



QUADRIGA
HOCHSCHULE
BERLIN

Studienprogramme

MBA Master

COMMUNICATION & LEADERSHIP

INHALT

3

Vorwort — *Prof. Peter Voß*

4

Die Hochschule

5

Das Kuratorium

6

Aufbau der Studienprogramme

8

Master Communication & Leadership — Das Studium

10

Master Communication & Leadership — Curriculum

12

Master Communication & Leadership — Beispielmodul

14

MBA Communication & Leadership — Das Studium

16

MBA Communication & Leadership — Curriculum

18

MBA Communication & Leadership — Beispielmodul

20

Lehrende

21

Field Trip to New York

24

Mentorenprogramm

26

Stipendien

27

Finanzierung

28

Bewerbung

29

Campus und Termine

30

Kontakt

VORWORT



Prof. Peter Voß ist Präsident der Quadriga Hochschule Berlin. Er ist Journalist und Schriftsteller. Bis 2007 war Voß Intendant des Südwestrundfunks (SWR). Die Fusion von Südwestfunk (SWF) und Süddeutschem Rundfunk (SDR) gehört zu seinen medienpolitischen Leistungen. Von ihm gingen wichtige Impulse und Initiativen aus, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu festigen und zu stärken. Vor seiner Intendantentätigkeit war Voß Redaktionsleiter des heute-journals, Hauptredaktionsleiter Aktuelles und stellvertretender Chefredakteur des ZDF.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Quadriga Hochschule Berlin hat sich das Ziel gesetzt, Führungskräfte für die Unternehmenskommunikation auszubilden. Kaum ein anderes Berufsfeld hat in den vergangenen Jahren einen so deutlichen Bedeutungszuwachs erfahren wie das Kommunikationsmanagement. Die Ansprüche wachsen mit den Anforderungen einer kritischeren Öffentlichkeit und einer globalisierten Welt. Versierte Kenntnisse nicht nur des Kommunikationshandwerks, sondern auch in Management und Controlling, internationale Perspektiven, soziale und politische Kompetenz, all das muss ein erfolgreicher Kommunikationsmanager heute vorweisen. Kommunikation ist dabei immer auch als Führungsaufgabe zu verstehen. Führungskräfte von heute müssen Unternehmensstrategien in kommunikatives Handeln übersetzen, um Veränderungen nicht hinterherzulaufen, sondern (mit) zu gestalten. Der Zweck moderner Organisationskommunikation besteht darin, die Interessen von Unternehmen, Verbänden oder öffentlichen Einrichtungen mit denen ihrer Stakeholder zu vereinbaren, zu moderieren und Dialog und Austausch zu fördern, um Kooperation zu erreichen. In den Studiengängen MA und MBA Communication & Leadership möchten wir den Studierenden die wesentlichen Kenntnisse mit auf den Weg geben, die ein international agierender Kommunikationsmanager in Zukunft braucht. Dazu gehören neben den Techniken der PR und anderer Kommunikationsdisziplinen auch fundiertes ökonomisches Know-how und Führungskompetenz. Durch ihre fächerübergreifende Struktur bietet die Quadriga eine Ausbildung, die den Anforderungen an einen modernen Kommunikationsmanager in Wirtschaft und Politik gerecht wird. Die drei Departments – Corporate Communications, Management & Economics und Politics & Public Affairs – wirken eng zusammen. So wird unsere Vision vom Kommunikationsmanager Wirklichkeit: Eine Führungskraft, die Strategien nicht nur entwickelt, sondern auch deren Umsetzung steuern kann.

Wir laden Sie herzlich ein, sich in der vorliegenden Broschüre einen Überblick über die Studienprogramme M.A. und MBA Communication & Leadership der Quadriga Hochschule Berlin zu verschaffen.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Peter Voß
Präsident der Quadriga Hochschule Berlin



Aufbau und Struktur

Die Quadriga Hochschule Berlin ist eine durch den Senat für Bildung, Wissenschaft und Forschung des Landes Berlin staatlich anerkannte Fachhochschule. Die Quadriga Hochschule hat sich zur Aufgabe gemacht, moderne Kommunikationsmanager für Führungspositionen in Politik und Wirtschaft auszubilden. Diesem Anliegen liegt ein ganzheitliches Verständnis von Kommunikationsmanagement zu Grunde. Der Aufbau der Studiengänge sowie das Forschungsprogramm der Hochschule sind konsequent fächerübergreifend angelegt. Präsident der Quadriga Hochschule ist der ehemalige SWR-Intendant Prof. Peter Voß.

Eine enge Verbindung zur Berufswelt sichert der Quadriga Kreis ab, dem unter anderem die Kuratoren und Mentoren angehören. Die Quadriga Hochschule Berlin wird von der Quadriga Hochschule Berlin GmbH getragen, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Presseakademie Berlin.

SENAT DER QUADRIGA HOCHSCHULE BERLIN

akademische Selbstverwaltung

PRÄSIDIUM

Prof. Peter Voß (Präsident)
René Seidenglanz (Vizepräsident)

DEPARTMENT
MANAGEMENT & ECONOMICS
Prof. Dr. Thomas Armbrüster

DEPARTMENT
CORPORATE COMMUNICATIONS
Prof. Dr. Arne Westermann

DEPARTMENT
POLITICS & PUBLIC AFFAIRS
Prof. Dr. Ralf Lindner
Prof. Dr. Kristina Sinemus

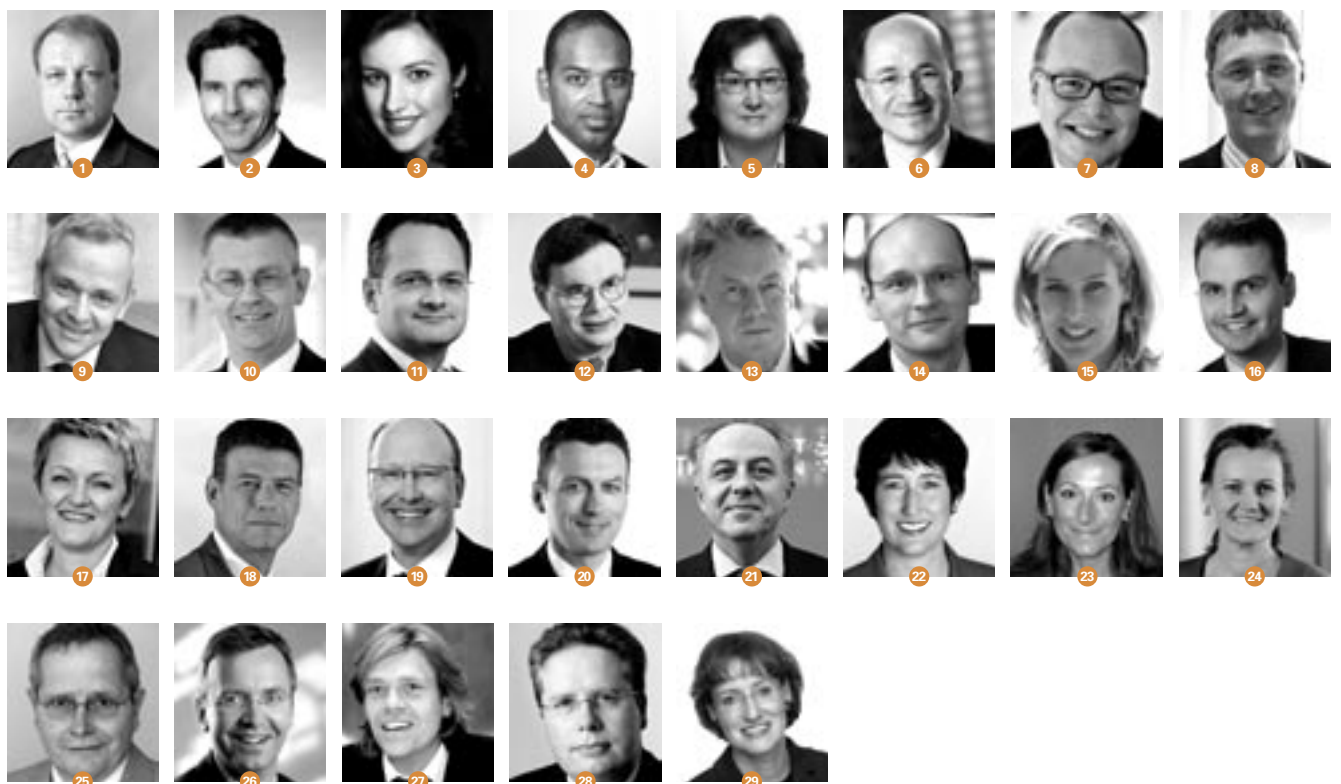
berät

QUADRIGA KREIS (KURATOREN UND MENTOREN)

DAS KURATORIUM

Dem Quadriga Kuratorium gehören hochrangige Praktiker aus Medien, Politik und Kommunikationsmanagement an. Sie vereint das gemeinsame Anliegen, das Berufsfeld Kommunikationsmanagement durch eine spezifische Ausbildung zukünftiger Führungskräfte zu professionalisieren. Das Kuratorium unterstützt die Quadriga Hochschule Berlin in ihrem Bestreben nach einer praxisnahen, den Anforderungen des Berufsmarkts entsprechenden Ausbildung und sichert eine enge Verknüpfung mit den jeweiligen Berufsfeldern. Die Kuratoren beraten bei der Konzeption der Studienprogramme und in der Lehre. Darüber hinaus stehen Mitglieder des Kuratoriums den Studenten als Mentoren zur Seite.

Ein starkes
Netzwerk



1 **Christian Achilles**, Leiter Kommunikation und Medien, Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V. 2 **Béla Nikolai Anda**, Chief Communication Officer, AWD Holding AG 3 **Dorothee Bär**, Mitglied des Deutschen Bundestages, stv. Generalsekretärin CSU 4 **Markus N. Beeko**, Director Campaigns & Communications/Member of Global Communications Group, amnesty international Deutschland 5 **Stefanie Burgmaier**, Chefredakteurin, Börse Online 6 **Dr. Christof Ehrhart**, Executive Vice President, Head of Corporate Communications, Deutsche Post DHL 7 **Sven Gösmann**, Chefredakteur, Rheinische Post 8 **Jürgen Graalman**, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, AOK-Bundesverband 9 **Volker Heck**, Head of Corporate Communications and Public Affairs, RWE AG 10 **Stephan Heimbach**, Head of Corporate Communications, Siemens AG 11 **Dr. Herbert Heitmann**, Executive Vice President of External Communications, Royal Dutch Shell 12 **Jörg Howe**, Leiter Kommunikation, Daimler AG 13 **Wolfgang Kenntemich**, Chefredakteur, Mitteldeutscher Rundfunk 14 **Steffen Klusmann**, Chefredakteur, Financial Times Deutschland 15 **Dr. Silvana Koch-Mehrin**, Vizepräsidentin, Europäisches Parlament 16 **Dr. Günter Krings**, Mitglied des Deutschen Bundestages, stv. Fraktionsvorsitzender CDU/CSU 17 **Renate Künast**, Mitglied des Deutschen Bundestages, Vorsitzende der Bundestagsfraktion von Bündnis90/Die Grünen 18 **Christoph Lanz**, Fernsehdirektor, Deutsche Welle TV 19 **Dr. Christian Lawrence**, Head of Group Communications, Munich Re 20 **Richard Lips**, Leiter Konzernkommunikation, Commerzbank AG 21 **Matthias Machnig**, Minister, Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie 22 **Hildegard Müller**, Vorsitzende der Hauptgeschäftsführung, Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V. 23 **Monika Schaller**, Leiterin Unternehmenskommunikation, Goldman Sachs & Co. oHG 24 **Elisabeth Schick**, Senior Vice President Communication & Government Relations, BASF Group 25 **Thomas Schmid**, Herausgeber, Welt-Gruppe 26 **Maximilian Schöberl**, Bereichsleiter Konzernkommunikation und Politik, BMW Group 27 **Dr. Hajo Schumacher**, Freier Journalist, Buchautor und TV-Moderator 28 **Thorsten Strauß**, Unternehmenssprecher/Leiter Unternehmenskommunikation, Bertelsmann AG 29 **Dr. Verena Wiedemann**, Generalsekretärin, ARD

