



BETRIEBSWIRT/IN (TUCED) FÜR WERBUNG UND KOMMUNIKATION

Informationen zum Lehrgang



**STUDIENINSTITUT
FÜR KOMMUNIKATION**

Upgrade your knowledge

BETRIEBSWIRT/IN (TUCED) FÜR WERBUNG UND KOMMUNIKATION

GENERALISTEN FÜR DIE ERFOLGREICHE ZIELGRUPPENANSPRACHE

Besonders ein Begriff hat in den Marketingfachbüchern einen festen Platz gefunden: Integrierte Kommunikation. Umschrieben wird die Aufgabe von Betriebswirten für Werbung und Kommunikation, die vielfältigen Instrumente der Marketingkommunikation (wie Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung, Messen, und Events) für unterschiedliche Zielgruppen zu harmonisieren. Unternehmenskommunikation verläuft hier quasi "aus einem Guss", die Instrumente stehen nicht mehr nebeneinander, sie greifen ganzheitlich ineinander. Die Strategien der einzelnen Unternehmensabteilungen um Werbung, Public Relations, Marketing, Eventmanagement, Produktentwicklung oder Projektmanagement werden hierbei zu einem Leitfaden für Gesamtkommunikation zusammengeführt!

Fachleute, die diese Aufgabe bewältigen wollen, benötigen fachübergreifende Kenntnisse. Sie benötigen Management-Skills, das Know-how über alle Instrumente in der Werbung und Kommunikation sowie ein kreatives wie kaufmännisches Denken.

Das Studieninstitut für Kommunikation hat in Zusammenarbeit mit der TUCed in Chemnitz und namhaften Experten der Werbe- und Kommunikationsbranche dieses Weiterbildungskonzept, das den Ansprüchen eines professionalisierten Kommunikationsmarktes sowie den Bedürfnissen einer integrierten Kommunikationsarbeit gerecht wird, entwickelt.

AUFGABEN

Die Tätigkeitsfelder von Betriebswirten für Werbung und Kommunikation im Rahmen von Projekten in der Marketingkommunikation sind breit gefächert und lassen sich in Aufgaben wie Planung, Konzeption, Kalkulation, Gestaltung, Organisation, Evaluation und Recherche gliedern. Betriebswirte (TUCed) für Werbung und Kommunikation

- haben ein fundiertes Wissen über kaufmännische Aspekte wie Steuern, Buchhaltung, Rechnungswesen, Finanzierung und Investition, Personalwesen
- verfügen über grundlegende Kenntnisse des allgemeinen Rechts und branchenspezifischen Rechts (Medienrecht, Werberecht, Markenrecht, Bild-Lizenzen etc.)
- kennen die Aufgaben der Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft und haben einen Überblick über gesamtwirtschaftliche Sachverhalte
- haben Grundlagenkenntnisse über Unternehmensplanung, Unternehmensführung und Unternehmenskontrolle
- haben einen Überblick über das Marketing, seine Ziele, Strategien und Instrumente sowie Kenntnisse zu Konzeption, Budgetierung und Controlling im Marketing
- kennen Kommunikationsmodelle, ihre Strategien und Instrumente
- kennen die Grundbegriffe der Werbestrategie und Werbekonzeption sowie die Grundsätze der Gestaltungstheorie von Bildern, Text und Medieninhalten
- kennen die Arten und Formen von Werbung oder Werbemitteln und Wissen um den Einsatz und die Unterschiede von Kommunikationsinstrumenten wie Public Relations, Direktwerbung, Verkaufsförderung, Sponsoring, Product Placement, Messen und Events



- können Marktforschungsmethoden und deren Ergebnisse quantitativer oder qualitativer Erhebungen verstehen, beurteilen, auswerten und für weitere Maßnahmen verwenden
- verfügen über umfassende Kenntnisse der Medienlandschaft und kennen die Begriffe und Funktionsweisen der Mediaplanung, der verschiedenen Medienarten, des Medienmarktes und seiner Werbeträger
- sind in der Lage, Projekte in der Kommunikation und Werbung zu planen, zu konzipieren, umzusetzen, durchzuführen, zu messen und auszuwerten sowie Dienstleister und Projektbeteiligte entsprechend zu briefen und zu begleiten
- kennen die einschlägigen Werbemittel – online wie offline - von der Anzeige über das Banner bis zum Spot und sind in der Lage, die entsprechenden Media- und Redaktionsdaten zu verstehen und auszuwerten, die Preise zu beurteilen, die entsprechenden Maßnahmen zu bestimmen, die KPIs festzulegen und Kosten-Nutzen-Rechnungen für die gewählten Aktionen aufzustellen.

