



KOMMUNIKATIONSMANAGER MIT BLICK FÜRS GANZE

Neuer Masterstudiengang im Cluster „Kunden, Unternehmen & Märkte“

>> von Simone Huck-Sandhu >
In der Fakultät für Wirtschaft und Recht startet zum Wintersemester ein neuer Masterstudiengang „Corporate Communication Management“. Der forschungsorientierte Master of Science bereitet in drei Semestern auf leitende Tätigkeiten und Expertenfunktionen in der Unternehmenskommunikation vor.

Digitale Medien, ein geändertes Kommunikationsverhalten oder die steigende Notwendigkeit gesellschaftlicher Legitimation – die Rahmenbedingungen für Unternehmenskommunikation haben sich in den letzten Jahren stark verändert. „Mit dem neuen Masterstudiengang reagieren wir auf den Wandel im Berufsfeld“, erklärt Profes-

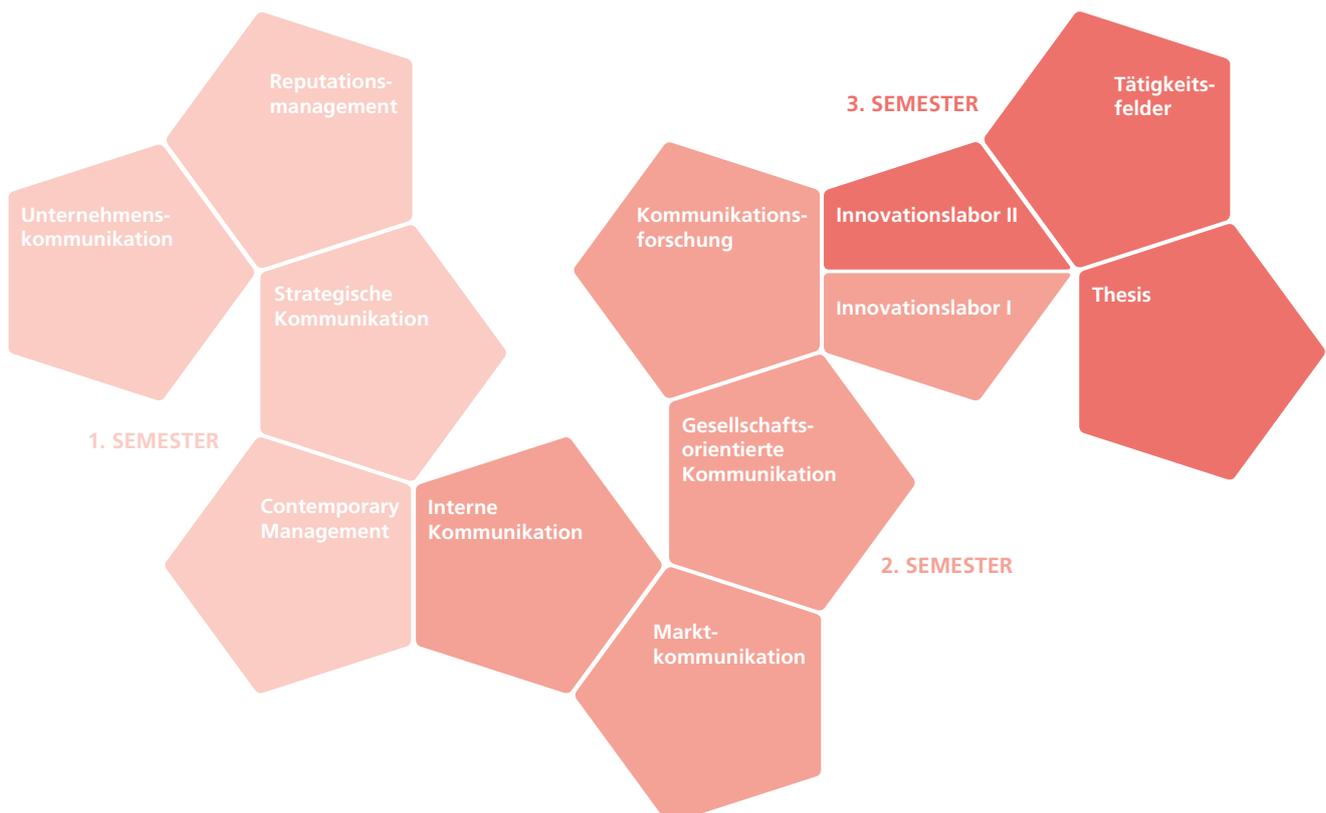
sorin Dr. Simone Huck-Sandhu, die den Studiengang im engen Dialog mit der Wirtschaft konzipiert hat. „Unser Ziel ist, Kommunikationsmanager mit Blick fürs Ganze auszubilden.“

Im Master *Corporate Communication Management* lernen die Studierenden, Unternehmenskommunikation ganzheitlich zu planen und umzusetzen. Wie alle Studiengänge ist auch dieser Master gekennzeichnet von der engen Verzahnung von Theorie und Praxis, für die die Hochschule Pforzheim steht: In anwendungsorientierten Modulen erlernen die Studierenden Arbeitstechniken, Medienproduktion und strategische Planung. Sie vertiefen Methoden des empirischen Arbeitens und führen eigene anwendungsori-

enterte Forschungsprojekte durch. In Praxisprojekten entwickeln sie Strategien und Konzepte für die Kommunikation in und von Unternehmen (siehe Modulplan).