AUFBAU DER STUDIENPROGRAMME

Studium und Beruf vereinbaren

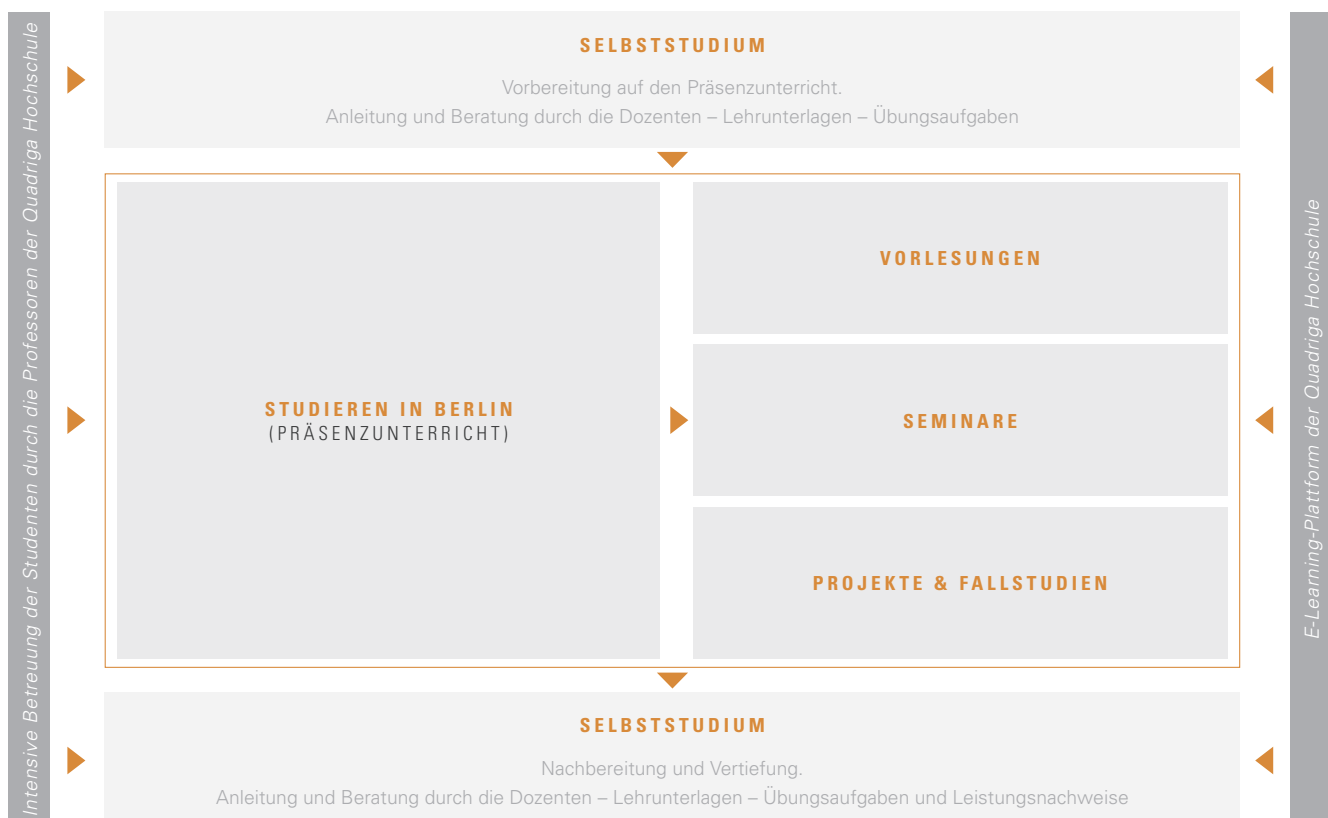
Der MBA Communication & Leadership ist ein auf den Bereich Kommunikationsmanagement zugeschnittener Studiengang.

Hier setzen die Studiengänge an der Quadriga Hochschule an. Die Studiengänge beinhalten ausnahmslos die wirtschaftswissenschaftlichen sowie kommunikations- und sozialwissenschaftlichen Inhalte, die – mit unterschiedlicher Gewichtung und unterschiedlicher Spezialisierung – zur Übernahme von Verantwortung im Kommunikationsmanagement befähigen.

Die berufsbegleitenden Studiengänge Communication & Leadership setzen sich aus Präsenzzeiten und angeleitetem Selbststudium zusammen. Diese wirken im Wechsel zusammen als Vorbereitung, grundlegende Vermittlung, Vertiefung, Wiederholung und Verdichtung. Daher erstrecken sich Module und Themenblöcke meist über jeweils mehrere Präsenzphasen.

Die Konzeption der Studiengänge als berufsbegleitende Angebote erfordert im Vergleich zu einem Vollzeitstudium einen höheren Aufwand für das persönliche eigenverantwortliche Lernen. Das Konzept des angeleiteten Selbststudiums trägt dem Rechnung: Rückgrat sind von der Hochschule zur Verfügung gestellte Lernunterlagen wie Textreader, Übungsaufgaben, ausgewertete Fallbeispiele und weitere Dokumente.

Die Präsenzzeiten finden in verschiedenen Zeitfenstern statt. Zwischen den Unterrichtseinheiten in Berlin bleibt jeweils genügend Zeit, Kurse vorzubereiten, zu vertiefen und Inhalte zu wiederholen. Allen Vermittlungsformen ist ein starkes interaktives Element gemein. Themen gemeinsam und in Diskussion und Kritik zu erlernen und zu erproben, ist ein zentraler Ansatz der Hochschule. Die Vorbereitung und aktive Mitarbeit der Teilnehmer spielt eine entscheidende Rolle. Dozenten und Studenten arbeiten intensiv zusammen, im Selbststudium vorbereitetes Wissen wird diskutiert, strukturiert und erweitert.



ÜBER DIE STUDIENPROGRAMME

Der MBA Communication & Leadership ist ein wirtschaftswissenschaftlicher Studiengang mit einer Spezialisierung im Bereich Kommunikationsmanagement. Im Zentrum stehen wirtschaftswissenschaftliche Basiskenntnisse sowie Management-Skills und analog hierzu die Planung, Organisation und Kontrolle von Kommunikationsmaßnahmen in allen Feldern des Kommunikationsmanagements. Der Studiengang richtet sich an Studierende, die ihren Schwerpunkt insbesondere in der Organisation und Kontrolle von Kommunikationsprozessen sehen, oder an Studierende, die auf Grund ihrer kommunikations- bzw. sozialwissenschaftlichen Vorbildung ihr Qualifikationsprofil im Kommunikationsbereich entsprechend vervollständigen wollen.

**MBA Communica-
tion and Leadership**

Die MBA-Studiengänge an der Quadriga Hochschule Berlin orientieren sich an den European Guidelines für die MBA-Ausbildung, die vom European Quality Link (EQUAL), der Vereinigung der nationalen Akkreditierungsorganisationen, vorgeschlagen wurden.

**Die MBA-Ausbildung
an der Quadriga
Hochschule Berlin
– Grundzüge**

Die inhaltliche Gestaltung der MBA-Programme folgt ebenfalls den EQUAL-Kriterien. Diese sehen die Thematisierung übergreifender Wirtschaftsthemen wie Grundlagen der Ökonomie, Finance, Marketing, strategische Grundlagen (business policy and strategy) vor. Solche wirtschaftlichen Kernthemen fallen originär in den Kompetenzbereich Management & Economics und werden von dessen Lehrpersonal angeboten.

Neben konkret wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten fordert EQUAL für die MBA-Ausbildung die Vermittlung vielseitiger Managementkompetenzen. Dazu gehören neben allgemeinen Führungskompetenzen etwa das Human Resources Management, aber auch Kompetenzen in der Präsentation und Darstellung, im Verhandeln und Überzeugen.

Der Master Communication & Leadership ist ein kommunikations- bzw. sozialwissenschaftlicher Studiengang ergänzt um einige zentrale wirtschaftswissenschaftliche Elemente. Im Zentrum steht wissenschaftlich fundiertes, strategisches Denken zur Lösung von inhaltlichen Aufgabenstellungen in allen Feldern des Kommunikationsmanagements. Der Studiengang bietet viel Raum für Reflexion und die Auseinandersetzung mit grundsätzlichen Fragestellungen rund um die Organisationskommunikation. Er richtet sich an Studierende, die ihren Schwerpunkt im inhaltlich-konzeptionellen Bereich sehen bzw. an Studierende, die auf Grund ihrer wirtschaftswissenschaftlichen Vorbildung ihr Qualifikationsprofil im Kommunikationsbereich entsprechend vervollständigen wollen.

**M.A. Communica-
tion and Leadership**

Die Quadriga Hochschule steht für eine enge und tragfähige Anbindung an die Praxis. Renommiertere Wissenschaftler und exzellente Praktiker vermitteln kompakt und praxisorientiert wesentliches Handwerkszeug und bieten Einblicke in die theoretischen Grundlagen des jeweiligen Fachgebiets. Angeleitet von erfahrenen Dozenten arbeiten die Studenten eigene Projekte aus, z. B. PR-Konzeptionen oder Kampagnen. Best Cases unterstützen den Erfahrungsgewinn.

**Praxisnähe und
Interdisziplinarität**

Die Departments arbeiten bei der Konzeption und Ausgestaltung der Lehre eng zusammen: Stets werden die Sichtweisen von Nachbardisziplinen in die Lehre aufgenommen und so die Grundlage für eine integrierte Gesamtkommunikation geschaffen.

MASTER COMMUNICATION & LEADERSHIP STUDIUM

Viele High Potentials, die in Führungsfunktionen des Kommunikationsmanagements vorrücken, besitzen bereits erste Managementkompetenzen aus ihrer Berufspraxis – etwa Erfahrungen in Projektmanagement und Teamleitung. Hochspezifische und unabdingbare Kenntnisse genuiner Kommunikationsarbeit fehlen ihnen jedoch oftmals. Der Master Communication & Leadership füllt exakt diese Kompetenzlücke. In einem intensiven Programm werden den Studierenden die wesentlichen Aspekte des Kommunikationsmanagements vermittelt. Die Studierenden erhalten hier praxiserprobtes, anwendungsrelevantes Fachwissen über Kommunikationsprozesse und ihre Eigenheiten. Der Master-Studiengang reduziert die Präsenzzeit auf wesentliche Unterrichtseinheiten bei höherem Selbststudiumsanteil und bietet Berufstätigen damit hohe Flexibilität.