EINSATZGEBIETE

Bedarf an qualifizierten Fachkräften besteht bei allen Akteuren der Kommunikationsbranche: Werbe-, Marketing- und PR-Agenturen, Abteilungen für PR, Verkaufsförderung und Werbung in mittelständischen, sowohl großen als auch kleinen Unternehmen. Auch Verbände oder kommunale und staatliche Stellen benötigen qualifiziertes Personal für ihre Kommunikationsabteilungen. Darüber hinaus fragen auch Existenzgründer und Non-Profit-Organisationen nach fundierter Kommunikationsberatung.



BETRIEBSWIRT/IN (TUCED) FÜR WERBUNG UND KOMMUNIKATION

LEHRGANG MIT ZERTIFIKAT DER TUCED, DEM AN-INSTITUT FÜR TRANSFER UND WEITERBILDUNG DER TU CHEMNITZ

Im universitären Lehrgang – dem Nachfolger des bisherigen Lehrgangs Fachwirt/in für Werbung und Kommunikation (IHK) – wird vermittelt, wie Strategien aus Werbung, PR, Marketing, Produktentwicklung, Eventmanagement und Projektmanagement zusammengeführt, schlüssige Werbe- und Kommunikationskonzepte erstellt sowie vielfältige Instrumente der Kommunikation vernetzt werden. Die Fortbildung wurde vom Studieninstitut in Kooperation mit der TU Chemnitz konzipiert.

Abschluss	Betriebswirt/in (TUCed) für Werbung und Kommunikation (Zertifikat der TUCed, dem An-Institut für Transfer und Weiterbildung der TU Chemnitz)
Zielgruppe	Der Lehrgang richtet sich an alle, die das Spektrum moderner Marketingkommunikation kennenlernen und umsetzen möchten: Werbekaufleute, Mitarbeiter in Unternehmen, Kundenberater in Agenturen sowie alle, die sich für projektleitende Tätigkeiten in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Werbung qualifizieren möchten.
Zulassung	Voraussetzungen für die Zulassung zum Lehrgang sind <ul style="list-style-type: none">▪ Abschluss eines Hochschulstudiums oder eines Studiums an einer Berufsakademie (BA) oder▪ allgemeine oder fachgebundene Hochschul- oder Fachhochschulreife oder ein vergleichbarer Abschluss, und eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten Beruf und eine mindestens zweijährige, für den Lehrgang förderliche, Berufspraxis oder▪ mittlere Reife und eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten, für den Lehrgang förderlichen Beruf und einer mindestens vierjährigen, für den Lehrgang förderlichen Berufspraxis.
Verlauf	berufsbegleitend über 2 Semester, mit Vorlesungen, Seminaren, Übungen, Webinaren und begleitendem Lehrmaterial
Termin/Ort	Sommer- und Wintersemester (Seminare in Düsseldorf)
Prüfungen	Zwischenprüfungen pro Semester und Abschlussklausuren
Gebühren	2.800 Euro pro Semester (5.600 Euro gesamt). Die Gebühren sind umsatzsteuerbefreit. Anpassung vorbehalten.

