

Übersicht Studienangebot

Business Communications

Master-Studiengänge (MAS)

Diplomlehrgänge (DAS)

Zertifikatskurse (CAS)

Bachelor (BSc)

Seminare



HWZ

Die Hochschule für Wirtschaft
in Zürich

Inhaltsverzeichnis

Business Communications

Bringen Sie Menschen, Produkte und Märkte in Bewegung	1
Am Puls der Zeit	4
Darum lohnt sich ein HWZ-Studium	5
Bachelor	8
Bachelor in Business Communications	9
Master of Advanced Studies (MAS)	11
MAS Business Communications	12
MAS Live Communication	18
Certificate of Advanced Studies (CAS)	27
CAS Corporate Communications	28
CAS Marketing Communications	34
Diploma of Advanced Studies (DAS)	41
DAS Business Communications	42
DAS Corporate Publishing	42
DAS Corporate Writing	42
DAS Customer Communications	43
DAS Live Communication	43
Weitere Angebote	45
Kooperationsangebote	46
Academy	52
HWZ-Seminare	53

Inspirieren durch Gedanken. Führen durch Worte.

Herausforderungen bewältigen: lösungsorientiert, dynamisch und überzeugend.

Erfolge ermöglichen: vernetzt, wirkungsbezogen und kontinuierlich.

Mit einem integrierten, managementorientierten Verständnis von und für Kommunikation gestalten Sie unternehmerische Zukunft.

Business Communications

Bringen Sie Menschen, Produkte und Märkte in Bewegung

Business Communications ist ein strategischer Werttreiber der Zukunft und Ihr ganz persönlicher Erfolgsfaktor.

Herzlich willkommen

Business Communications unterstützt die Interaktion auf allen Ebenen und zwischen allen Arten von Beteiligten als zentrale Schnittstelle in Unternehmen, Organisationen und Märkten. Das bietet spannende Berufs- und Karriereaussichten: Denn ohne Kommunikation gibt es kein Business. Und kein Business kommt letztlich ohne Kommunikation aus. Business Communications ist für Unternehmen und Organisationen ein strategischer Werttreiber und für Sie persönlich ein Erfolgsfaktor: So bringen Sie Personen, Produkte und Märkte in Bewegung.

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft begleitet Menschen, die sich berufs begleitend aus- und weiterbilden und somit ihre Karriere selber in die Hand genommen haben. Mit unseren flexiblen, relevanten und auf Sie als Business Communications Professional zugeschnittenen Programmen schaffen Sie sich mit dem für HWZ so typischen hohen Praxisbezug die Voraussetzungen, ihre Zukunft eigenständig zu gestalten.

Sie sind herzlich eingeladen, unsere Studiengänge kennenzulernen und sich mit uns an einem Info-Anlass oder zu einem persönlichen Beratungsgespräch zu treffen, um alles über unsere Angebote zu erfahren. Unser oberstes Ziel ist es, einen wertvollen Beitrag zu Ihrem nächsten Karriereschritt zu leisten. Dafür engagieren wir uns.

Sie übernehmen die Regie für Ihr berufliches Weiterkommen in einem komplexen Umfeld. Wir haben die passenden Kommunikationsstudiengänge dafür. So haben Sie den Wandel auf Ihrer Seite und empfehlen sich in den Kommunikationsszenarien der Zukunft für eine Hauptrolle.

Claudia Meier-Biedermann
Leiterin Departement Business
Communications & Marketing



Stefan Eggenberger
Leiter Weiterbildung Center for Business
Communications



«Mit dem MAS Business Communications kann ich beruflich voller Energie durchstarten.»

Emma Ayubi

Project Manager Internal & e-Communications, Axpo Services AG
Absolventin MAS Business Communications



Weiterbildung an der HWZ

Lösungsorientiert, unternehmerisch und persönlich

Als Hochschule für Wirtschaft begleiten wir den Wandel der Arbeitswelt seit über 30 Jahren. Immer schneller ändern sich die Anforderungen und Herausforderungen an die Führungskräfte sowie die Fachspezialistinnen und Fachspezialisten. Unsere einzigartigen Studienmodelle sind die Basis dafür, dass Sie diesen gewachsen sind und für sich und Ihre Organisation die gewünschte Wirkung erzielen. Und das in einem inspirierenden und positiven Umfeld. HWZ bedeutet Freude am Studieren.

Am Puls der Wirtschaft

Wir offerieren Ihnen ein breites Angebot an berufsbegleitenden Studiengängen in den folgenden Fachbereichen:

- Accounting & Controlling
- Business Analysis, Engineering & Consulting
- Banking & Finance
- Business Communications
- Business Intelligence & ICT
- Innovation Management
- Digital Transformation
- General Management
- Human Resources Management
- Leadership
- Marketing & Sales
- Real Estate Management
- Strategisches Management

Im Zentrum steht eine konsequente Kompetenzorientierung. Dies bedeutet, dass wir uns immer in einem Spannungsfeld von Fachkompetenzen, Sozial-

kompetenzen und Methodenkompetenzen bewegen. Hier verbinden wir Wissen, Einstellungen und Fertigkeiten, wobei Ihre langjährige Praxiserfahrung eine wichtige Rolle einnimmt.