Bewerber für den Master Communication & Leadership Im Kommunikationssektor arbeitet ein hoher Anteil an Seiteneinsteigern. Entsprechend groß ist die Notwendigkeit, sich in der Kernkompetenz Kommunikationsmanagement zu qualifizieren und sich strukturiertes Fachwissen über Kommunikation anzueignen. Das Masterprogramm Communication & Leadership richtet sich insbesondere auch an solche Berufstätige, die ihre bisherige Karriere bzw. einen großen Teil davon in fachfremden Bereichen absolviert haben. Sie stammen zum Beispiel aus dem Marketing oder der Unternehmensberatung. Sie haben zudem in der Regel bereits unternehmerisches Wissen oder unter Umständen Führungserfahrung erworben.

Karrierewege nach dem Studium Das Masterprogramm bildet für Führungsfunktionen im Kommunikationsmanagement aus. Die Absolventen des Studiengangs werden zum Beispiel als Bereichs- bzw. Abteilungsleiter im Kommunikationssektor tätig. Hier sind sie für vielfältige Kommunikationsaufgaben verantwortlich und nehmen eine wichtige Funktion innerhalb der Organisationshierarchie ein.

Abschluss Master of Arts (M.A.)

Studienverlauf und Termine

Dauer:	18 Monate
Präsenzzeit:	ca. 40 Tage (in Berlin)
Auslandsaufenthalt:	fakultativ (zusätzlich buchbar)
Bewerbungsschluss (Jahrgang 2011):	1. Juli 2011
Studienbeginn (Jahrgang 2011):	1. Oktober 2011

Teilnehmerzahl Maximal 18 Studenten

Kosten

Studiengebühr:	14.500 Euro
Immatrikulationsgebühr:	500 Euro

2011			2012											
Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
01 Sa	01 Di	01 Do	01 So	01 Mi	01 Do	01 So	01 Di	01 Fr	01 So	01 Mi	01 Sa	01 Mo	01 Do	01 Sa
02 So	02 Mi	02 Fr	02 Mo	02 Do	02 Fr	02 Mo	02 Mi	02 Sa	02 Mo	02 Do	02 So	02 Di	02 Fr	02 So
03 Mo	03 Do	03 Sa	03 Di	03 Fr	03 Sa	03 Di	03 Do	03 So	03 Di	03 Fr	03 Mo	03 Mi	03 Sa	03 Mo
04 Di	04 Fr	04 So	04 Mi	04 Sa	04 So	04 Mi	04 Fr	04 Mo	04 Mi	04 Sa	04 Di	04 Do	04 So	04 Di
05 Mi	05 Sa	05 Mo	05 Do	05 So	05 Mo	05 Do	05 Sa	05 Di	05 Do	05 So	05 Mi	05 Fr	05 Mo	05 Mi
06 Do	06 So	06 Di	06 Fr	06 Mo	06 Di	06 Fr	06 So	06 Mi	06 Fr	06 Mo	06 Do	06 Sa	06 Di	06 Do
07 Fr	07 Mo	07 Mi	07 Sa	07 Di	07 Mi	07 Sa	07 Mo	07 Do	07 Sa	07 Di	07 Fr	07 So	07 Mi	07 Fr
08 Sa	08 Di	08 Do	08 So	08 Mi	08 Do	08 So	08 Di	08 Fr	08 So	08 Mi	08 Sa	08 Mo	08 Do	08 Sa
09 So	09 Mi	09 Fr	09 Mo	09 Do	09 Fr	09 Mo	09 Mi	09 Sa	09 Mo	09 Do	09 So	09 Di	09 Fr	09 So
10 Mo	10 Do	10 Sa	10 Di	10 Fr	10 Sa	10 Di	10 Do	10 So	10 Di	10 Fr	10 Mo	10 Mi	10 Sa	10 Mo
11 Di	11 Fr	11 So	11 Mi	11 Sa	11 So	11 Mi	11 Fr	11 Mo	11 Mi	11 Sa	11 Di	11 Do	11 So	11 Di
12 Mi	12 Sa	12 Mo	12 Do	12 So	12 Mo	12 Do	12 Sa	12 Di	12 Do	12 So	12 Mi	12 Fr	12 Mo	12 Mi
13 Do	13 So	13 Di	13 Fr	13 Mo	13 Di	13 Fr	13 So	13 Mi	13 Fr	13 Mo	13 Do	13 Sa	13 Di	13 Do
14 Fr	14 Mo	14 Mi	14 Sa	14 Di	14 Mi	14 Sa	14 Mo	14 Do	14 Sa	14 Di	14 Fr	14 So	14 Mi	14 Fr
15 Sa	15 Di	15 Do	15 So	15 Mi	15 Do	15 So	15 Di	15 Fr	15 So	15 Mi	15 Sa	15 Mo	15 Do	15 Sa
16 So	16 Mi	16 Fr	16 Mo	16 Do	16 Fr	16 Mo	16 Mi	16 Sa	16 Mo	16 Do	16 So	16 Di	16 Fr	16 So
17 Mo	17 Do	17 Sa	17 Di	17 Fr	17 Sa	17 Di	17 Do	17 So	17 Di	17 Fr	17 Mo	17 Mi	17 Sa	17 Mo
18 Di	18 Fr	18 So	18 Mi	18 Sa	18 So	18 Mi	18 Fr	18 Mo	18 Mi	18 Sa	18 Di	18 Do	18 So	18 Di
19 Mi	19 Sa	19 Mo	19 Do	19 So	19 Mo	19 Do	19 Sa	19 Di	19 Do	19 So	19 Mi	19 Fr	19 Mo	19 Mi
20 Do	20 So	20 Di	20 Fr	20 Mo	20 Di	20 Fr	20 So	20 Mi	20 Fr	20 Mo	20 Do	20 Sa	20 Di	20 Do
21 Fr	21 Mo	21 Mi	21 Sa	21 Di	21 Mi	21 Sa	21 Mo	21 Do	21 Sa	21 Di	21 Fr	21 So	21 Mi	21 Fr
22 Sa	22 Di	22 Do	22 So	22 Mi	22 Do	22 So	22 Di	22 Fr	22 So	22 Mi	22 Sa	22 Mo	22 Do	22 Sa
23 So	23 Mi	23 Fr	23 Mo	23 Do	23 Fr	23 Mo	23 Mi	23 Sa	23 Mo	23 Do	23 So	23 Di	23 Fr	23 So
24 Mo	24 Do	24 Sa	24 Di	24 Fr	24 Sa	24 Di	24 Do	24 So	24 Di	24 Fr	24 Mo	24 Mi	24 Sa	24 Mo
25 Di	25 Fr	25 So	25 Mi	25 Sa	25 So	25 Mi	25 Fr	25 Mo	25 Mi	25 Sa	25 Di	25 Do	25 So	25 Di
26 Mi	26 Sa	26 Mo	26 Do	26 So	26 Mo	26 Do	26 Sa	26 Di	26 Do	26 So	26 Mi	26 Fr	26 Mo	26 Mi
27 Do	27 So	27 Di	27 Fr	27 Mo	27 Di	27 Fr	27 So	27 Mi	27 Fr	27 Mo	27 Do	27 Sa	27 Di	27 Do
28 Fr	28 Mo	28 Mi	28 Sa	28 Di	28 Mi	28 Sa	28 Mo	28 Do	28 Sa	28 Di	28 Fr	28 So	28 Mi	28 Fr
29 Sa	29 Di	29 Do	29 So	29 Mi	29 Do	29 So	29 Di	29 Fr	29 So	29 Mi	29 Sa	29 Mo	29 Do	29 Sa
30 So	30 Mi	30 Fr	30 Mo		30 Fr	30 Mo	30 Mi	30 Sa	30 Mo	30 Do	30 So	30 Di	30 Fr	30 So
31 Mo		31 Sa	31 Di		31 Sa		31 Do		31 Di	31 Fr		31 Mi		31 Mo

Präsenzzeiten (vorläufige Planung – Änderungen vorbehalten)

Darüber hinaus bietet die Quadriga Hochschule verschiedene Einzelveranstaltungen wie Diskussionsrunden, Vor-Ort-Besuche oder Hintergrundgespräche an. Im Anschluss an die Präsenzphasen schreiben die Studenten in einem Zeitraum von drei Monaten ihre Master Thesis.

MASTER COMMUNICATION & LEADERSHIP

CURRICULUM IN 8 MODULEN

1

Communication Circle

—
Angewandte
Kommunikation

—
Kommunikation
und Öffentlichkeit

—
Psychologie des
Kommunikationsmanage-
ments

—
Image, Reputation, Vertrau-
en, Verständigung, Dialog

—
Präsentations- und Verhand-
lungstraining

Das Modul führt in die Welt des Kommunikationsmanagements ein, macht Prozesse begreiflich und Hintergründe deutlich. Im Communication Circle lernen die Teilnehmer sozialpsychologisch begründete Mechanismen kennen und schärfen ihr Kommunikationsgeschick.

2

Corporate Communications Basics

—
Medien und Medienwirkung

—
Historische und
aktuelle Grundlagen
des Berufsfeldes

—
Theorien und Modelle
des Kommunikationsma-
nagements

—
Überblick über PR-Theorien,
ausgewählte Ansätze

—
Medienrecht & Mediensys-
tem

Das Modul vermittelt die wesentlichen theoretischen und berufspraktischen Grundlagen des Kommunikationsmanagements und gibt Einblicke in aktuelle Trends und Herausforderungen. Die Teilnehmer machen sich mit den Strukturen, Bereichen, Methoden und Instrumenten des Kommunikationsmanagements vertraut.

3

Media & Media Relations

—
Eigenmedien und Instru-
mente

—
Online-PR

—
Corporate Media

—
Überblick über die Presse-
und Medienarbeit

—
Instrumente und Methoden
der Presse- und Medienarbeit

—
PR und Journalismus

Die Studierenden lernen die vielfältigen Eigenmedien des Kommunikationsmanagements kennen, mit deren Hilfe relevante Stakeholder angesprochen werden. Corporate Publishing und Online-PR kommen dabei zur Sprache. Presse- und Medienarbeit als eine der wichtigsten Disziplinen im Kommunikationsmanagement wird in diesem Modul ebenfalls behandelt.

4

Management I: Basics

—
Unternehmenserfolg
und strategische
Unternehmensführung

—
Unternehmenszahlen und
Controlling

—
Kommunikations-
management
im Unternehmen

—
Marketing: insbesondere
Werbung

—
integrierte Kommunikation

—
Accounting, Finance
& Controlling

Wiederholung der wichtigsten wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen und ihrer Relevanz für das Kommunikationsmanagement. Welche wechselseitigen Vorteile bieten exakte Kenntnisse betriebs- und volkswirtschaftlicher Wahrheiten und des Kommunikationsmanagements? Marketing und insbesondere Werbung sind ein weiterer Schwerpunkt des Moduls.

5

Strategy Circle

—
Grundlagen der strategischen PR und Konzeption

—
Methoden der empirischen Sozialforschung

—
PR-Evaluation und Kommunikationscontrolling

—
Planung, Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsstrategien

Kommunikationsstrategien planen, umsetzen und Erfolg nachweisen: Im Strategy Circle lernen die Teilnehmer die strategischen Grundlagen erfolgreichen Kommunikationsmanagements und wenden sie unmittelbar an. Sie setzen dabei ein PR-Projekt in all seinen Stadien von der ersten Konzeption über die Analyse hin zu Präsentation und Evaluation um.