LEHRGANGSPLAN

ÜBERSICHT ÜBER DIE LEHRGANGSZEIT

- | | |
|----------|---|
| Monat 1 | <ul style="list-style-type: none">- Arbeitsmethodik (Leitfaden)- Volkswirtschafts- und Betriebswirtschaftslehre (Lehrheft)- Einführung in den Lehrgang (Webinar) |
| Monat 2 | <ul style="list-style-type: none">- Unternehmensführung (Lehrheft)- Methoden der Projektarbeit (Lehrheft)- Methodisch gestütztes Management (Webinarreihe, 4 x ½ Tage) |
| Monat 3 | <ul style="list-style-type: none">- Rechnungswesen und Steuern (Lehrhefte) |
| Monat 4 | <ul style="list-style-type: none">- Allgemeines Recht (Lehrheft) |
| Monat 5 | <ul style="list-style-type: none">- Methodisch gestütztes Management (Klausur)- Rechnungswesen, Recht und Steuern (3-tägiges Seminar) |
| Monat 6 | <ul style="list-style-type: none">- Werbewirtschaft und Organisation (Webinar)- Marketing und Marktforschung (Lehrhefte) |
| Monat 7 | <ul style="list-style-type: none">- Marketingkommunikation (Lehrheft)- Methodenkompetenz der Werbekreation und -planung (Lehrheft)- Rechnungswesen, Recht und Steuern (Klausur)- Konzeption, Kreation und Gestaltung (3-tägiges Seminar) |
| Monat 8 | <ul style="list-style-type: none">- Werbepsychologie und Gestalttheorie (Lehrheft)- Methoden und Instrumente der PR (Lehrheft)- Marketing/Marketingplanspiel (2-tägiges Seminar) |
| Monat 9 | <ul style="list-style-type: none">- Medienrecht (Lehrheft)- Werbearbeiten und -formen/Media (Webinarreihe, 4 x ½ Tage) |
| Monat 10 | <ul style="list-style-type: none">- Sponsoring, Fundraising (Webinar)- Product Placement, Dialogmarketing, Sales-Promotion (Webinar)- Live-Kommunikation (Webinar)- Innovative Markenkommunikation (Webinar) |
| Monat 11 | <ul style="list-style-type: none">- Werbung und Kommunikation im Internet (Lehrheft)- Online-Kommunikation (Webinar)- Social Media (Webinar)- Content Marketing (Webinar) |
| Monat 12 | <ul style="list-style-type: none">- Marketing und Marktforschung, Medienrecht, Konzeption, Werbearbeiten und -formen, Media (Klausur)- Werbung im Internet / Integrierte Kommunikation (2-tägiges Seminar) |
| Monat 13 | <ul style="list-style-type: none">- Abschlussprüfungen (Klausuren) |

LEHRPLAN

ÜBERSICHT ÜBER DIE LEHRGANGSINHALTE (AUSZUG)

Arbeitsmethodik (Leitfaden)

- Sprech- und Redetechnik
- Zeitmanagement
- Arbeits- und Zeittechniken

Volks- und Betriebswirtschaft (Lehrheft)

- volkswirtschaftliche Grundlagen
- Markt, Preis und Wettbewerb
- volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Konjunktur, Wirtschaftskreislauf und Wirtschaftswachstum
- Außenwirtschaft, wirtschaftliche Integration und Globalisierung
- Betriebswirtschaft: Aufgaben und Ziele
- betriebliche Funktionen, deren Zusammenwirken, Ziele und Aufgaben
- Unternehmen in der Marktwirtschaft
- Organisation des Unternehmens
- Existenzgründung

Einführung in den Lehrgang (Webinar)

- Begrüßung
- Einführung in den Lehrgang

Unternehmensführung und Methoden der Projektarbeit (Lehrhefte)

Unternehmensführung

- Unternehmensführung (Ziele, Leitbild, Philosophie, Kultur, Corporate Identity)
- strategische und operative Planung
- Aufbau- und Ablauforganisation
- Analysemethoden
- Organisation (Kompetenzsysteme, Leitungsstrukturen, Organisationsformen)
- Führung (Methoden, Techniken, Instrumente, Führungsstile)
- Aus- und Weiterbildung

- Personal: Planung, Beschaffung, Auswahl, Beurteilung, Entgeltformen, Personalentwicklung, Personalanpassungsmaßnahmen

Methoden der Projektarbeit

- Wesen, Inhalte und Ziele des Projektmanagements
- Projektdefinition, Projektplanung, Projektrealisierung
- Projektmanagement-Methoden und Präsentation von Projektergebnissen
- Organisationsstrukturen, Arbeitsabläufe
- Kundenfindung, Kundenbindung

Methodisch gestütztes Management (Webinarreihe)

- Wirtschaften eines Betriebes im Kontext der Volkswirtschaft
- betriebliche Funktionsbereiche
- Erstellung von Businessplänen

Rechnungswesen (Lehrheft)

- Rechnungswesen: Grundlagen
- Finanzbuchhaltung
- Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung
- Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze von Wirtschaftsgütern
- Kosten- und Leistungsrechnung
- Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen
- Planungsrechnung



Steuern (Lehrheft)

- steuerrechtliche Bestimmungen
- Grundbegriffe des Steuerrechts
- unternehmensbezogene Steuern
- Abgabenordnung

Allgemeines Recht (Lehrheft)

- BGB - Bürgerliches Gesetzbuch
- HGB – Handelsgesetzbuch
- AGB – Arbeitsrecht
- Wettbewerbsrecht
- Unternehmensrechtformen