Einzigartig

HWZ-Studiengänge sind immer einzigartig. Sei es, aus methodischer und didaktischer Sicht. Sei es, weil sie kombinierbar oder erweiterbar sind, oder sei es, weil sie Themenführerschaft für sich beanspruchen. Es gibt modularisierte und integrierte Studiengänge. Alleine entscheidend ist die Zielgruppe und deren angestrebte Kompetenzen und Bedürfnisse.

Persönlich

Unsere Kommunikation ist die der offenen Türen. Unsere Studiengruppen haben in der Regel maximal 24 Studierende. Die regelmässigen HWZ-Veranstaltungen stehen Ihnen zur Teilnahme offen. Die administrative und organisatorische Betreuung der Programme erfolgt immer aus einer Hand. Sie als Studentin und Student haben konkrete Ansprechpersonen. Wir kennen Sie vom ersten Tag an persönlich.

Fachbeiräte

Für den Transfer des theoretischen und wissenschaftlichen Know-hows in die Lehre sind die Center, Institute und Fachstellen der HWZ verantwortlich. Sie werden dabei von unabhängigen und externen Beiräten begleitet. Die Empfehlungen der Beiräte hinsichtlich Praxisrelevanz fliessen in die Entwicklung der jeweiligen Programme ein.

Forschung

Wir forschen in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Non-Profit-Organisationen sowie Gemeinden, Kantonen und dem Bund zu aktuellen Themen. Die Forschung an der HWZ liefert Grundlagen für die Entwicklung und Vertiefung der HWZ-Kernkompetenzen. Die Forschungsergebnisse dienen der Praxis und kommen zudem in der Lehre auf Bachelor-, Master- und Doktoratsstufe zum Einsatz und unterstützen so ein praxisnahes Studium.

Darum lohnt sich ein HWZ-Studium

7 Gründe

«Vielseitig, anspruchsvoll, gewinnbringend.» So empfinden unsere Studierenden ihre Aus- und Weiterbildung. Die HWZ steht für die optimale Verbindung von Beruf, Studium und Privatleben. Wir bilden Sie in Fach-, Selbst- und Führungskompetenzen aus, sodass Sie Ihre Karriereziele erreichen. Unser Antrieb ist es, Ihnen direkt beim HB Zürich ein professionelles, zuvorkommendes und motivierendes Umfeld zu bieten, sodass Sie sich voll und ganz auf Ihr Studium und Ihren Erfolg konzentrieren können.

1.

Hohe Anerkennung

HWZ-Abschlüsse geniessen bei Arbeitgebern einen hohen Stellenwert. HWZ-Absolvierende sind auf dem Stellenmarkt gut positioniert.

2.

Maximaler Praxisbezug

Für optimalen Know-how-Transfer in Ihr Unternehmen. Sie können das Gelernte schon während des Studiums anwenden.

3.

Optimierte Studienzeiten

Die arbeitgeberfreundliche Planung erlaubt ein hohes Arbeitspensum und optimale Vereinbarkeit des Studiums mit Beruf und Privatleben.

4.

Top-Dozierende

Die Dozierenden sind ausgewiesene, erfahrene Expertinnen und Experten vor allem aus der Wirtschaftspraxis, aber auch aus der Wissenschaft, öffentlichen Verwaltung und aus NGOs.

5.

Kleine Studiengruppen

In der Regel 24 Personen (Weiterbildung). Der Präsenzunterricht sorgt für regen Wissensaustausch und das Einbringen von Cases aus dem eigenen Unternehmen.

6.

Unterhaltsame Didaktik

Interaktive Lernformen, Case Studies, Simulationsspiele, e-Learning etc. sorgen für einen abwechslungsreichen Unterricht.

7.

Business-Netzwerk

Ihre Studiengruppe, aber auch die Dozierenden bieten Ihnen ein Business-Netzwerk, das den Lehrgang überdauert. Verstärkt wird das soziale Netz durch Anlässe, die dazu beitragen, dass diese Beziehungen Sie menschlich sowie auch beruflich bereichern.



«Dieser Studiengang behandelt Kommunikation genau so, wie ich es mir als Agenturleiter immer gewünscht habe: umfassend, ganzheitlich, ergebnisorientiert.»

Reto Schorta

Partner und Kommunikationsberater, Agentmedia
Absolvent MAS Business Communications

Bachelor

Das berufsbegleitende Bachelor-Studium an der HWZ schliesst die erste Studienstufe mit einem eidgenössisch anerkannten Bachelor of Science (BSc) ab. Dieser Abschluss öffnet Ihnen zahlreiche Türen zu spannenden Jobs und Karrierechancen sowie die Möglichkeit, später ein Master-Studium im In- oder Ausland zu absolvieren.

Bachelor in Business Communications

In diesem Bachelor-Programm vermitteln wir interdisziplinäres Wissen aus drei eng miteinander verzahnten Themenbereichen Business, Management & Kontext, Communications & Marketing sowie Leadership, Persönlichkeits- und Methodenkompetenzen.