6

Concepts of Corporate Communication & Society

—
Konzept der integrierten Kommunikation, Praxis der Corporate Communications

—
Überblick über die Anwendungsfelder des Kommunikationsmanagements

—
Public Affairs

—
Interne Kommunikation

—
Krisenkommunikation

—
Corporate Social Responsibility

Kommunikationsmanagement muss sich seiner gesellschaftlichen Einbindung bewusst sein. Eine grundlegende Vermittlung dieser gesellschaftlichen Orientierung ist unabdingbar. Das Modul behandelt über Public Affairs hinaus Konzepte wie Issues Management, Krisenkommunikation und CSR.

7

Management II: Behavior

—
Leadership: Konzepte und Kategorien

—
Human Resources Management und Mitarbeitermotivation

—
Projektmanagement

—
Wissens- und Informationsmanagement

—
Führungskräftekommunikation

Bereitet auf die Führung einer Kommunikationsabteilung oder eines -bereichs vor. Die Teilnehmer erhalten Einblick in die Prinzipien der Abteilungs-führung, in die Organisationslehre, Management und Human Resources. Das Modul stellt verschiedene Führungsstile vor und legt dar, welche Instrumente jeweils erfolgversprechend sind.

8

International Communication Circle

—
Globalisierung und Kommunikation: Grundlagen internationaler PR

—
Wirtschafts- und Mediensysteme im internationalen Vergleich

—
Praxis der internationalen Public Relations

—
Fallbeispiel internationales Kommunikationsmanagement

Die globale Perspektive auf eine internationale Disziplin. Kommunikationsmanagement kennt keine Grenzen mehr. Der International Communication Circle schärft den Blick für internationale Herausforderungen an Führungskräfte im Bereich Kommunikation.

Seminar

Integrierte Kommunikation

Seminarinhalte und -ziele:

- Vermittlung der Konzepte und Ansätze der integrierten Kommunikation sowie deren Bedeutung für die Praxis
- Diskussion und Sensibilisierung für die Notwendigkeit einer übergreifenden Kommunikation im Hinblick auf die Anforderungen an das Kommunikationsmanagement
- Erarbeitung der Implikationen Integrierter Kommunikation in der Praxis durch Fallbeispiele und Diskussionen

Tag 1

09.15 – 10.45

Verständnis(se) und Denkschulen der Integrierten Kommunikation (Prof. Dr. Arne Westermann)

—

11.15 – 12.45

Integrierte Kommunikation nach Bruhn

(Prof. Dr. Arne Westermann)

—

14.15 – 15.45

Gruppenarbeit- und diskussion (Studierende)

—

16.15 – 17.45

Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit nach Zerfaß (Prof. Dr. Arne Westermann)

Tag 2

11.15 – 12.45

Gastvortrag/Diskussion:

Erfahrungen mit Integrierter Kommunikation

(Ulrich Lissek, Leiter Kommunikation Nord Stream)

—

14.15 – 15.45

Gruppenarbeit- und diskussion (Studierende)

—

16.15 – 17.45

Integrierte Kommunikation & strategische Konzeption

(Dr. Christopher Storck)

Seminar

Arbeitsbereiche des Kommunikationsmanagements

Seminarinhalte und -ziele:

- Spezifika sowie operationale Besonderheiten und Handlungsgrundsätze der verschiedenen Arbeitsbereiche des Kommunikationsmanagements (Lobbying/PA, interne Kommunikation und Investor Relations)
- Individuelle Schwerpunktbildung und vertiefte Analyse der einzelnen Arbeitsbereiche

Tag 3

09.15 – 10.45

Einführung

- Überblick über die Arbeitsbereiche
- Arbeitsbereiche und Integrierte Kommunikation
- Produkt-PR

(Prof. Dr. Arne Westermann)

—

11.15 – 12.45

Issues Management & Krisenkommunikation

- Grundsätzliches und Übungsaufgabe

(Prof. Dr. Arne Westermann)

14.15 – 15.45

Investor Relations I:

- Aufgaben, Ziele und Zielgruppen
- Besonderheiten der Kommunikation mit den Finanzmärkten
- Instrumente der IR

(Dr. Lutz Golsch, Financial Dynamics)

—

14.15 – 15.45

Investor Relations II

- Vertiefung der Inhalte und Diskussion

—

18.15 – 19.45

Gastvortrag „Technikkommunikation“

- 90 min Präsentation & Diskussion
- Anschließend Get2gether

(Christian Preiser, IFOK GmbH)

Tag 4

09.15 – 10.45

Corporate Social Responsibility

- Theoretische Einführung & praktische Anwendung
 - Übungsausgabe
- (Prof. Dr. Arne Westermann)

—

11.15 – 12.45

Interne Kommunikation & Change

- Theoretische Einführung & praktische Anwendung
 - Übungsausgabe
- (Prof. Dr. Arne Westermann/ Dr. Christopher Storck)

14.15 – 15.45

Public Affairs I

- Kurz-Überblick über das politische System Deutschlands
 - Besonderheiten der Kommunikation im politischen Raum
- (Carolin Zeller)

—

16.15 – 17.45

Public Affairs II

- Akteure der Interessenvertretung
 - Instrumente der Public Affairs
- (Prof. Dr. Kristina Sinemus)

Übung

Concepts of Corporate Communications & Society (V) – Praxis der Corporate Communications

Übungsinhalte und -ziele:

- Thematisierung und Diskussion konkreter Anwendungsfelder des Kommunikationsmanagements anhand von Praxisbeispielen und Case Studies
- Vermittlung der innerorganisatorische Verankerung entsprechender Prozesse
- Spezifische Anforderungen und Grundsätze der Krisen-PR
- Vertiefte Betrachtung und kritische Analyse der gesellschaftlichen Verankerung von Organisationen und der CSR-Bewegung

Tag 5

09.15 – 10.45

Konzept 1: Produkt-PR

Präsentation Arbeitsgruppe 1
(Prof. Dr. Arne Westermann)

—

11.00 – 12.30

Gastvortrag „Verbandskommunikation“

(Dr. Christian Lawrence, Head of Group Communication, Munich Re)

—

14.00 – 14.45

Konzept 2: Post-Merger-Integration (Case 1)

Prof. Dr. Arne Westermann
Präsentation Arbeitsgruppe 2

—

15.00 – 16.30

Gastvortrag: Post-Merger-Integration

Dr. Hartmut Vennen, Managing Director,
Financial Dynamics

—

16.45 – 17.45

Konzept 3:

Kommunikation Post-Merger-Integration (Case 2)

Präsentation Arbeitsgruppe 3 & Diskussion
(Prof. Dr. Arne Westermann)

Tag 6

09.15 – 10.45

Konzept 4: CSR

(Prof. Westermann & Studierende)

—

12.00 – 13.30

Konzept 5: Change-Kommunikation

Präsentation Gruppe 4 & 5, Diskussion
(Prof. Westermann & Studierende)

—

11.15 – 12.45

Gastvortrag: Change-Kommunikation bei Altana

(Achim Struchholz, Leiter Unternehmenskommunikation,
Altana AG)

—

14.15 – 15.45

Konzept 6: Krisenkommunikation EMVU

Präsentation Gruppe 6 & Diskussion
(Prof. Westermann & Studierende)

—

16.00 – 17.45

Konzept 7: Public Affairs

Präsentation Gruppe 7 & Diskussion
(Prof. Westermann & Studierende)

Die Anforderungen an Führungspersönlichkeiten im Kommunikationsmanagement sind äußerst vielfältig. Neben versierten Kenntnissen des Fachgebietes müssen sie Managementkompetenzen und unternehmerisches Wissen souverän einsetzen können. Vielen Kommunikatoren, die in Führungsfunktionen aufsteigen wollen, fehlen dazu noch strategisches Kommunikationswissen sowie anwendbare ökonomische Kenntnisse. Der MBA Communication & Leadership befähigt Kommunikationsmanager, fundierte Entscheidungen an der Spitze von Kommunikationsabteilungen zu treffen.

Bewerber für den MBA Communication & Leadership Der MBA richtet sich an Professionals, die bereits eine Karriere innerhalb der Kommunikationsbranche absolviert haben. Die Bewerber haben bislang vor allem an praktischen, operativen Aufgabstellungen gearbeitet und waren in der Regel noch nicht in leitender Funktion oder in strategisch-koordinierenden Bereichen tätig.

Die Studenten des Studiengangs streben nun eine Führungsfunktion im Kommunikationsmanagement an. Zentral vermittelt der MBA ihnen das hierfür notwendige Wirtschafts- und Managementwissen.

Der Kernbereich Communications, in dem die Studenten bereits praktische Erfahrung mitbringen, vermittelt systematisches Wissen zum Berufsfeld und zu den wissenschaftlichen Hintergründen der Kommunikation sowie zu Fragen der Planung und Koordination von Kommunikationsprozessen.

Karrierewege nach dem Studium Das MBA-Programm qualifiziert für Führungsfunktionen im Kommunikationsmanagement von Unternehmen, Verbänden und weiteren Organisationen. Die Absolventen übernehmen Verantwortung im Kommunikationssektor. Als generalistische Kommunikationsmanager tragen sie die Verantwortung für das Management von Public Relations und ihrer Teilbereiche wie Pressearbeit oder Interner Kommunikation. Durch seine unternehmerische Ausbildung bereitet der MBA auch auf eine Karriere im Management von PR- und Kommunikationsagenturen vor.