Rechnungswesen, Steuern und Recht (Seminar)

- externes Rechnungswesen
- Kosten- und Leistungsrechnung
- betriebliche Steuern
- Recht

Werbewirtschaft und Organisation (Webinar)

- ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft)
- Agenturlandschaft
- Abrechnungsmodelle
- Etatbildung

Marketing (Lehrheft)

- Marketing-Konzeption
- Marketing-Organisation
- Informations-, Verhaltens- und Aktionsgrundlagen des Marketing
- Markt- und Absatzprognosen

Marktforschung (Lehrheft)

- quantitative Marktforschung
- qualitative Marktforschung
- Primär- und Sekundärforschungsmethoden
- Marktanalyse und Marktforschung
- Werbewirkungsforschung
- Online Marktforschung

Marketingkommunikation (Lehrheft)

- Kommunikationsprozess
- Kommunikations-Mix
- Kommunikationsstrategien
- Kommunikationsmodelle
- Kommunikationsinstrumente
- Konzeption von Kommunikationsmaßnahmen
- internationale Kommunikationsregeln

Methodenkompetenz der Werbekreation und -planung (Lehrheft)

- Projektmanagement
- Projektcontrolling

Konzeption, Kreation und Gestaltung (Seminar)

- Situationsanalyse
- Marketingziele
- Marketingstrategie
- Marketingmaßnahmen
- Marketing-Budget
- Marketing-Controlling
- Werbeerfolgskontrolle
- Werbestrategie und Werbekonzeption
- Grundlagen der Informationsverarbeitung
- Wahrnehmung und Involvement
- Reizarten und -formen
- gestaltpsychologische Gesetze
- Copy-Analyse und Anzeigen-Analyse
- Corporate Design
- Grundsätze in Gestaltungstheorie und Typografie
- Grafik-Design
- Werbewirkung
- Briefings

Werbepsychologie und Gestalttheorie (Lehrheft)

- allgemeine und kognitive Psychologie
- Sozialpsychologie
- differenzielle Psychologie
- Praxis und Ethik der Werbepsychologie
- Gestalttheorie

Methoden und Instrumente der PR (Lehrheft)

- Einführung: Public Relations und Human Relations
- Ziele der PR mit Zielgruppendefinition
- Organisation (Verteiler, Termine)
- Instrumente der Human Relations
- Instrumente der medialen PR
- Instrumente der direkten PR
- Evaluation

Marketing/ Marketing-Planspiel (Seminar)

- Entscheidungen und simulierte Ergebnisse im Marketingmanagement
- Werbekonzeption, Werbemittelgestaltung, Markenführung

Medienrecht (Lehrheft)

- Recht des unlauteren Wettbewerbs (UWG)
- Kennzeichen- und Urheberrecht (MarkenG, UrhG)
- Internetrecht
- werberechtliche Verfahren
- internationales Werberecht

Werbearten, Werbeformen, Media (Webinarreihe)

- Werbung: Ziele, Strategie, Konzeption, Budgetierung, Instrumente, Analyse
- Mediaplanung
- Mediaeinkauf
- Direktwerbung
- Online-Werbung
- Multimedia

Sponsoring, Fundraising (Webinar)

Sponsoring

- Erscheinungsformen
- Messung von Wirkung und Erfolg
- Nachteile, Risiken, Herausforderungen im Sponsoring
- Steuerliche Behandlung

Fundraising

- Methoden und Kommunikationsinstrumente des Fundraising
- Fundraising im Internet

Product Placement, Direktmarketing, Sales Promotion (Webinar)

Product Placement

- Arten von Product Placement
- Programmintegration
- Informationsübertragung

Dialogmarketing

- Dialogmarketing mit Sprechkontakt
- Dialogmarketing mittels Telemedien
- Dialogmarketing mittels persönlicher Adressierung
- Dialogmarketing ohne persönliche Adressierung

Sales-Promotion

- Einordnung in den Marketing-Mix
- Ebenen der Verkaufsförderung
- Instrumente handelsgerichteter Promotion
- Instrumente konsumergerichteter Promotion
- Ziele der Sales-Promotion
- Verkaufsförderungsprozess

Live-Kommunikation (Webinar)

- Messebeteiligung/Ausstellungen
- Bedeutung von Veranstaltungen in der Kommunikation
- Implementierung von Veranstaltungen in die Kommunikationsplanung