Im Zentrum stehen sieben Schlüsselkompetenzen, die Ihnen vielfältige, attraktive Karrierechancen in regional, national und international orientierten Unternehmen, Behörden und Organisationen eröffnen.

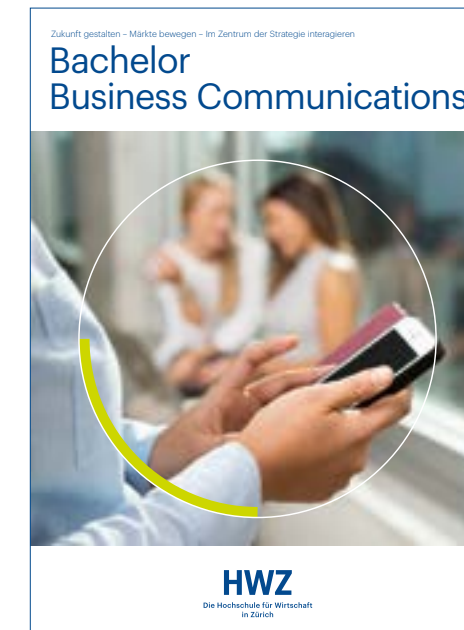
An der Schnittstelle von Kommunikation und Business

Wollen Sie in der Unternehmens- und Marketing-Kommunikation alle Register ziehen? Der Bachelor-Studiengang in Business Communications der HWZ verbindet grundlegende betriebswirtschaftliche und allgemeinbildende Inhalte mit Kommunikationsthemen wie Marketing, Markenführung, Medien und Journalismus, Public Relations, Stakeholder-Ansprache und Corporate Communications. Sie lernen, mit welchen Instrumenten Sie online und offline die relevanten Zielgruppen am effektivsten erreichen. Sie erfahren, wie Unternehmen und Organisationen erfolgreich mit ihren zentralen Anspruchsgruppen kommunizieren – und zwar in der digitalen Welt von heute und morgen.

Ihr Nutzen

- ✔ Berufsbegleitend
- ✔ Passende Studienzeiten
- ✔ Dozierende aus der Praxis
- ✔ Gelerntes umgehend anwenden
- ✔ Hohe Anerkennung des HWZ-Diploms
- ✔ Kleine Studiengruppen
- ✔ Fokus auf die Schnittstelle zwischen Business und Communications

Spezialbroschüre



Facts & Figures

Abschluss

«Bachelor of Science ZFH in Business Communications»

Anerkennung

180 ECTS (Kreditpunkte)

Beginn

Jährlich im September

Dauer

8 Semester in 4 Jahren

Berufsbegleitender Studiengang

Empfohlenes Maximum: 80% Arbeitstätigkeit (mind. 50% erforderlich)

Sprache

Die Unterrichtssprache ist Deutsch. Gute Englischkenntnisse sind von Vorteil.

Zulassung

Abgeschlossene Berufslehre mit Berufsmaturität oder gymnasiale Maturität mit mind. einem Jahr Berufspraxis.

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppen umfassen im Schnitt 26, maximal 32 Personen.

Studienort

Zürich: Sihlhof (direkt beim HB)

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/bbc

Master of Advanced Studies (MAS)

Der MAS ist zusammen mit dem Executive MBA das umfangreichste Weiterbildungsprogramm mit geschütztem Titel. Beide richten sich an Personen, die sich umfassendes, zusätzliches Fachwissen sowie weitere Kompetenzen für die berufliche Tätigkeit aneignen möchten. Diese Studiengänge sind modular oder als kompakte Einheit aufgebaut und erfordern ein hohes Engagement der Studierenden.

MAS Business Communications

Das Berufsfeld Kommunikation ist in starker Professionalisierung, Dynamisierung und Ausdifferenzierung begriffen. Zunehmend gefragt sind Business-Kompetenzen, Leadership-Qualitäten und Macherpersönlichkeiten. Übernehmen Sie die Regie für Ihr berufliches Weiterkommen und lassen Sie sich von einem Studium begeistern, das alle Register Ihres Potenzials zieht.

Das Programm mit den richtigen Akzenten

Anders als noch vor wenigen Jahren wird von Kommunikatorinnen und Kommunikatoren mit verantwortungsvollen, interessanten Aufgaben in der Regel ein Hochschulabschluss verlangt. Qualifizierte Erfahrung reicht für interessante, spannende Herausforderungen des komplexen Kommunikationsmarktes nicht mehr aus. Die Integration bereits vorhandener Kenntnisse in den übergeordneten Zusammenhang der aktuellen Kommunikationslehre ist für all diejenigen die richtige Strategie, die sich in der sich ständig verändernden Kommunikationslandschaft glaubwürdig eine Poleposition sichern wollen.

Unser MAS Business Communications ist seit 2007 die konsequente Weiterbildungsoption. Aktuelles, praxisnahes Know-how wird Ihnen vor dem Hintergrund der massgebenden Kriterien moderner Unternehmensführung vermittelt. Sie lernen, die Anwendung zeitgemässer Kommunikationsinstrumente in einen grösseren strategischen Zusammenhang zu stellen, und können diese Erkenntnisse in der von Ihnen bevorzugten Vertiefungsrichtung auf Ihre konkreten beruflichen Ziele ausrichten.