Abschluss Master of Business Administration (MBA)

Studienverlauf und Termine

Dauer:	18 Monate
Präsenzzeit:	ca. 60 Tage (in Berlin)
Auslandsaufenthalt:	eine Woche
Bewerbungsschluss (Jahrgang 2011):	1. Juli 2011
Studienbeginn (Jahrgang 2011):	1. Oktober 2011

Teilnehmerzahl Maximal 24 Studenten

Kosten

Studiengebühr:	20.500 Euro
Immatrikulationsgebühr:	500 Euro

2011			2012											
Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
01 Sa	01 Di	01 Do	01 So	01 Mi	01 Do	01 So	01 Di	01 Fr	01 So	01 Mi	01 Sa	01 Mo	01 Do	01 Sa
02 So	02 Mi	02 Fr	02 Mo	02 Do	02 Fr	02 Mo	02 Mi	02 Sa	02 Mo	02 Do	02 So	02 Di	02 Fr	02 So
03 Mo	03 Do	03 Sa	03 Di	03 Fr	03 Sa	03 Di	03 Do	03 So	03 Di	03 Fr	03 Mo	03 Mi	03 Sa	03 Mo
04 Di	04 Fr	04 So	04 Mi	04 Sa	04 So	04 Mi	04 Fr	04 Mo	04 Mi	04 Sa	04 Di	04 Do	04 So	04 Di
05 Mi	05 Sa	05 Mo	05 Do	05 So	05 Mo	05 Do	05 Sa	05 Di	05 Do	05 So	05 Mi	05 Fr	05 Mo	05 Mi
06 Do	06 So	06 Di	06 Fr	06 Mo	06 Di	06 Fr	06 So	06 Mi	06 Fr	06 Mo	06 Do	06 Sa	06 Di	06 Do
07 Fr	07 Mo	07 Mi	07 Sa	07 Di	07 Mi	07 Sa	07 Mo	07 Do	07 Sa	07 Di	07 Fr	07 So	07 Mi	07 Fr
08 Sa	08 Di	08 Do	08 So	08 Mi	08 Do	08 So	08 Di	08 Fr	08 So	08 Mi	08 Sa	08 Mo	08 Do	08 Sa
09 So	09 Mi	09 Fr	09 Mo	09 Do	09 Fr	09 Mo	09 Mi	09 Sa	09 Mo	09 Do	09 So	09 Di	09 Fr	09 So
10 Mo	10 Do	10 Sa	10 Di	10 Fr	10 Sa	10 Di	10 Do	10 So	10 Di	10 Fr	10 Mo	10 Mi	10 Sa	10 Mo
11 Di	11 Fr	11 So	11 Mi	11 Sa	11 So	11 Mi	11 Fr	11 Mo	11 Mi	11 Sa	11 Di	11 Do	11 So	11 Di
12 Mi	12 Sa	12 Mo	12 Do	12 So	12 Mo	12 Do	12 Sa	12 Di	12 Do	12 So	12 Mi	12 Fr	12 Mo	12 Mi
13 Do	13 So	13 Di	13 Fr	13 Mo	13 Di	13 Fr	13 So	13 Mi	13 Fr	13 Mo	13 Do	13 Sa	13 Di	13 Do
14 Fr	14 Mo	14 Mi	14 Sa	14 Di	14 Mi	14 Sa	14 Mo	14 Do	14 Sa	14 Di	14 Fr	14 So	14 Mi	14 Fr
15 Sa	15 Di	15 Do	15 So	15 Mi	15 Do	15 So	15 Di	15 Fr	15 So	15 Mi	15 Sa	15 Mo	15 Do	15 Sa
16 So	16 Mi	16 Fr	16 Mo	16 Do	16 Fr	16 Mo	16 Mi	16 Sa	16 Mo	16 Do	16 So	16 Di	16 Fr	16 So
17 Mo	17 Do	17 Sa	17 Di	17 Fr	17 Sa	17 Di	17 Do	17 So	17 Di	17 Fr	17 Mo	17 Mi	17 Sa	17 Mo
18 Di	18 Fr	18 So	18 Mi	18 Sa	18 So	18 Mi	18 Fr	18 Mo	18 Mi	18 Sa	18 Di	18 Do	18 So	18 Di
19 Mi	19 Sa	19 Mo	19 Do	19 So	19 Mo	19 Do	19 Sa	19 Di	19 Do	19 So	19 Mi	19 Fr	19 Mo	19 Mi
20 Do	20 So	20 Di	20 Fr	20 Mo	20 Di	20 Fr	20 So	20 Mi	20 Fr	20 Mo	20 Do	20 Sa	20 Di	20 Do
21 Fr	21 Mo	21 Mi	21 Sa	21 Di	21 Mi	21 Sa	21 Mo	21 Do	21 Sa	21 Di	21 Fr	21 So	21 Mi	21 Fr
22 Sa	22 Di	22 Do	22 So	22 Mi	22 Do	22 So	22 Di	22 Fr	22 So	22 Mi	22 Sa	22 Mo	22 Do	22 Sa
23 So	23 Mi	23 Fr	23 Mo	23 Do	23 Fr	23 Mo	23 Mi	23 Sa	23 Mo	23 Do	23 So	23 Di	23 Fr	23 So
24 Mo	24 Do	24 Sa	24 Di	24 Fr	24 Sa	24 Di	24 Do	24 So	24 Di	24 Fr	24 Mo	24 Mi	24 Sa	24 Mo
25 Di	25 Fr	25 So	25 Mi	25 Sa	25 So	25 Mi	25 Fr	25 Mo	25 Mi	25 Sa	25 Di	25 Do	25 So	25 Di
26 Mi	26 Sa	26 Mo	26 Do	26 So	26 Mo	26 Do	26 Sa	26 Di	26 Do	26 So	26 Mi	26 Fr	26 Mo	26 Mi
27 Do	27 So	27 Di	27 Fr	27 Mo	27 Di	27 Fr	27 So	27 Mi	27 Fr	27 Mo	27 Do	27 Sa	27 Di	27 Do
28 Fr	28 Mo	28 Mi	28 Sa	28 Di	28 Mi	28 Sa	28 Mo	28 Do	28 Sa	28 Di	28 Fr	28 So	28 Mi	28 Fr
29 Sa	29 Di	29 Do	29 So	29 Mi	29 Do	29 So	29 Di	29 Fr	29 So	29 Mi	29 Sa	29 Mo	29 Do	29 Sa
30 So	30 Mi	30 Fr	30 Mo		30 Fr	30 Mo	30 Mi	30 Sa	30 Mo	30 Do	30 So	30 Di	30 Fr	30 So
31 Mo		31 Sa	31 Di		31 Sa		31 Do		31 Di	31 Fr		31 Mi		31 Mo

Präsenzzeiten (vorläufige Planung – Änderungen vorbehalten)

Darüber hinaus bietet die Quadriga Hochschule verschiedene Einzelveranstaltungen wie Diskussionsrunden, Vor-Ort-Besuche oder Hintergrundgespräche an. Im Anschluss an die Präsenzphasen schreiben die Studenten in einem Zeitraum von drei Monaten ihre Master Thesis.

MBA COMMUNICATION & LEADERSHIP

CURRICULUM IN 8 MODULEN

1 Management I: Basics	2 Communication Circle	3 Management II: Accounting & Finance	4 Management III: Organization & Leadership
Einführung in die Ökonomie	Angewandte Kommunikation	Internes Rechnungswesen und Bilanzen	Leadership: Konzepte und Kategorien
Die Geschichte ökonomischen Denkens	Kommunikation und Öffentlichkeit	Investitionsrechnung	Human Resources Management und Mitarbeitermotivation
Unternehmensstrategie	sozialpsychologische Grundlagen	Finanzierung und Finanzkennzahlen	Projektmanagement
Wirtschaftsrecht	Image, Reputation, Vertrauen, Verständigung, Dialog	Mechanismen des Kapitalmarkts	Wissens- und Informationsmanagement
Einführung in die Volkswirtschaftslehre	Präsentations- und Verhandlungstraining		Change Management
<p>Das Modul macht mit den Grundlagen des ökonomischen Denkens vertraut und zeigt den Studenten auf, wie Unternehmen funktionieren und handeln. Das Modul behandelt dabei auch Unternehmensstrategie und Wirtschaftsrecht.</p>	<p>Führt in die Welt des Kommunikationsmanagements ein, macht Prozesse begreiflich und Hintergründe deutlich. Im Communication Circle lernen die Teilnehmer sozialpsychologisch begründete Mechanismen kennen und schärfen ihr Kommunikationsgeschick.</p>	<p>Macht mit den sensiblen Bereichen von Unternehmen vertraut, die sich auch Kommunikationsmanager zu Eigen machen müssen, um eine Rolle in der Unternehmensführung zu spielen: Rechnungswesen, Investitionen und Finanzierung.</p>	<p>Bereitet auf die Führung einer Kommunikationsabteilung oder eines -bereichs vor. Die Teilnehmer erhalten Einblick in die Prinzipien der Abteilungs-führung, in Organisation, Management und Human Resources. Das Modul stellt verschiedene Führungsstile vor und legt dar, welche Instrumente jeweils erfolgversprechend sind. Die Teilnehmer erarbeiten sich zudem die wichtigsten Ansätze und Methoden des Projektmanagements.</p>

5

Communication Management I: Basics

Medien und Medienwirkung

Deutsches Mediensystem im internationalen Vergleich

Grundlagen des Medienrechts

Historische und aktuelle Grundlagen des Berufsfeldes

Überblick über PR-Theorien

PR in der Gesellschaft, Ethik und Verantwortung

Das Modul stellt das Berufsfeld Kommunikationsmanagement, Aufgaben und Hintergründe, seine Funktionsweisen und Prinzipien vor. Es gibt den Teilnehmern einen systematischen Überblick, was Kommunikationsmanagement leistet, wie es organisiert ist und welche Instrumente eingesetzt werden.

6

Communication Management II: Thought Leadership & International Communication

Überblick über die Anwendungsfelder des Kommunikationsmanagements

Konzept der integrierten Kommunikation

Public Affairs

Interne Kommunikation und CSR

Krisenkommunikation

Globalisierung und Kommunikation

Hier werden intensiv die verschiedenen Arbeitsfelder des Kommunikationsmanagements vermittelt, mit denen Führungskräfte der Branche sicher umgehen müssen wie etwa Public Affairs, Krisen-PR, Interne Kommunikation oder Change Management.

7

Management IV: Marketing & Brand Management

Grundlagen des Marketings

Brand Management

Online Marketing und Social Media

Marketing Projekt

Kommunikationsmanager müssen sicher in vielen Disziplinen ihres Faches sein. Marketing und Brand Management gehören unbedingt dazu. Die fundierte Vermittlung des Themas schließt mit einem eigenen Projekt ab.

8

Strategy Circle: Steering Communication & Strategic Planning

Globalisierung und Kommunikation: Grundlagen internationaler PR

PR-Evaluation und Kommunikationscontrolling

Methoden der empirischen Sozialforschung

Planung, Konzeption und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie

Kommunikationsstrategien planen, umsetzen und Erfolg nachweisen: Im Strategy Circle lernen die Teilnehmer die strategischen Grundlagen erfolgreichen Kommunikationsmanagements und wenden sie unmittelbar an. Sie setzen dabei ein PR-Projekt in all seinen Stadien von der ersten Konzeption über die Analyse hin zu Präsentation und Evaluation um.

Seminar

Die Geschichte ökonomischen Denkens

Seminarinhalte und -ziele:

- Der Kurs vermittelt die Geschichte ökonomischen Denkens von der klassischen Nationalökonomie (Adam Smith, David Ricardo) bis zu aktuellen Debatten zwischen Keynesianismus und Monetarismus bzw. zwischen Neoklassik und Behavioral Economics.
- Ziel des Kurses ist die Aneignung und Vertiefung von – auch für einen Kommunikationsverantwortlichen relevantem – Wissen über ökonomische Zusammenhänge auf Basis der geschichtlichen Entwicklung von Theorien und Ansätzen.

Tag 1

1. Allgemeine Einführung
2. Merkantilismus: Interventionismus und Dirigismus in Feudalstaaten
3. Adam Smith: Kritik des Merkantilismus; klassische Nationalökonomie
4. David Ricardo: Freihandel und Steuern als Grundlage von Wohlstand
5. Karl Marx: Erschaffung versus Abschöpfung von Surplus-Value; Kapitalakkumulation; historischer Determinismus
6. Neoklassik: Homo oeconomicus; Preis-Mengen-Gleichgewicht; Prinzip des fallenden Grenznutzen; Ökonomie als mathematisches Optimierungsproblem

Tag 2

7. Institutionalismus: Organisation und Kontrolle ökonomischer Systeme; die Rolle ökonomischer und sozialer Institutionen sowie „belief systems“; duale Theorie: Funktionieren von Märkten und die Rolle von Institutionen, die sie formen
8. John Maynard Keynes: Keynesianismus; Kritik der Laissez-faire-Marktwirtschaft; government intervention
9. Milton Friedman: The monetarist battle against Keynes
10. Behavioral economics
11. The “culture matters” approach

(Prof. Dr. Thomas Armbrüster)

Seminar (auf englisch)

Strategic Management

Contents and Objectives:

- The history and different schools of strategic management: Design School, Planning School, Positioning School, Entrepreneurial School, Cognitive School, Learning School, Power School, Cultural School.
- The classical tools of strategic management: industry analysis (Five Forces); SWOT analysis; portfolio analysis; competitive strategies: cost leadership, differentiation, focus; blue-ocean analysis
- This module seeks to familiarize the participants with the schools and basic concepts of strategy and strategic management, and to provide them with a set of procedures and tools of strategy conceptualization.

