Naukowiec komunikacji zarabia od 2.700 do 3.970 euro brutto miesięcznie
(KommunikationswissenschaftlerInnen verdienen ab 2.700 bis 3.970 Euro brutto pro Monat).

- Zawód akademicki : 2.700 do 3.970 euro brutto (Akademischer Beruf: 2.700 bis 3.970 Euro brutto)

Możliwości zatrudnienia (Beschäftigungsmöglichkeiten)

Możliwości zatrudnienia istnieją w badaniach i nauczaniu na uniwersytetach oraz w badaniach w prywatnych instytutach badawczych nauk społecznych. Ponadto w agencjach reklamowych i PR, instytutach badań rynku i opinii, w firmach doradztwa w zakresie zarządzania, w sektorze mediów oraz w działach komunikacji firm, partii politycznych i grup interesu.

Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen in der Forschung und Lehre an Universitäten und in der Forschung an privaten sozialwissenschaftlichen Forschungsinstituten. Weiters bei Werbe- oder PR-Agenturen, Markt- und Meinungsforschungsinstituten, bei Unternehmensberatungsfirmen, im Medienbereich sowie in Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, politischen Parteien und Interessensvertretungen.

Aktualne wakaty (Aktuelle Stellenangebote)

.... w internetowym serwisie pośrednictwa pracy AMS (eJob-Room): (... in der online-Stellenvermittlung des AMS (eJob-Room):) [1](#)  do AMS eJob Room (zum AMS-eJob-Room)

Umiejętności zawodowe wymagane w reklamach (In Inseraten gefragte berufliche Kompetenzen)

- Systemy zarządzania treścią (Content-Management-Systeme)
- Pozyskiwanie funduszy (Fundraising)
- Badania internetowe (Internetrecherche)
- Badania rynku (Marktforschung)
- Analiza mediów (Medienanalyse)
- Umiejętności multimedialne (Multimediakenntnisse)
- Planowanie kampanii marketingu bezpośredniego (Planung von Direktmarketingaktionen)
- Umiejętności PR (PR-Kenntnisse)
- Umiejętności zarządzania projektami (Projektmanagement-Kenntnisse)
- Znajomość statystyki (Statistikkenntnisse)
- Reklama (Werbung)

Inne umiejętności zawodowe

(Weitere berufliche Kompetenzen)

Podstawowe umiejętności zawodowe (Berufliche Basiskompetenzen)

- Nauki humanistyczne i kulturoznawstwo (Geistes- und Kulturwissenschaften)
- Znajomość naukowych metod pracy (Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden)
- Studia dziennikarskie i komunikacyjne (Publizistik und Kommunikationswissenschaften)

Techniczne umiejętności zawodowe (Fachliche berufliche Kompetenzen)