Ihr Nutzen

- ✓ Flexible Studiengangsgestaltung
- ✓ Wissenschaftliche Basis mit Theorie und Empirievermittlung
- ✓ Maximaler Praxisbezug
- ✓ Berufsbegleitend und zeitergonomisch für Privat- und Berufsleben
- ✓ Steigerung des Marktwertes
- ✓ Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit

Facts & Figures

Abschluss

«Master of Advanced Studies ZFH in Business Communications»

Anerkennung

60 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang. 100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Studienbeginn ist jeweils im Februar. Nach Absprache ist auch ein Einstieg im Herbstsemester möglich. Die Studiendaten finden Sie auf der Website.

Dauer

5 Semester (4 CAS mit über 80 Tagen Präsenzunterricht sowie 1 Semester für die Master Thesis).

Sprache

Die Unterrichtssprache ist Deutsch. Gute Englisch-Kenntnisse sind von Vorteil.

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 26 Teilnehmende.

Studienort

Das Studium findet im Gebäude «Sihlhof» im Herzen von Zürich statt. Der Sihlhof befindet sich direkt beim Hauptbahnhof, im trendigen Stadtteil der Europaallee.

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Website

www.fh-hwz.ch/mascom

Mit dem 16i-Modell zum Erfolg

Ziele und Perspektiven

Ziel dieses Studiums ist es, dass Sie ein integriertes, managementorientiertes Verständnis für und von Kommunikation erlangen.

Als Absolventin, als Absolvent des MAS Business Communications der HWZ sind Sie für Kader- und Expertenpositionen in folgenden Bereichen qualifiziert:

- Unternehmenskommunikation: Kommunikationsleitung/Stakeholder Relations, Medienarbeit, Mitarbeiterkommunikation und HR, Krisenkommunikation, Change Communications, Finanzkommunikation, Public Affairs
- Marketing-Kommunikation: Werbung, Verkauf, Customer Relations Management, Sponsoring, Corporate Publishing, Event Management, Marktforschung, Product Management
- Linien-, Stabs- und Projektmanagementfunktionen in allen Branchen
- Kommunikationsgeprägte Funktionen in der öffentlichen Verwaltung, in der Politik, in Verbänden und Non-Profit-Organisationen
- (Wirtschafts-)Journalismus
- Unternehmensberatung

Teilnehmende

Das Studium richtet sich an Kommunikationsfachleute, die sich aufgrund einer entsprechenden Vorbildung und einer qualifizierten Berufserfahrung im Bereich Kommunikation auf höherer Stufe in fachlicher, methodischer und persönlicher Hinsicht fundiert weiterbilden wollen.

Den Begriff Kommunikation fassen Sie bewusst breit, unter Einbezug aller Anspruchsgruppen und Funktionen. Sie sind eine dialogstarke Persönlichkeit und wissen Ihre konzeptionellen Stärken und Ihr interdisziplinäres Denken zielgerichtet einzusetzen. Sie streben weitere Führungsverantwortung oder fachliche Herausforderungen an. Mit Blick auf Ihre spezifischen Karriereziele möchten Sie sich in einer konkreten Fachrichtung vertiefte Kompetenzen aneignen. Sie verbessern Ihre «On the Job»-Performance und verleihen Ihrem bisherigen erfolgreichen Berufsleben einen zusätzlichen Karriereschub.

Zulassung

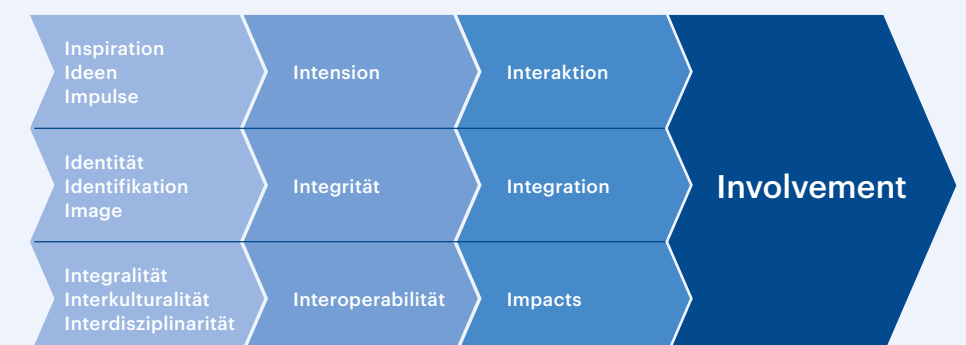
Entscheidend für die Zulassung sind Vorbildung, Berufserfahrung und Führungspraxis.

- Personen mit vorhergehendem Studium wie einem Bachelor oder einem äquivalenten Abschluss (HWV, FH, Uni, ETH etc.) und mindestens zwei Jahren studienrelevanter Berufs- und Führungserfahrung.
- Personen mit Abschlüssen von TS, HF und höheren Fachprüfungen mit eidg. Diplom können «sur dossier» aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre studienrelevante Berufs- und Führungserfahrung verfügen.