Innovative Markenkommunikation (Webinar)

- Experience Branding
- 5-Sense-Branding
- Responsible Branding
- Brand Communities
- Storytising
- E-Branding

Werbung und Kommunikation im Internet (Lehrheft)

- Display-Marketing / Online-Werbung
- E-Mail-Marketing / Online-PR
- Social-Media, Viral-Marketing, Guerilla Marketing
- Video -Advertising
- Affiliate Marketing
- Mobile Marketing
- Cross-Media-Marketing

Online-Kommunikation (Webinar)

- klassische Kommunikation vs. Online-Kommunikation
- Strategie, Prozess und Positionierung, Disziplinen und Instrumente

Social Media (Webinar)

- Bedeutung, Möglichkeiten, Herausforderungen und Risiken von Social Media für Unternehmen
- Überblick über die Social Media Channels und deren Relevanz in der Unternehmenskommunikation

Content Marketing (Webinar)

- Rolle des relevanten Content verstehen
- Storytelling von relevanten Themen
- das eigene Publikum und die Customer Journey kennen lernen
- Kontext verstehen und die richtige Plattform nutzen

Werbung im Internet / Integrierte Kommunikation (Seminar)

- Insertionswerbung (Anzeigenwerbung)
- Abrechnungsarten
- unternehmensweiter Abgleich von Kommunikationsthemen, -zielen und -zielgruppen
- zielgruppenübergreifende Abstimmung der Kommunikation



LEHRGANGSINFOS

ANMELDUNG

Die Anmeldung erfolgt online über die TUCed unter <https://www.tuced.de/studiengaenge/#seminar>.

LEHRMATERIALIEN

Die Lehrhefte enthalten Lernorientierungen, Texte und Abbildungen, Lernkontrollfragen mit Lösungen in den Lehrheften, Abbildungs- und Stichwortverzeichnisse. Weiterhin bieten wir Fallstudien, Best-Practice-Cases, Literatur- und Checklisten an.

SEMINARE

Die Seminare werden von Fachkräften, Praktikern, Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft geleitet. Sie dienen zur Vermittlung und Vertiefung fachlicher Inhalte sowie zur Handlungsorientierung. Eingesetzt werden Fachvorträge, gängige Sozialformen (Gruppenarbeit), Aktionsformen (Fallstudie, Rollenspiel), Praxisbeispiele, Case Studies. In der Regel finden die Seminare am Wochenende von 09:00 – 18:00 Uhr statt.

WEBINARE

Die Webinare werden von wissenschaftlich ausgebildeten Fachkräften, Branchenexperten und Praktikern durchgeführt. Sie dienen zur Einführung in neue Themen, zur Vermittlung von Inhalten zu Spezialthemen, zur Ergänzung der Seminare und Lehrhefte sowie zur Prüfungsvorbereitung. Die Webinare finden in der Regel live und interaktiv zu einem festen Termin statt. Die Aufzeichnungen der Webinare sind im Online-Campus hinterlegt und stehen Ihnen bis zum Lehrgangsende zur Verfügung.

LEHRGANGSABSCHLUSS

Prüfungen

In folgenden Prüfungsgebieten sind Fachprüfungen abzulegen:

1. Methodisch gestütztes Management
2. Rechnungswesen, Steuern und Recht
3. Marketing und Marktforschung, Medienrecht, Konzeption, Werbearten und -formen, Media

Abschlussprüfungen

Außerdem sind zum Abschluss des Lehrgangs zwei Abschlussklausuren abzulegen, die den gesamten Lehrstoff behandeln.

Bestehensregelung

Für die Prüfung wird eine Gesamtnote gebildet. Sie ergibt sich als Summe

- a) der mit dem Faktor 0,2 gewichteten Fachnoten der Fächer „Methodisch gestütztes Management“, „Rechnungswesen, Steuern und Recht“, „Marketing und Marktforschung, Medienrecht, Konzeption, Werbearten und -formen, Media“ sowie zuzüglich
- b) der jeweils mit dem Faktor 0,2 gewichteten Abschlussklausuren.

Für den erfolgreichen Lehrgangsabschluss und die Ausstellung des Zertifikats müssen alle fünf Prüfungsleistungen mit mindestens 4,0 bestanden werden.