- Umiejętności w zakresie produkcji audio, wideo i teatralnej (Audio-, Video- und Theater-Produktionskenntnisse)
 - Produkcja filmowa i telewizyjna (Film- und Fernsehproduktion)
 - Technologia wideo (Videotechnik)
- Wiedza dydaktyczna (Didaktikkenntnisse)
- Ekspertyza dziennikarska (Journalistische Fachkenntnisse)
 - Pisanie dziennikarskie (Journalistisches Schreiben)
 - Krytyczna umiejętność korzystania z mediów (Kritische Medienkompetenz)
- Znajomość podstaw prawnych określonych dla danego stanowiska pracy (Kenntnis berufsspezifischer Rechtsgrundlagen)
 - Prawo dotyczące zawodu (Berufsspezifisches Recht) (z. B. Podstawy prawa medialnego (Grundlagen des Medienrechts))
- Znajomość naukowych metod pracy (Kenntnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden)
 - Pisanie tekstów naukowych (Verfassen wissenschaftlicher Texte)
 - Dokumentacja naukowa (Wissenschaftliche Dokumentation)
 - Badania naukowe (Wissenschaftliche Recherche)
 - Metody ankiet (Befragungsmethoden) (z. B. CAPI (CAPI), PAPI (PAPI))
 - Jakościowe metody badawcze (Qualitative Forschungsmethoden) (z. B. Badania terenowe (Feldforschung))
 - Obszary badań (Forschungsrichtungen) (z. B. Badania podstawowe (Grundlagenforschung))
 - Badania eksperymentalne (Experimentelle Forschung) (z. B. Badanie pilotażowe (Pilotstudie))
- Wiedza marketingowa (Marketingkenntnisse)
 - Reklama (Werbung) (z. B. Planowanie mediów (Medienplanung))
 - Badania rynku (Marktforschung) (z. B. Analiza rynku (Marktanalysen))
- Umiejętności multimedialne (Multimediakenntnisse)
 - Media cyfrowe (Digitale Medien)
- Umiejętności PR (PR-Kenntnisse)
 - Monitorowanie mediów (Medienbeobachtung) (z. B. Przygotowanie analiz medialnych (Aufbereitung von Medienanalysen))
- Znajomość statystyki (Statistikkenntnisse)
 - Tworzenie statystyk (Statistikerstellung)
- Wykład i umiejętności prezentacji (Vortrags- und Präsentationskenntnisse)
 - Technologia wykładów i prezentacji (Vortrags- und Präsentationstechnik) (z. B. Użycie środków retorycznych (Einsatz rhetorischer Stilmittel))
 - Prowadzenie wykładów i prezentacji (Abhalten von Vorträgen und Präsentationen) (z. B. Prowadzenie prezentacji online (Abhalten von Online-Präsentationen), Prowadzenie wykładów konferencyjnych (Abhalten von Konferenzvorträgen), Prowadzenie krótkich wykładów (Abhalten von Kurzvorträgen), Prowadzenie wykładów (Abhalten von Vorlesungen))
- Wiedza naukowa w zakresie nauk humanistycznych, społecznych i kulturowych (Wissenschaftliches Fachwissen Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften)
 - Nauki humanistyczne i kulturoznawstwo (Geistes- und Kulturwissenschaften)

- Nauki społeczne (Sozialwissenschaften) (z. B. Ramy (nauka o komunikacji) (Framing (Kommunikationswissenschaft)), Studia dziennikarskie i komunikacyjne (Publizistik und Kommunikationswissenschaften))
- Wiedza naukowa w dziedzinie nauk humanistycznych (Wissenschaftliches Fachwissen Humanwissenschaft)
 - Psychologia (Psychologie)

Ogólne umiejętności zawodowe

(Überfachliche berufliche Kompetenzen)

- Umiejętności analityczne (Analytische Fähigkeiten)
- Umiejętność korzystania z mediów (Medienkompetenz)

Kompetencje cyfrowe według DigComp

(Digitale Kompetenzen nach DigComp)

1 Podstawowe		2 osoby prowadzące działalność na własny rachunek		3 Zaawansowane		4 Wysoce wyspecjalizowane	
Opis: Die digitalen Kompetenzen von KommunikationswissenschaftlerInnen sind besonders in Zusammenhang mit der Recherche, Bewertung und Interpretation von Informationen und Daten sowie in der Kommunikation und Dokumentation gefragt. Aber auch in der Gestaltung eigener digitaler Inhalte werden digitale Kompetenzen für KommunikationswissenschaftlerInnen immer wichtiger. Das Thema Sicherheit und Schutz spielt im Umgang mit Daten und Anwendungen in diesem Beruf eine große Rolle.							