Das 16i-Modell der Business Communications

Das vom Center for Communications ausgearbeitete Modell dient als Denkraster für eine wirkungsbezogene Unternehmenskommunikation. Es stellt die wesentlichen Dimensionen dar, in denen die Business Communications ihren Beitrag leisten kann. Überdacht Ziel ist internes und externes Involvement im Sinne des Miteinbeziehens, des Mitwirkens.

(Quelle: eigene Darstellung)



Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Dieses Studium qualifiziert Sie für vielfältige Kaderaufgaben in der Unternehmens- und Marketing-Kommunikation sowie in kommunikationsintensiven Managementfunktionen.

Integraler Ansatz

Das Studium ist in vier Präsenzmodule gegliedert und schliesst mit einer Master Thesis ab. Was den MAS Business Communications der HWZ als Studiengang auszeichnet, ist sein mehrdimensionaler konzeptioneller Ansatz: Unternehmensführung, strategisches und operatives Fachwissen sowie Spezialisierung werden in einer Kompetenzdichte und -breite integriert, die wegweisend sind. Hier sind Sie definitiv richtig, wenn Sie Ihre Weiterbildungszeit nicht nur zum Rosinenpicken, sondern auch zum Vorwärtskommen nutzen wollen.

Die Module sind in sich geschlossene, thematische Lehrgänge in Form von Certificates of Advanced Studies (CAS). Diese verlaufen im halbjährlichen Semesterrhythmus und unterliegen je eigenständigen Leistungsnachweisen mit Abschlusszertifikat. Nach Absprache können die Module in individueller Abfolge belegt werden. Jedes Modul (CAS) ist auch einzeln, ohne Verpflichtung zur Absolvierung des MAS, buchbar.

Interdisziplinäre Umsetzung

Alle Inhalte werden nach neuesten Lernmethoden und in vernetzter Anwendung vermittelt und gemeinsam behandelt. Vorträge, Fallbeispiele und Fachdebatten – auch im Rahmen von Exkursionen und Gastvorlesungen – prägen den Präsenzunterricht.

Im Selbststudium, in Gruppenarbeiten und mit begleitetem Lernen wird das erworbene Fachwissen reflektiert und angewendet. Die unterschiedlichen Denkart und Berufswelten der Teilnehmenden sind eine wichtige Bereicherung für die gesamte Lernerfahrung. Der hohe Praxisbezug und die hoch qualifizierte Weiterbildung ermöglichen es Ihnen, Beruf und Studium optimal zu kombinieren und das Gelernte unmittelbar im eigenen Unternehmen anzuwenden.

Übersicht Studium MAS Business Communications



Modulbeschriebe

CAS Unternehmensführung

Sie erhalten einen umfassenden Einblick in die für Kommunikationsfachleute relevanten Themen der Unternehmensführung.

Sie erweitern Ihre Kompetenzen in der strategischen, personellen, finanziellen, organisatorischen und ethischen Führung von Organisationen und deren Bereichen. Sie begegnen internen und externen Entscheidungsträgerinnen und -trägern auf Augenhöhe und als adäquate Gesprächspartner für unternehmerisches Werken und Wirken. Sie erwerben die Fähigkeiten, Kommunikationsverantwortung aus Leadership-Optik kompetent zu übernehmen und alle anderen Aspekte der Kommunikation in Relation zu diesen übergeordneten Rahmenbedingungen zu stellen. Sie verstehen das Geschäftsmodell Ihrer Organisation oder Ihres Partnerunternehmens und können Ihre Kommunikationsanstrengungen auf die Unterstützung des Kerngeschäfts massgeschneidert ausrichten.

Fazit

Sie beurteilen betriebswirtschaftliche Situationen ganzheitlich und vernetzt, denken, reagieren und agieren unternehmerisch.

www.fh-hwz.ch/casunt

CAS Strategisches Kommunikationsmanagement

Sie kümmern sich um die kommunikative Wertschöpfung für Ihre Organisation, Partner oder Kunden. Sie schaffen sich eine integrale Grundlage für die tragfähige Ausrichtung und die strategische Gestaltung eigener oder fremder Kommunikationsanstrengungen.

Sie verstehen und nutzen die Unternehmenskommunikation als Werttreiber und leisten einen wichtigen Beitrag zum langfristigen Erfolg Ihrer Organisation. Sie setzen sich intensiv mit der geplanten Gestaltung und Optimierung von Kommunikationsprozessen auseinander. Sie erarbeiten intelligente Lösungen und Vorgehensweisen durch die Verknüpfung strategischer Themenfelder wie z. B. Branding, Communications Controlling, Projektmanagement, Change Management und Crisis Communications.

Fazit

Sie fokussieren sich auf erfolgreiches Management durch Kommunikation und ermöglichen ein professionelles Management der Kommunikation.

www.fh-hwz.ch/casskm

CAS Corporate Communications

Sie gestalten und orchestrieren das gesamte Instrumentarium der operativen Kommunikation. Für börsen- oder nicht börsenkotierte Unternehmen, für Verwaltungen, Behörden, NPOs, NGOs, Privatunternehmen und Verbände. Auf Kunden- oder Agenturseite. Für kurz- und langfristige, interne und externe Kommunikationsherausforderungen. Sie orientieren sich dabei einerseits an Erfolgsmodellen oder -methoden (Best Practice) und andererseits am aktuellen und modernen Stand der Technik (State of the Art).