ONLINE-CAMPUS

Im Online-Campus, unserem geschützten Teilnehmerbereich, finden Sie jederzeit alle Informationen zu Ihrer Weiterbildung. Den Zugang erhalten Sie nach Ihrer Anmeldung. Im Online-Campus finden Sie Seminartermine, Lehrmaterial, Teilnehmerlisten, Infos zu Übernachtungsmöglichkeiten, Anfahrtsbeschreibungen und Angebote unserer Kooperationspartner.

SERVICES

TEILNEHMERVORTEIL

- bundesweiter Festpreis auf Bahnreisen und Sonderkonditionen in Partnerhotels
- kostenfreier oder ermäßigter Bezug von Fachmedien und Handbüchern
- Sonderkontingente mit ermäßigten oder kostenfreien Tickets für Branchenevents
- Branchennews: Newsletter und Online-Communities halten Sie auf dem Laufenden
- Jobbörse www.Kjobs.de für die Suche nach einer neuen beruflichen Herausforderung

KOSTENFREIE WEBINARE

Mehrfach im Jahr bieten wir kostenfreie Webinare zu verschiedenen Fachthemen an. Branchenprofis informieren über Neuigkeiten und Trends aus Online-Marketing, Marketing, Kommunikation und Eventmanagement. Aktuelle Termine finden Sie unter www.studieninstitut.de/webinar.

BRANCHENVERANSTALTUNGEN, MESSEN, BERATUNGSTAGE

Tipps zu Branchenveranstaltungen, Infodays, Beratungsabenden, Fachmessen oder Networkingevents erhalten Sie unter www.studieninstitut.de/veranstaltungen.

STUDIENINSTITUT

ROLLE UND QUALIFIKATION

Die Studieninstitut für Kommunikation GmbH, gegründet 1998 in Düsseldorf, gestaltet praxisorientierte Weiterbildungen, Inhouse-Schulungen und Coachings. Gemeinsam mit Hochschulen werden berufsbegleitende Studien- und Lehrgänge entwickelt. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft vermitteln direkt anwendbares Wissen in den Bereichen Werbung und Kommunikation, Online-Marketing, PR, Event- und Messemanagement, Management und Wirtschaft, Führung und Persönlichkeit.

Das Bildungsangebot ist modular aufgebaut und wird fortlaufend auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes überprüft. Wir sind zur Qualitätssicherung nach DIN EN ISO 29990:2010 zertifiziert. Ausgewählte Fortbildungen sind IHK geprüft und als Fernunterricht staatlich zugelassen (ZFU).



Wir arbeiten aktiv in Fachverbänden mit und unterstützen zahlreiche Branchenveranstaltungen. Gemeinsam mit Partnern loben wir den Wettbewerb zum besten Nachwuchs-Moderator (NAWUMO) aus, sind Mit-Initiator des International Festival of Brand Experience (BrandEx) und der Deutschen Sicherheits-Konferenz für Events. Neben dem Hauptsitz in Düsseldorf gibt es Standorte in München, Hamburg und Berlin.

TUCED

Das Studieninstitut ist Praxis- und Bildungspartner der TU Chemnitz sowie der TU Chemnitz education (TUCed), dem An-Institut für Weiterbildung der TU Chemnitz, unter anderem bei den Bachelor- und MBA-Programmen mit Fokus auf Event- und Messemanagement. Mit diesem Lehrgang bündeln beide Bildungspartner erneut ihre Expertise auf dem Gebiet der Kommunikationswissenschaften.

KONTAKT

BERATUNG UND ANSPRECHPARTNER

Stefan Arnold
Katja Poley
Hotline: 0800/77 92 37-0 (bundesweit kostenfrei)
Fon: +49 211/77 92 37-0
Mail: beratung@studieninstitut.de

IMPRESSUM

Studieninstitut für Kommunikation GmbH
Reisholzer Werftstr. 35, 40589 Düsseldorf
Hotline: 0800/77 92 37-0 (bundesweit kostenfrei)
Fon: +49 211/77 92 37-0
Fax: + 49 211/77 92 37-27
Mail: info@studieninstitut.de
Web: www.studieninstitut.de
Web: www.facebook.de/Studieninstitut
Web: www.twitter.de/KommInstitut
Web: www.xing.com/companies/studieninstitutfürkommunikation
Web: www.instagram.com/studieninstitut

©Studieninstitut für Kommunikation GmbH 2020
Alle Rechte und Änderungen vorbehalten.
Bildquelle: Studieninstitut / © wavebreakmedia/shutterstock.com