„Traditionell sind Public Relations, Interne Kommunikation und Marktkommunikation klar voneinander getrennte Bereiche“, erklärt Studiengangleiterin Simone Huck-Sandhu. „Der eine Bereich fällt eher in die Zuständigkeit der Kommunikationswissenschaft, der andere in die des Marketing und damit der BWL. An der Hochschule Pforzheim vermitteln wir Kommunikation und Management aus integrierter Perspektive. Denn gerade die Grenzbereiche und Schnittmengen der unterschiedlichen Disziplinen sind beson-

MODULPLAN



ders spannend für die Kommunikation der Zukunft.“

Über Wahlmöglichkeiten im Kernbereich und Vertiefungsfächer hat jeder Studierende ab dem ersten Semester die Möglichkeit, sich ein individuelles Berufsprofil aufzubauen. Dazu stehen Profilmöglichkeiten wie „Communication & Stakeholdermanagement“, „Innovation & Creative Communication“ oder „Issues Management & Crisis Communication“ zur Wahl. Wer sein internationales Profil schärfen möchte, kann ein Semester an einer von rund 100 Partnerhochschulen der Business School im Ausland verbringen.

Als konsekutiver Masterstudiengang richtet sich Corporate Communication Management primär an Bachelorab-

solventen aus dem breitgefächerten Studienschwerpunkt Kunden, Unternehmen und Märkte der Hochschule. Bewerben kann sich grundsätzlich, wer einen betriebswirtschaftlichen oder kommunikationswissenschaftlichen Hochschulgrad (oder verwandten Studiengang) an einer Fachhochschule oder Universität mit der Note 2,2 oder besser sowie 180 ECTS-Punkten absolviert hat. Erwünscht sind zudem erste praktische Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation oder einem ihrer Teilgebiete, Interesse an der Verbindung von Theorie und Praxis sowie an anwendungsorientierter Forschung. Wer zudem Begeisterung für Kommunikationsmanagement, analytisches Denken und die Fähigkeit zum kri-

tischen Hinterfragen mitbringt, dem bietet das Studium neben Fachwissen und -kompetenzen den Freiraum zum kreativen Querdenken und die Möglichkeit, den Blick über den Tellerrand der eigenen Disziplin hinaus zu richten.

Der Masterstudiengang ist als Fortentwicklung des Zertifikatsprogramms PR-Referent/PR-Referentin entstanden, das rund zwei Jahrzehnte an der Hochschule Pforzheim angeboten wurde. Das Studium Corporate Communication Management kann jeweils zum Oktober eines Jahres aufgenommen werden. Pro Jahr werden 25 Plätze angeboten, die über ein Eignungsfeststellungsverfahren und persönliche Auswahlgespräche vergeben werden. Bewerbungsfrist ist der 15. Juni.

STECKBRIEF

Name: Corporate Communication Management

Studienabschluss: Master of Science (M.Sc.)

Studiendauer: 3 Semester, Vollzeit

Studienbeginn: nur zum Wintersemester

Bewerbungsfrist: 15. Juni

Zulassungsvoraussetzungen: überdurchschnittlicher Bachelor- oder Diplomabschluss in einem wirtschafts- oder kommunikationswissenschaftlichen Studiengang (oder verwandten Studiengang) von einer Hochschule oder Universität mit mindestens 180 ECTS-Punkten

Zulassungsverfahren: zulassungsbeschränkt, 25 Plätze pro Jahr

Studieninhalte:

- Unternehmenskommunikation
- Kommunikationsmanagement & Public Relations
- Marketingkommunikation
- Interne Kommunikation
- Management und Führung

Berufsfelder:

- leitende Tätigkeiten in der Unternehmenskommunikation
- Expertenfunktionen im Kommunikationsmanagement
- Kommunikationsforschung

Nähere Informationen: <http://blog.hs-pforzheim.de/corporatecommunication>

Dr. habil. Simone Huck-Sandhu

ist Professorin im Studiengang Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung. Sie hat den neuen Masterstudiengang konzipiert und wird ihn leiten.