**Szczegółowe informacje na temat umiejętności cyfrowych
(Detailinfos zu den digitalen Kompetenzen)**

Obszar kompetencji	Poziom(y) kompetencji od ... do ...								Opis
0 - Podstawy, dostęp i zrozumienie cyfrowe	1	2	3	4	5	6	7	8	KommunikationswissenschaftlerInnen müssen die Möglichkeiten digitaler Tools und Anwendungen (z. B. Chatbots, Data Mining, Digitales Dokumentenmanagement, Social Media Analytics, Streamingdienste und -technologien) für den eigenen Arbeitsbereich verstehen und diese selbstständig anwenden können.
1 - Postępowanie z informacjami i danymi	1	2	3	4	5	6	7	8	KommunikationswissenschaftlerInnen müssen digitale Informationen und Daten recherchieren, strukturieren, bewerten und interpretieren können und in der jeweiligen Tätigkeit umsetzen.
2 - Komunikacja, interakcja i współpraca	1	2	3	4	5	6	7	8	KommunikationswissenschaftlerInnen müssen verschiedene digitale Anwendungen und Geräte zur Kommunikation und Zusammenarbeit mit KollegInnen, ProjektpartnerInnen oder auch Studierenden, Medien usw. selbstständig anwenden und an den eigenen Bedarf anpassen können.
3 - Kreacja, produkcja i publikacja	1	2	3	4	5	6	7	8	KommunikationswissenschaftlerInnen müssen digitale Inhalte, Informationen und Daten selbstständig erstellen und in bestehende digitale Tools (z. B. Blogs, Webseiten, Datenbanken und Archive) einpflegen können.
4 - Bezpieczeństwo i zrównoważone wykorzystanie zasobów	1	2	3	4	5	6	7	8	KommunikationswissenschaftlerInnen sind sich der Bedeutung des Datenschutzes und der Datensicherheit bewusst, kennen die für ihren Arbeitsbereich relevanten Regeln, halten sie ein und veranlassen aktiv Maßnahmen, wenn sie mögliche Sicherheitslücken beispielsweise im Umgang mit Daten entdecken.
5 - Rozwiązywanie problemów, innowacje i ciągłe uczenie się	1	2	3	4	5	6	7	8	KommunikationswissenschaftlerInnen müssen die Einsatzmöglichkeiten digitaler Tools und Lösungen für ihre Arbeit zumindest in den Grundzügen beurteilen können. Sie erkennen Probleme mit digitalen Geräten und Anwendungen und können einfache klar definierte Probleme selbstständig bzw. unter Anleitung lösen und wissen, welche Schritte für die Behebung der Probleme gesetzt werden müssen.

**Szkolenia, certyfikaty, dalsze szkolenia
(Ausbildung, Zertifikate, Weiterbildung)**

**Typowe poziomy umiejętności
(Typische Qualifikationsniveaus)**

- Zawód akademicki (Akademischer Beruf)

Szkolenie

(Ausbildung)

Hochschulstudien [nQR^{VII}](#) [nQR^{VIII}](#)

- Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften
 - Geistes- und Kulturwissenschaften
- Medien, Design, Kunst, Kommunikation
 - Journalismus
 - Kommunikation und Informationsdesign
 - Medien, Medientechnik und -produktion

Kształcenie ustawiczne

(Weiterbildung)

Fachliche Weiterbildung Vertiefung

- Corporate-Identity-Entwicklung
- Informationsmanagement
- Journalistisches Schreiben
- Marktforschung
- Mediendesign
- Medientheorie
- Pressearbeit
- Redaktion
- Social Media Storytelling
- Wissensmanagement

Fachliche Weiterbildung Aufstiegsperspektiven

- Spezielle Aus- und Weiterbildungslehrgänge - Kunst, Medien, Design
- Projektmanagement-Ausbildung
- Hochschulstudien - Journalismus
- Hochschulstudien - Kommunikation und Informationsdesign
- Hochschulstudien - Medien, Medientechnik und -produktion
- Spezielle Aus- und Weiterbildungslehrgänge - Fachspezifische Universitäts- und Fachhochschullehrgänge

Bereichsübergreifende Weiterbildung

- Fremdsprachen
- Interkulturelle Kompetenz
- Projektmanagement
- Statistikprogramme
- Teammanagement

Weiterbildungsveranstalter

- Betriebsinterne Schulungen
- Fachverband Werbung und Marktkommunikation
- Forum Journalismus und Medien Wien [↗](#)
- Kuratorium für Journalistenausbildung [↗](#)
- Österreichischer Journalisten Club (ÖJC) [↗](#)
- Public Relations Verband Austria [↗](#)
- Fachmesse- und Tagungsveranstalter
- Erwachsenenbildungseinrichtungen und Online-Lernplattformen
- Fachhochschulen
- Universitäten

Znajomość języka niemieckiego według CEFR

(Deutschkenntnisse nach GERS)

C1 Sehr gute bis C2 Exzellente Deutschkenntnisse

Sie beherrschen das wissenschaftliche Arbeiten und damit auch die Kommunikation der Ergebnisse dieser Arbeit sowohl schriftlich als auch mündlich. Da Menschen und die Kommunikation mit ihnen im Zentrum der Forschung stehen, benötigen sie sehr gute Deutschkenntnisse. Hinweis: An den meisten österreichischen Universitäten wird für die Zulassung zu einem Bachelorstudium das Sprachniveau C1 vorausgesetzt.