Tag 3

1. Introduction: Deliberate versus emergent, prescriptive versus descriptive approaches to strategic management
2. The Design School (“Conceptualize and implement it!”)
3. The Planning School (“Devolve it into objectives and budgets!”)
4. The Positioning School (“Draw it on a 2x2 matrix, then implement it!”)

Tag 4

5. The Entrepreneurial School (“Have a vision!”)
6. Blue Ocean Strategy (“Create something that nobody has seen before!”)
7. The Cognitive School (“Reframe the interpretation!”)
8. The Learning School (“Do it all step by step!”)

Tag 5

9. The Power School (“Assert yourself and get it through!”)
10. The Cultural School (“Let the resources emerge!”)
11. The Schools: A Synoptic Perspective

(Prof. Dr. Thomas Armbrüster)

Vorlesung

Wirtschaftsrecht

Seminarinhalte und -ziele:

- Der Kurs vermittelt Grundlagen des Handels- und Wirtschaftsrechts, die auch den Kommunikationsverantwortlichen und seinen Arbeitsbereich tangieren.
- Ziel der Veranstaltung ist, ein Verständnis von Zusammenhängen und Regularien des Wirtschaftsrechts zu erzeugen.

Tag 6

1. Einführung in das Wirtschaftsrecht
2. Der Einfluss des EU-Rechts: Rechtsetzung und Rechtsschutz in der EU
3. Überblick Bürgerliches Recht: BGB Allgemeiner Teil, Schuldverhältnis
4. Überblick Handelsrecht: „Das Sonderprivatrecht der Kaufleute“
5. Überblick Gesellschaftsrecht: Gesellschaftsformen und ihre Rechtsformen

(Prof. Dr. Michael Brück)

Seminar

Einführung in die VWL

Seminarinhalte und -ziele:

- Die Lehrveranstaltung führt in die Grundlagen der Volkswirtschaftslehre im Überblick ein, z. B., Begrifflichkeiten, volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Wirtschaftskreislauf, Markt und Wettbewerb, Theorie der Unternehmung.
- Mit einem Zuschnitt auf den Bereich Wirtschaftspolitik werden Schnittstellen zum Verantwortungsbereich von Kommunikationsverantwortlichen aufgezeigt. Sie bilden den Grundstein für das Verständnis der folgenden Veranstaltungen. Ansätze, Methoden und Theorien können jeweils in Zusammenhang mit dem ökonomischen Gesamtgeschehen gesetzt werden.

Tag 7

1. Grundlegende Prinzipien volkswirtschaftlichen Denkens
2. Angebot, Nachfrage, und die Preisbildung auf Märkten
3. Märkte und Wohlfahrt
4. Unternehmen auf imperfekten Märkten: Grundlagen der Spieltheorie
5. Unternehmen und der Staat: Grundlagen der Wettbewerbspolitik
6. Eine makroökonomische Welt- und Zeitreise
7. Variablen der Makroökonomie: Bruttoinlandsprodukt, Inflation & Co
8. Die Realwirtschaft aus der langfristigen Perspektive: Wachstum, Produktivität und die Rolle des Finanzsystems
9. Globalisierung der Weltwirtschaft: Handel, Wechselkurse, und Wechselkurssysteme
10. Anwendung und Klassendiskussion: Der Wechselkurs des chinesischen Yuan

(Prof. Dr. Günter Lang)

LEHRENDE AN DER QUADRIGA (AUSZUG)

Praxisnähe und Exzellenz

Die Studiengänge der Quadriga Hochschule Berlin wurden von versierten Fachleuten entwickelt, renommierte Wissenschaftler und namhafte Praktiker haben die Konzeption begleitet. Die Qualität von Lehre und Forschung wird durch standardisierte Evaluationsverfahren abgesichert.

In der Lehre an der Quadriga Hochschule Berlin engagieren sich renommierte Wissenschaftler und Praktiker für eine hochwertige Ausbildung. Die Studenten profitieren von Dozenten, die sich durch wissenschaftliche Qualität einerseits und fundierte Erfahrungen in der Praxis andererseits auszeichnen.



1 Prof. Dr. Thomas Armbrüster, Quadriga Hochschule Berlin 2 Prof. Dr. Günter Bentele, Universität Leipzig 3 Prof. Dr. Michael Brück, German Graduate School of Management and Law 4 Dr. Christof Ehrhart, Deutsche Post DHL 5 Prof. Dr. Susanne Femers, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin 6 Dr. Herbert Heitmann, Royal Dutch Shell 7 Dr. Thorsten Hofmann, Quadriga Hochschule Berlin 8 Prof. Dr. Matthias Hühn, The American University of Paris 9 Prof. Dr. Karl Jurka, Dr. Karl Jurka, Politik- und Marketingberatung 10 Dr. Harald Kessler, KLS Accounting & Valuation GmbH Köln 11 Prof. Dr. Susanne Knorre, Fachhochschule Osnabrück 12 Prof. Dr. Günter Lang, Deutsche Universität in Kairo; TU München und Universität Augsburg 13 Dr. Christian Lawrence, Munich Re 14 Prof. Dr. Ralf Lindner, Quadriga Hochschule Berlin 15 Prof. Dr. Edda Müller, Quadriga Hochschule Berlin 16 Prof. Dr. Bert Rürup, MaschmeyerRürup AG 17 Prof. Dr. Kristina Sinemus, Quadriga Hochschule Berlin 18 Dr. Christopher Storck, Hering Schuppener 19 Prof. Dr. Manfred Weber, Bundesverband Deutscher Banken 20 Prof. Arne Westermann, Quadriga Hochschule Berlin 21 Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig

MBA COMMUNICATION & LEADERSHIP FIELD TRIP TO NEW YORK



Wesentliche Entwicklungen im Kommunikationsmanagement haben ihren Ursprung in den USA. Die Teilnehmer des MBA Communication & Leadership spüren den entscheidenden Trends und Techniken nach: Über das Präsenzprogramm hinaus nehmen sie an einem einwöchigen Auslandsaufenthalt in New York teil. Vor Ort lernen Studierende die Methoden und Instrumente des internationalen Kommunikationsmanagements kennen und vertiefen die in Studium und Beruf erworbenen Kenntnisse im Gespräch mit führenden Vertretern aus Management und Öffentlichkeitsarbeit.



Program: October 1st – October 7th, 2011

Saturday October 1st

- **13:45** Flight from Berlin Tegel
- **16:30** Arrival at New York JFK Airport
- **Evening** Visit to the Empire State Building and Times Square (Optional)

Sunday October 2nd

- **09:00** Visit/Tour of Ground Zero
- **10:30** Guided Tour through Lower Manhattan and the Financial District
- **Afternoon** Free time / Evening Optional Activity

Monday October 3rd

- **10:00** Talk & Workshop on Reputation Management and Social Media; *Leslie Gaines-Ross, Chief Reputation Strategist, Weber Shandwick New York*
- **12:30** Lunch/Call Time
- **14:00** Communications at IBM – The 'Authentic Enterprise' Approach; *Mike Wing, Vice President, Strategic and Executive Communications, IBM*
- **16:30** Communications Excellence Today – The communications profession; Meeting with a Senior Leader of the Arthur W. Page Society

Tuesday October 4th

- **09:00** Visit to the New York Stock Exchange & Talk about High Frequency Trading, Corporate Reporting, and the Role of Journalism; *Jens Korte, Market Correspondent, NTV Germany*
- **11:30** Lunch/Call Time
- **12:30** Communicating for German businesses/organizations in the U.S.; *Nicola Michels & Tom Dzimian, German-American Chamber of Commerce*
- **16:30** Strategic Communications: The Columbia Approach; *Prof. Trudi Baldwin, Director Master programs in Strategic Communications, Columbia University*
- **Evening** Optional visit to a Musical

Wednesday October 5th

- **09:00** Strategic Communications: The NYU Approach; *Prof. Irving Schenkler, Director of the Management Communication Program, New York University NYU, Stern School of Business*
- **11:30** Lunch and meeting with the German community in NYC German House, New York University
- **14:00** Guided Tour & Workshop at the United Nations Headquarters; *Lia Petridis, independent journalist, ARD Office New York & Huffington Post*
- **Evening** Optional Visit to The Letterman Show/ Daily Show/ Colbert Report

Thursday October 6th

- **09:00** U.S. Media law: Working with Journalists and American Media; *George Freeman, Assistant General Counsel, The New York Times, Company & Adjunct professor at New York University*
- **10:30** Visit of Editorial Office & Talk with Reporter, New York Times Offices
- **12:30** Lunch
- **14:00** The latest trends in Social Media in the U.S. Hill & Knowlton (*tbc*)
- **16:30** Communicating a transatlantic merger: Anheuser Busch - Inbev; *Marianne Ammsoms, Vice President Global Communications, Anheuser-Busch InBev*
- **18:00** Happy Hour at the Anheuser-Busch InBev Bar
- **Evening** Optional Dinner Together

Friday October 7th

- **09:30** The US media landscape and the regulation of speech in the Internet; *David Heller, Media Lawyer, Media Law Resource Center*
Venue: NYU Deutsches Haus
- **12:00** The Edelman Trust Barometer
Russell Dubner, Edelman New York (tbc)
- **17:40** Flight departure from JFK Airport

HOCHSCHULLEBEN

Die Quadriga Hochschule Berlin hat ihren Standort im „Quartier am Auswärtigen Amt“ am Werderscher Markt 13, zwischen dem Gendarmenmarkt, dem Auswärtigen Amt und der Deutschen Staatsoper. Das neue Studienzentrum bietet mit einem Hörsaal für 150 Personen sowie acht separaten Seminarräumen und einer modernen Bibliothek optimale Voraussetzungen für Lehren und Lernen.