Gemeinsam etablieren Sie eine systematische Vorgehensweise, fokussieren sich auf die gewünschte Wirkung, denken in Alternativen, berücksichtigen mögliche Szenarien, entwickeln Varianten, wählen das chronologisch sinnvollste Vorgehen aus und definieren den dafür notwendigen Kommunikationsmix. Im Zentrum Ihres Tuns steht das konzeptionelle Denken und Handeln.

Fazit

Sie etablieren adäquate, tragfähige und erfolgreiche Vorgehensweisen für die Lösung von Kommunikationsproblemen oder -aufgaben.

www.fh-hwz.ch/cascoc

Master Thesis

Die Master Thesis führt die Idee «unternehmerisch denkende und handelnde Kommunikation» des MAS Business Communications konsequent weiter. Wissenschaftlich fundiert und gleichzeitig praxisbezogen bearbeiten Sie ein Kommunikationsthema Ihrer Wahl.

Die Master Thesis ist Herausforderung und Möglichkeit zugleich, einen individuellen Akzent zu setzen und echten Mehrwert zu generieren. Entsprechend nutzen viele Studierende diese Chance und bearbeiten eine Fragestellung, die das eigene Unternehmen oder Umfeld aktuell bewegt, ein Projekt initialisiert oder voranbringt.

Zusammen mit der Fachstelle für Forschung schaffen wir die notwendige Ausgangslage, damit Sie Ihr persönliches Projekt «Master Thesis» erfolgreich konzipieren, planen und durchführen können. Eine Fachperson begleitet und betreut Sie dabei.

Ihre Experten

Dozierende

Die Dozierenden sind namhafte Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Wissenschaft. Mit ihrer Unterrichtserfahrung in Master-Studien stellen sie einen aktuellen, praxisnahen und anwendungsorientierten Unterricht sicher und tragen damit entscheidend zu einer hohen Qualität des Studiums bei.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Dr. iur. Adriano Margiotta
General Counsel, Valora Holding AG

Matthias Mölloney
Leiter Center Human Resources Management & Leadership, HWZ

Prof. Dr. Sybille Sachs
Leiterin Institut für Strategisches Management: Stakeholder View, HWZ

Martin Kägi
Partner, KW + P Management Consultants AG

Sabina Weber Sauser
Ragotti & Weber, Verwaltungsrätin

Stefan Vogler
Markenexperte, markenexperte.ch

Arno Ehret
Beratung & Coaching, TeamWork Ehret

Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch
Leiter Center for Accounting & Controlling, HWZ

Dr. Mareike Ahlers
Geschäftsführende Gesellschafterin, Prof. Bruhn & Partner AG

Nathalie Glaus
Rechtsanwältin und Notarin, Glaus & Partner Rechtsanwälte

Partner

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
Das MAZ ist die führende Journalistenschule der deutschen Schweiz. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen für Medienschaffende an. Die Abteilung Kommunikation trainiert Führungskräfte in Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie Kommunikationsverantwortliche z. B. in professioneller Medienarbeit, visueller Kommunikation und Rhetorik und Moderation. Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Dokumentieren kann sie das MAZ u. a. mit dem Label «Recognised for excellence» der European Foundation for Quality Management, EFQM. www.maz.ch

Schweizerische Text Akademie
Seit über 15 Jahren fördert die Stiftung Schweizerische Text Akademie die konsequente Professionalisierung der Schreibberufe. Dazu entwickelt und bietet sie Studiengänge für Berufsschreibende wie Corporate Writer, Marketing Writer und Publizisten sowie für Manager und Mitarbeitende öffentlicher Verwaltungen. Zusammen mit der HWZ führt die Akademie die Fachstelle für Schreiben und Publizieren. www.textakademie.ch

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihrem bisherigen Rucksack aus Aus- und Weiterbildung sowie Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengestellten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen, teilen und erweitern können.

«Dieser vielseitige MAS hat mich fachlich und auch persönlich weitergebracht; so war ich bestens auf meinen neuen Job vorbereitet.»

Catharina Fingerhuth
Stv. Leiterin Kommunikation, Finanzdepartement Stadt Zürich



Ihr Kontakt



Studiengangsleiter

Stefan Eggenberger
Betriebsökonom FH, eidg. dipl. PR-Berater, Master of Advanced Studies ZFH in Communication Management and Leadership, Master of Advanced Studies ZFH in Project Management

Stefan Eggenberger, Leiter Weiterbildung Kommunikation an der HWZ, begann seine berufliche Tätigkeit als Leiter des Ressorts Public Relations der Zürich Versicherungen Schweiz. Danach übernahm er die Geschäftsführung der AZ & Partner AG, Unternehmensberatung für Marketing und Kommunikation in Zürich. Anschliessend trat er, nach einem längeren Auslandsaufenthalt, in die Geschäftsleitung der Toby E. Rodes Consultants AG, Agentur für internationale Kommunikation und Marketing, in Basel ein. Später gründete er das Beratungsunternehmen Conclusiocom und leitete das Public Relations Department der FIFA, Fédération Internationale de Football Association. Er ist Mitglied des Schweizerischen Public Relations Verbandes SPRV, langjähriger Berater, Dozent, Kursleiter und Prüfungsexperte.