Dalsze informacje zawodowe

(Weitere Berufsinfos)

Samozatrudnienie

(Selbstständigkeit)

Der Beruf kann freiberuflich ausgeübt werden.

Kwestionariusz kompetencji

(Berufsspezialisierungen zur Vermittlung)

Ten sześciocyfrowy numer nie jest już używany. Zastępuje go następujący sześciocyfrowy numer: (Hinweis: Es gibt keine Berufsspezialisierungen zur Vermittlung.)

Specjalizacje zawodowe

(Berufsspezialisierungen)

Wykładowca dziennikarstwa i komunikacji (DozentIn für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft)

Wykładowca dziennikarstwa i komunikacji (LektorIn für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft)

Asystent uniwersytecki ds. dziennikarstwa i komunikacji (UniversitätsassistentIn für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft)

Profesor uniwersytecki dziennikarstwa i komunikacji (UniversitätsprofessorIn für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft)

Zawody pokrewne

(Verwandte Berufe)

- Menedżer treści (Content-ManagerIn)
- Menedżer ds. relacji z klientami (Customer-Relationship-ManagerIn)
- Profesor uniwersytecki (HochschullehrerIn)
- Dziennikarz (JournalistIn)
- Wykładowca (LektorIn)
- Asystent ds. marketingu (MarketingassistentIn)
- Konsultant PR (PR-BeraterIn)
- Redaktor (RedakteurIn)
- Menedżer mediów społecznościowych (Social-Media-ManagerIn)
- Urzędnik wydawniczy (Verlagskaufmann/-frau)

Przydział do obszarów i grup zawodowych BIS

(Zuordnung zu BIS-Berufsbereichen und -obergruppen)

Media, grafika, projektowanie, druk, sztuka, rzemiosło (Medien, Grafik, Design, Druck, Kunst, Kunsthandwerk)

- Media drukowane, nowe media (Printmedien, Neue Medien)

Nauka, edukacja, badania i rozwój (Wissenschaft, Bildung, Forschung und Entwicklung)

- Nauki humanistyczne, kulturowe i humanistyczne (Geistes-, Kultur- und Humanwissenschaften)

Przydział do klasyfikacji zawodowej AMS (sześciocyfrowy)

(Zuordnung zu AMS-Berufssystematik (Sechssteller))

- 844831 Naukowiec komunikacji (Kommunikationswissenschaftler/in)

Informationen im Lexikon
(Informationen im Berufslexikon)

-  KommunikationswissenschaftlerIn (Uni/FH/PH)

Informationen im Kompass
(Informationen im Ausbildungskompass)

-  NachwuchswissenschaftlerIn (KommunikationswissenschaftlerIn)



Tekst został przetłumaczony automatycznie z języka niemieckiego. Terminy niemieckie podano w nawiasach. TA USŁUGA MOŻE OBEJMOWAĆ TŁUMACZENIA DOSTARCZANE PRZEZ GOOGLE. GOOGLE ZRZĘKA SIĘ WSZELKIEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA TŁUMACZENIA, WYRAŻNE LUB DOROZUMIANE, W TYM WSZELKIEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA DOKŁADNOŚĆ, NIEZAWODNOŚĆ I WSZELKIEJ DOROZUMIANEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA WYDAJNOŚĆ RYNKU I WYŁĄCZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI.

Der Text wurde automatisiert aus dem Deutschen übersetzt. Die deutschen Begriffe werden in Klammern angezeigt.

DIESER DIENST KANN ÜBERSETZUNGEN ENTHALTEN, DIE VON GOOGLE BEREITGESTELLT WERDEN. GOOGLE SCHLIEßT IN BEZUG AUF DIE ÜBERSETZUNGEN JEGLICHE HAFTUNG AUS, SEI SIE AUSDRÜCKLICH ODER STILLSCHWEIGEND, EINSCHLIEßLICH JEGLICHER HAFTUNG FÜR DIE GENAUIGKEIT, ZUVERLÄSSIGKEIT UND JEGLICHE STILLSCHWEIGENDE HAFTUNG FÜR DIE MARKTGÄNGIGKEIT, EIGNUNG FÜR EINEN BESTIMMTEN ZWECK UND NICHTVERLETZUNG FREMDER RECHTE.

Ten profil zawodowy został zaktualizowany 31. Oktober 2025 . (Dieses Berufsprofil wurde aktualisiert am 31. Oktober 2025.)