„Die praxisnahe, interaktive und an aktuellen Beispielen orientierte Seminararbeit und die konstruktive und diskussionsfreudige Arbeitsatmosphäre – unter den Studenten und mit den Dozenten – hat meine Erwartungen voll erfüllt.“

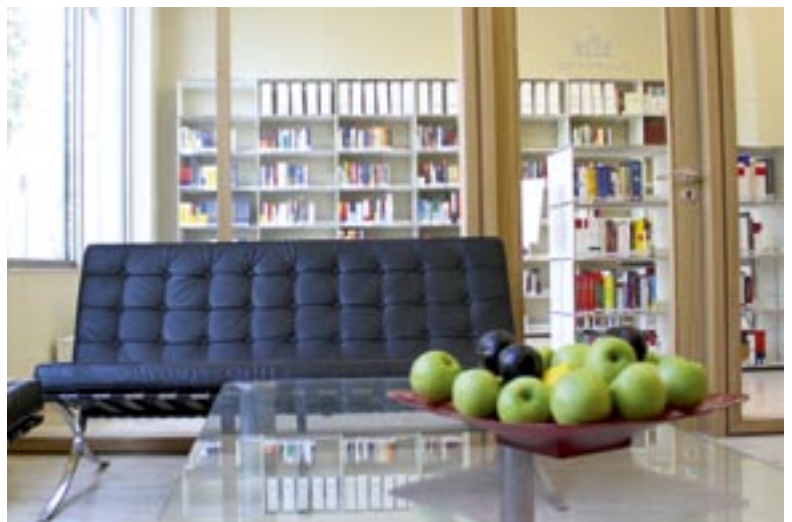
Alexander Scholl, Student

Prof. Dr. Manfred Weber zum internationalen Finanzmarkt



„Der Master ist für mich als BWLER und berufserfahrenen Quereinsteiger in den Bereich Communications die maßgeschneiderte Alternative zum MBA: Die wertvolle Zeit steht komplett für die ‚Hochdruckbetankung‘ mit Kommunikations-Know-how zur Verfügung! Keine Stunde geht für die Wiederholung von bereits bekanntem BWL-Wissen ‚verloren‘.“

Dirk Demmer, Student





Der Vorsitzende des Kuratoriums, Dr. Christof Ehrhart



Intensive Arbeitsatmosphäre während der Projektarbeit



„Das Wichtigste am Quadriga Studium ist mir die gute Mischung aus Theorie und Praxis sowie der permanente und konsequente Austausch mit meinen Kommilitonen und externen Kommunikationsexperten. Das ist meines Erachtens eine solide Vorbereitung auf zukünftige Führungspositionen.“

Mihaela Mitrovic, Studentin



Prof. Dr. Dr. Bert Rürup beim Vortrag an der Quadriga Hochschule



Prof. Dr. Armbrüster im Seminar mit MBA-Studenten



„Die Quadriga bietet mir eine umfassende, anspruchsvolle und zugleich niveauvolle Ausbildung im Bereich Kommunikationsmanagement, die mich auf zukünftige Führungsaufgaben vorbereitet.“

Daniel Nemeyer, Student



Prof. Peter Voß im Gespräch mit Ehrengast Dr. Richard von Weizsäcker

MENTORENPROGRAMM

Persönlicher Austausch mit Führungskräften

Mit dem Mentorenprogramm erhalten die Studierenden durch den persönlichen Kontakt zu führenden Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Medien wertvolle Einschätzungen zu ihren Fähigkeiten und Perspektiven, berufslebensnahe Hinweise und einen Wissenstransfer: Weit über den engeren Studienkontext hinaus geben die Treffen zwischen Mentor und Mentee Impulse für das berufliche und persönliche Fortkommen.

Dabei schöpfen die Mentoren aus ihrem reichen Erfahrungsschatz in ihrem jeweiligen Tätigkeitsfeld. So kann der Berufsalltag des Mentors Gegenstand des Mentorings sein. Für den Mentee ist es von Interesse, wie der Mentor in seiner hervorgehobenen Position arbeitet, wie er sich im Beruf organisiert und wie er führt. Hieraus kann ein Erfahrungsaustausch entstehen, zu dem der Mentee vor seinem eigenen akademischen und beruflichen Hintergrund beitragen kann. Die Mentoren geben Einblick in aktuelle Fachdebatten des Berufsfeldes, sie informieren über Trends und Anforderungen.

Sie geben zudem Hinweise für fachliche Karriereoptionen und informieren über Strategien des beruflichen Fortkommens. Gerade als Führungskraft mit entsprechender Karriereerfahrung können Mentoren Vorbild für ihre Mentees sein. Darüber hinaus eröffnet das Mentoringprogramm Zugänge zum Berufsfeld und vermittelt Kontakte zu interessanten Persönlichkeiten.

Das Programm dauert jeweils über den Zeitraum des gesamten Studiums, also 18 Monate. In diesem Zeitraum treffen sich Mentor und Mentee regelmäßig auf individuelle Vereinbarung hin.

Christian Achilles

Leiter Kommunikation und Medien, Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.

Andreas Bartels

Head of Media Relations, Deutsche Lufthansa AG

Ulf Bauer

Gesamtverantwortlicher Leiter Politik und Kommunikation, British-American Tobacco (Industrie) GmbH

Markus N. Beeko

Director Campaigns & Communications/Member of Global Communications Group, Amnesty International Deutschland, Sektion der Bundesrepublik Deutschland

Béla Nikolai Anda

Chief Communication Officer, AWD Holding AG

Iris Bethge

Geschäftsführerin Presse und Kommunikation, Bundesverband deutscher Banken e.V.

Andreas Breitsprecher

Prokurist, Leiter Konzernkommunikation und Public Affairs, Vattenfall Europe AG

Stefanie Burgmaier

Chefredakteurin, Börse Online

Ralph Driever

Leiter Unternehmenskommunikation, Infineon Technologies AG

Dr. Christof Ehrhart

Executive Vice President, Head of Corporate Communications, Deutsche Post DHL

Sven Gösmann

Chefredakteur, Rheinische Post

Jürgen Graalmann

Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, AOK-Bundesverband

Volker Heck

Head of Corporate Communications and Public Affairs, RWE AG

Dr. Stephan Heimbach

Head of Corporate Communications, Siemens AG

Dr. Herbert Heitmann

Executive Vice President of External Communications, Royal Dutch Shell

Dr. Michael Helbig

Direktor Kommunikation/Pressesprecher, KfW Bankengruppe

Dr. Wilm Herlyn

ehem. Chefredakteur, Deutsche Presse Agentur

Jörg Howe

Leiter Kommunikation, Daimler AG

Dr. Michael J. Inacker

Außenbeziehungen und Corporate Social Responsibility,
METRO Group

Dr. Guido Knott

Bereichsleiter Politik und Kommunikation, E.ON AG

Dr. Silvana Koch-Mehrin

Vizepräsidentin, Europäisches Parlament

Sven Korndörffer

Managing Director Corporate Communications, Aareal Bank AG

Renate Künast

Vorsitzende, Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Dr. Roland Kuntze

Head of External Communications & Corporate Reputation,
Telefónica O2 Germany GmbH & Co. OHG

Dr. Joachim Lang

Leiter Konzernrepräsentanz Berlin, E.ON AG

Christoph Lanz

Fernsehdirektor, Deutsche Welle TV

Dr. Christian Lawrence

Head of Group Communications, Munich Re

Ulrich Lissek

Director Communication, Nord Stream

Holger Lösch

Leiter Kommunikation und Marketing, Mitglied der Geschäfts-
leitung, Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

Matthias Machnig

Minister, Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und
Technologie

Hildegard Müller

Vorsitzende der Hauptgeschäftsführung, Bundesverband der
Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Ulrike Pott

Leiterin Presse und Information, Gesamtverband der Deut-
schen Versicherungswirtschaft e.V

Alexander Reinhardt

Leiter Corporate Media Relations, EADS Deutschland GmbH

Monika Schaller

Head of Corporate Communications, Goldman Sachs & Co.
oHG

Elisabeth Schick

Senior Vice President Communications & Government Relati-
ons BASF Group, BASF SE

Phillip Schindera

Senior Executive Vicepresident Corporate Communications,
Deutsche Telekom AG

Melanie Schmergal

Pressesprecherin, Leiterin Presse/Kommunikation, Bundesver-
band der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Maximilian Schöberl

Bereichsleiter Konzernkommunikation und Politik, BMW
Group

Dr. Jens Schreiber

Leiter Unternehmenskommunikation, Celesio AG

Dr. Hajo Schumacher

Freier Journalist, Buchautor und TV-Moderator

Dr. Roland Stahl

Leiter der Kommunikation, Kassenärztliche Bundesvereini-
gung

Thorsten Strauß

Unternehmenssprecher / Leiter Unternehmenskommunikati-
on, Bertelsmann AG

Achim Struchholz

Leiter Unternehmenskommunikation, Altana AG

Thomas Voigt

Direktor Wirtschaftspolitik und Kommunikation, OTTO GmbH
& Co KG

Dr. Susanne Wegerhoff

General Director Opel Communications, Adam Opel GmbH

Dr. Verena Wiedemann

Generalsekretärin, ARD

Starke Partner

Gemeinsam mit starken und renommierten Partnern schreibt die Quadriga Hochschule Berlin mehrere Stipendien aus. Für ein Studium an der Quadriga Hochschule Berlin sind vor allem Qualifikation, Motivation und Persönlichkeit entscheidend. Einige Bewerber um einen Studienplatz an der Quadriga Hochschule Berlin erhalten die Möglichkeit, zu erleichterten Konditionen an der Hochschule zu studieren. So können auch Interessenten, denen die erforderlichen finanziellen Mittel nicht in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen, ihre Ausbildung zum modernen Kommunikationsmanager realisieren. Am Stipendienprogramm der Quadriga Hochschule Berlin beteiligen sich drei der renommiertesten deutschen Unternehmen. Sie stehen für das enge Netzwerk, das die Quadriga Hochschule Berlin in die Praxis knüpft. Für jeden Studiengang werden mehrere Stipendien angeboten.

SAP-Stipendium

Für Studenten des MBA- und des Masterprogramms Communication & Leadership



SAP ist Synonym für innovatives Denken, für Professionalität und für Klarheit. Der Konzern steht für eine neue klare Welt. In den Systemlösungen geht es um Information, um Wissen, Transparenz und Kommunikation. Schneller bessere Entscheidungen zu treffen und Ressourcen noch effizienter einzusetzen, machen das Grundanliegen aus. In den Studienprogrammen Communication & Leadership sieht SAP diese Ideale verwirklicht. Kommunikation in höchster Präzision zu erlernen und einzusetzen, Klarheit bei relevanten Stakeholdern herzustellen ist auch der Anspruch, den SAP an das Kommunikationsmanagement anlegt.

BMW-Stipendium

Für Studenten des MBA Communication & Leadership



Internationalität, Praxisnähe und unternehmerisches Denken verbinden sich im MBA Communication & Leadership. Die zielgerichtete und gleichzeitig verantwortungsvolle Umsetzung von Kommunikationsmanagement entspricht dem Selbstverständnis von BMW als einem der renommiertesten Unternehmen Deutschlands. Kommunikation, die diesem Anliegen folgt, ist ganzheitlich ausgerichtet. Sie integriert die Ansprüche verschiedener Zielgruppen im In- und Ausland, innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Der MBA Communication & Leadership greift dieses Verständnis auf. Um dieses gemeinsame Ziel zu fördern, unterstützt BMW Teilnehmer dieses Studienganges.

E-Plus-Stipendium

Für Studenten des Master Communication & Leadership



E-Plus tritt für Offenheit und einen breiten fachlichen Dialog über moderne Kommunikation ein. Mit UdL Digital ist das Unternehmen Pionier innovativer Kommunikation und stärkt die Debatte um die gesellschaftspolitische Dimension wirtschaftlichen Engagements. Im Master-Studiengang Communication & Leadership sieht E-Plus seine Ansprüche an eine professionelle Ausbildung zukünftiger, ihrer Verantwortung bewusster Führungskräfte verwirklicht. Der Studiengang verbindet versierte Fachkenntnisse im Kommunikationsmanagement mit dem Verständnis gesellschaftlicher Zusammenhänge und unternehmerischem Denken. Daher unterstützt E-Plus als Stipendien-Partner das Masterprogramm der Quadriga Hochschule Berlin.