Stefan Eggenberger
stefan.eggenberger@fh-hwz.ch



Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte ans Master-Sekretariat: 043 322 26 88, master@fh-hwz.ch

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen
Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/mascom

«Die flexible Struktur des Studiums kam mir sehr entgegen, ich konnte Familie, Beruf und Weiterbildung gut unter einen Hut bringen. Während des Studiums habe ich viele Kontakte fürs Leben geknüpft.»

Doris Quaderer
Chefredaktorin Liechtensteiner Volksblatt, Schaan

MAS Live Communication

Prägende Ereignisse und positive Erlebnisse wirken nachhaltig und bleiben unvergessen. Sie stärken die wertvollen Beziehungen zu Mitarbeitenden, Kunden, Aktionären, Partnern und Lieferanten. Die Live Communication schafft die besten Möglichkeiten dafür – integral, crossmedial, multisensorisch.

Ereignisse als Erlebnisse gestalten und inszenieren

Ein Studienablauf mit flexibler Variantengestaltung und grösstmöglicher Modularität zeichnet den MAS Live Communication ebenso aus wie die bewährte Zusammenarbeit mit der Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur (HTW) und der Höheren Fachschule für Tourismus (HFT) Graubünden. Im Fokus stehen ein integraler Managementansatz und eine multisensorische Markeninszenierung.

Des Weiteren profitieren Sie von:

- der unternehmerischen Ausrichtung und Prägung.
- der Kombination von strategischem und operativem Kommunikationsmanagement.
- der Anwendungsorientierung kombiniert mit Best Practice.
- einem attraktiven Netzwerk.
- der integrierten Betrachtung und Nutzung der neuesten Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis.

Ihr Nutzen

- ✓ Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit und der Marktattraktivität.
- ✓ Kompetenzen der Unternehmensführung als Background und Basis für übergeordnete Entscheidungen in der Live Communication.
- ✓ Erweiterung und Festigung der operativen Kompetenzen in Corporate Communications und Live Communication.
- ✓ Verstärkung des interdisziplinären, konzeptionellen Denkens und Handelns.

Facts & Figures

Abschluss

«Master of Advanced Studies ZFH in Live Communication»

Anerkennung

63 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Nach Absprache ist ein Einstieg im Frühlings- oder Herbstsemester möglich. Die Studiendaten finden Sie auf der Website.

Dauer

5 Semester (4 CAS und 1 Semester für die Master Thesis)

Sprache

Die Unterrichtssprache ist Deutsch. Gute Englischkenntnisse sind von Vorteil.

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 26 Teilnehmende.

Studienort

Zürich: Sihlhof (direkt beim HB)
HTW: Samedan, Chur, St. Gallen, Gstaad, Zürich und Arosa

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Website

www.fh-hwz.ch/maslivecom

MAS Live Communication

«Licence to thrill»

Ziele und Perspektiven

Dieser Studienabschluss qualifiziert Sie für vielfältige Kaderaufgaben in der Unternehmens- und Marktkommunikation sowie im Event Management, im Sponsoring und im Messebereich. Sie werden wahrgenommen als Macherin und Macher, die mit ihrer «Licence to Thrill» Organisationen, Marken und deren Erlebniswelten systematisch, sympathisch und wirkungsvoll orchestrieren.

Teilnehmende

Das Studium richtet sich an Berufsleute aus allen Fachbereichen der Live Communication sowie aus angrenzenden Bereichen der Kommunikation, des Marketings und des HR, sei dies

- in Unternehmen,
- in Agenturen und Beratungsfirmen,
- bei Veranstaltern,
- in Tourismus/Hotellerie,
- für PCOs (Professional Congress Organizers),
- bei Verbänden und anderen Non-Profit-Organisationen,
- sowie bei der öffentlichen Verwaltung.

Sie interessieren sich für ein Studium mit internationaler Perspektive und den richtigen Akzenten und wollen

- die Instrumente der Live Communication strategisch und vernetzt mit den klassischen Kommunikationsinstrumenten einsetzen.
- «Live Communication»-Projekte, -Aktivitäten und -Kampagnen konzeptionell, gestalterisch, zeitgerecht und wirtschaftlich optimal entwickeln, realisieren und vermarkten.
- Marken, Produkte und Dienstleistungen wirkungsvoll in Szene setzen.

Zulassung

Hochschulabschluss und mindestens zwei Jahre studienrelevante Berufserfahrung, «sur dossier»-Zulassung möglich (z. B. Personen mit Abschlüssen von TS, HF oder eidg. Diplomen) plus fünf Jahre Berufserfahrung.

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Live Communication schafft faszinierende Möglichkeiten, Marken als Erlebniswelten zu inszenieren und zu verankern. So werden Ideen, Produkte, Programme und Kampagnen berührend, sensibilisierend und aktivierend vermittelt und Identifikations- und Zugehörigkeitspotenziale intensiver genutzt.