FINANZIERUNG

Über die Stipendienprogramme der Quadriga Hochschule Berlin hinaus bestehen für die Studierenden der MBA und M.A.-Studiengänge verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten.

Unterschiedliche Sponsoring-Modelle organisieren die finanzielle Förderung des Studiums an der Quadriga Hochschule Berlin durch den Arbeitgeber. Über eine Bindungsklausel mit partieller oder vollständiger Rückzahlungsverpflichtung bindet sich der Arbeitnehmer für einen bestimmten Zeitraum an das Unternehmen. Im Gegenzug übernimmt der Arbeitgeber die Studiengebühren und zusätzlich anfallende Kosten des Studiums gänzlich oder in Teilen. Sponsoring bietet dem modernen und innovativen Personalmanagement eine ideale Möglichkeit zur Mitarbeiterentwicklung. Talente werden gezielt und konsequent gefördert. Da es sich bei den Studienprogrammen der Quadriga Hochschule Berlin um Teilzeit-Studiengänge handelt, bleibt der geförderte Mitarbeiter dem Unternehmen als vollwertige Arbeitskraft erhalten. Das Sponsoring fordert auf der Arbeitgeberseite Vertrauen in den Mitarbeiter und honoriert die bisher geleistete Arbeit.

Finanzierung durch den Arbeitgeber

Studierenden stehen Finanzierungshilfen in Form von sogenannten **Bildungs- oder Studienkredit**en zur Verfügung, die von öffentlichen oder privaten Förderern vergeben werden. Hauptvorteil gegenüber gängigen Bankkrediten ist die geringere Verzinsung. Ein Bildungskredit wird meist ohne weitere Sicherheiten gewährt, da mit dem erwarteten Verdienst nach Abschluss des Studiums kalkuliert wird.

Finanzierung über Studien-/ Bildungskredite

Bildungsfonds werden privatwirtschaftlich angeboten und ermöglichen eine bankenunabhängige maximal flexible Form der Studienfinanzierung. Die finanzielle Unterstützung bezieht sich dabei auf Lebenshaltungskosten, Studiengebühren und Auslandsaufenthalte. Die Rückzahlungskonditionen werden individuell vereinbart und anhand der zu erwartenden Verdienstentwicklung festgesetzt. Zinsen und Tilgung entfallen bei Bildungsfonds gänzlich, außerdem ist die maximale Rückzahlung nach oben begrenzt.

Finanzierung über Bildungsfonds

Ein Studium an der Quadriga Hochschule Berlin dient der beruflichen Qualifizierung im Bereich Kommunikationsmanagement und Public Affairs und wird vom Gesetzgeber demzufolge als **berufliche Fortbildung** verstanden. Als Konsequenz lassen sich die Studiengebühren an der Quadriga Hochschule Berlin wie auch darüber hinaus anfallende Kosten, wie Fachbücher und -zeitschriften, Studienmaterial und Anfahrtskosten zum Studienort, als Werbungskosten im Rahmen der jährlichen Steuererklärung absetzen. Es sollte jedoch in allen Fällen auch die verbindliche Auskunft eines Steuerberaters oder Fachanwalts für Steuerrecht eingeholt werden.

Steuerliche Absetzbarkeit der Studiengebühren als Fortbildungskosten

Finden Sie mit uns die richtige Finanzierungsmöglichkeit

Die Quadriga Hochschule Berlin steht den Studierenden bei der Suche nach der individuell geeigneten Studienfinanzierung zur Seite. Die Studienberater unterstützen bei der Suche nach Krediten und Fonds. Arbeitgeber und Studieninteressenten können sich außerdem über die Vorteile des Sponsorings bei den Studienberatern der Quadriga Hochschule Berlin informieren. Zur individuellen Beratung steht Ihnen das Hochschulteam per E-Mail, telefonisch oder bei einem persönlichen Gespräch zur Verfügung.

BEWERBUNG

Der Quadriga Hochschule Berlin ist es wichtig, dass die Teilnehmer der Studiengänge qualifiziert, motiviert und zielorientiert sind. Nur so funktioniert auch ein effektives Lernen miteinander. Ein zweistufiges Bewerbungsverfahren sichert diesen Qualitätsanspruch.

Zulassungsvoraussetzungen

Um ein Studium an der Quadriga Hochschule Berlin aufnehmen zu können, müssen Sie **bestimmte Qualifikationen** mitbringen.

- Ein erfolgreich abgeschlossenes berufsqualifizierendes Studium (z. B. Diplom, Magister, Staatsexamen, Master oder Bachelor). Dabei müssen in der Regel 240 credits points erworben worden sein. (Auf Antrag kann Berufserfahrung ersatzweise für einen Teil der Studienleistung anerkannt werden – sprechen Sie bitte mit den Studienberatern.)
- Mindestens dreijährige Berufserfahrung in einem einschlägigen Bereich, davon mindestens zwei Jahre nach dem Abschluss.
- Für den MBA Communication & Leadership sollten Sie Berufserfahrung im Kommunikationsbereich besitzen. Darunter fallen zum Beispiel Tätigkeiten innerhalb der Organisationskommunikation (Presse- und Medienarbeit, Interne Kommunikation oder andere), bei PR-Agenturen oder vergleichbaren Dienstleistungsunternehmen, usw.
- Für das Masterprogramm Communication & Leadership sollten Sie Kenntnisse im Bereich Wirtschaft und Management besitzen (z. B. im Studium erworben).
- Sehr gute Englischkenntnisse.

Persönliche Beratung

Die Studienberater der Quadriga Hochschule Berlin stehen Ihnen gerne zur Verfügung und informieren Sie ausführlich zum Bewerbungsverfahren. **Lassen Sie sich zunächst beraten**, per E-Mail, telefonisch oder bei einem persönlichen Gespräch in der Hochschule in Berlin.

Bewerbungsunterlagen

Folgende Unterlagen müssen Sie für Ihre Bewerbung einreichen. Nutzen Sie dafür bitte den **Bewerbungsbogen**, den Sie auf Nachfrage bei der Studienberatung erhalten:

- Tabellarischer Lebenslauf mit Angabe der Ausbildungs- und Berufsstationen
- Nachweis der Berufserfahrung durch Arbeitszeugnisse und Bescheinigungen
- Nachweis des Hochschulabschlusses in Form von amtlich beglaubigten Kopien
- Nachweis der Englischkenntnisse durch einen erfolgreich absolvierten TOEFL-Test (80 Punkte, internetbased)
- Motivationsschreiben, in dem die persönliche Eignung für das angestrebte Studienprogramm und die Hintergründe der Entscheidung für ein Studium an der Quadriga Hochschule Berlin dargelegt werden. Außerdem sollte das Schreiben eine Einordnung des Studiums in die Karriereplanung umfassen und Ziele formulieren, die mit dem erfolgreich absolvierten Studium verfolgt werden.
- Referenzschreiben eines Vorgesetzten oder einer vergleichbaren Person, die die beruflichen Stärken und Schwächen des Bewerbers einschätzen kann. Das Schreiben sollte darlegen, inwiefern ein erfolgreicher Studienabschluss an der Quadriga Hochschule Berlin für die persönliche Karriere des Bewerbers förderlich ist.

Bewerbung

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung um eine Teilnahme an einem Studienprogramm an:
Quadriga Hochschule Berlin · Der Präsident · Werderscher Markt 13 · D-10117 Berlin

Bitte achten Sie auf den Bewerbungsschluss (Datum des Poststempels).

Assessment

Die Quadriga Hochschule Berlin wählt unter den eingegangenen Bewerbungen **die qualifizierten und geeigneten Kandidaten aus** und lädt sie anschließend zu einem Assessment ein. Dieses dauert etwa eine Stunde. Dabei wird insbesondere geprüft, inwieweit die Bewerber die inhaltlichen bzw. fachlichen Voraussetzungen für den von ihnen angestrebten Studiengang vorweisen können. Motivation und Karriereplanungen sind weitere Themen dieses Assessments.

CAMPUS UND TERMINE



Mit ihrem Standort im Herzen Berlins unterstreicht die Quadriga Hochschule Berlin ihren Qualitätsanspruch als eine der führenden Weiterbildungsinstitutionen für Kommunikationsmanagement.

**Studieren im
Herzen Berlins**

Der Quadriga Campus befindet sich am Werderschen Markt in unmittelbarer Nähe zum Auswärtigen Amt. Ringsum liegen die Repräsentanzen der einflussreichen Unternehmen, von Gewerkschaften und Verbänden, sowie Redaktionen der wichtigsten deutschen Medien. Das eng geknüpfte Netzwerk der Quadriga Hochschule Berlin mit weiteren zentralen Akteuren aus Politik, Medien und Wirtschaft wird an diesem Ort förmlich spürbar. Die Teilnehmer profitieren durch größte Praxisnähe in der Lehre und den unmittelbaren Kontakt zu Entscheidungen und Entscheidungsträgern des Kommunikationsmanagements und angrenzender Professionen.

Die Quadriga Hochschule Berlin ist mit sämtlichen öffentlichen Verkehrsmitteln hervorragend zu erreichen.

Studieninformationstag

Die Quadriga Hochschule Berlin bietet für alle an ihren Studiengängen Interessierten einen Informationstag an. Dazu laden wir auf unseren Campus in Berlin Mitte ein. Es diskutieren Professoren, Dozenten, Fellows und Studienberater der Quadriga Hochschule Berlin mit Interessierten über fachliche und organisatorische Studien- und Karrierefragen.

Termine

Berlin _____ 17. Juni 2011

Berlin _____ 25. Juni 2011

Darüber hinaus besteht selbstverständlich die Möglichkeit, dass Interessierte einmal als Gast an einer Lehrveranstaltung eines laufenden Studienprogramms teilnehmen oder sich mit Studierenden austauschen. Wenden Sie sich an die Studienleiter der Quadriga Hochschule, um sich hierüber zu informieren.

KONTAKTE

Präsidium



Prof. Peter Voß
Präsident
peter.voss@quadriga.eu



René Seidenglanz
Vizepräsident
rene.seidenglanz@quadriga.eu

Studienberatung



Henrik Thiesmeyer
Studienleiter
henrik.thiesmeyer@quadriga.eu



Isabella Buschinger
Studienleiterin
isabella.buschinger@quadriga.eu

Fachbereiche



Prof. Dr. Thomas Armbrüster
Fachbereich
Management & Economics
thomas.armbruester@quadriga.eu



Prof. Dr. Arne Westermann
Fachbereich
Corporate Communications
arne.westermann@quadriga.eu



Torsten Oltmanns
Fachbereich
Management & Economics
torsten.oltmanns@quadriga.eu



Dr. Christopher Storck
Fachbereich
Corporate Communications
christopher.storck@quadriga.eu

Anschrift

Quadriga Hochschule Berlin
Werderscher Markt 13
10117 Berlin
Telefon: +49 (0) 30/44 72 94 00
Telefax: +49 (0) 30/44 72 93 00
www.quadriga.eu