Integraler Ansatz

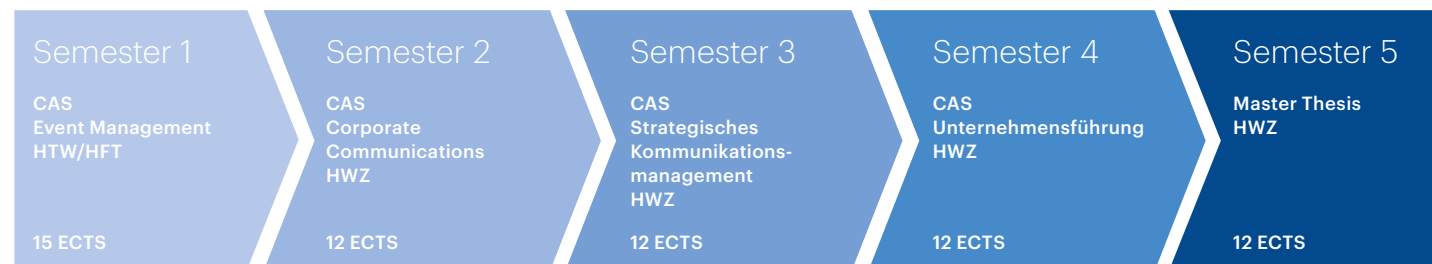
Der Studiengang MAS Live Communication ist semesterunabhängig aufgebaut und besteht aus einem Spezialisten-CAS, zwei Management-CAS und einem Kontext-CAS.

Aktuelles, praxisnahes Know-how wird Ihnen vor dem Hintergrund der massgebenden Kriterien moderner Unternehmensführung vermittelt. Auf dieser Basis lernen Sie, die Anwendung zeitgemässer Kommunikationsinstrumente in einen grösseren strategischen Zusammenhang zu stellen, und können diese Erkenntnisse in der vielseitigen Welt der Live Communication wirkungsvoll nutzen.

- CAS Event Management (HTW/HFT)
- CAS Unternehmensführung (HWZ)
- CAS Strategisches Kommunikationsmanagement (HWZ)
- CAS Corporate Communications (HWZ)

Das Studium wird mit einer Master Thesis zum Thema Live Communication abgeschlossen.

Übersicht Studium MAS Live Communication



Modulbeschriebe

CAS Event Management (HTW)

Sie eignen sich das notwendige Wissen im Fachgebiet Sport-, Kultur- und Corporate Eventmanagement an, um selbstständig oder im Team Events jeglicher Art professionell zu planen und durchzuführen. Zusätzlich erhalten Sie spezifisches Fachwissen in den Bereichen Sponsoring und Projektmanagement.

In den ersten Modulen setzen Sie sich intensiv mit theoretischen Kenntnissen, Methoden und Modellen auseinander. Ihre Erkenntnisse werden Sie in den Folgemodulen, die an verschiedenen Standorten und mit diversen Partnern durchgeführt werden, direkt, praxisbezogen und praktisch einbringen. Gemeinsam erarbeiten Sie strategische, organisatorische und marketingspezifische Aspekte des Eventmanagements.

Fazit

Sie positionieren und profilieren erfolgreich Organisationen und Produkte in der heutigen Erlebnisgesellschaft und kümmern sich um die richtige Dosierung der Markenemotionalisierung.

www.fh-hwz.ch/casevm

CAS Unternehmensführung (HWZ)

Sie erhalten einen umfassenden Einblick in die für Kommunikationsfachleute relevanten Themen der Unternehmensführung.

Sie erweitern Ihre Kompetenzen in der strategischen, personellen, finanziellen, organisatorischen und ethischen Führung von Organisationen und deren Bereichen. Sie begegnen internen und externen Entscheidungsträgerinnen und -trägern auf Augenhöhe und als adäquate Gesprächspartner für unternehmerisches Werken und Wirken. Sie erwerben die Fähigkeiten, Kommunikationsverantwortung aus Leadership-Optik kompetent zu übernehmen und alle anderen Aspekte der Kommunikation in Relation zu diesen übergeordneten Rahmenbedingungen zu stellen. Sie verstehen das Geschäftsmodell Ihrer Organisation oder Ihres Partnerunternehmens und können Ihre Kommunikationsanstrengungen auf die Unterstützung des Kerngeschäfts massgeschneidert ausrichten.

Fazit

Sie beurteilen betriebswirtschaftliche Situationen ganzheitlich und vernetzt, denken, reagieren und agieren unternehmerisch.

www.fh-hwz.ch/casunt

CAS Strategisches Kommunikationsmanagement (HWZ)

Sie kümmern sich um die kommunikative Wertschöpfung für Ihre Organisation, Partner oder Kunden. Sie schaffen sich eine integrale Grundlage für die tragfähige Ausrichtung und die strategische Gestaltung eigener oder fremder Kommunikationsanstrengungen.

Sie verstehen und nutzen die Unternehmenskommunikation als Werttreiber und leisten einen wichtigen Beitrag zum langfristigen Erfolg Ihrer Organisation. Sie setzen sich intensiv mit der geplanten Gestaltung und Optimierung von Kommunikationsprozessen auseinander. Sie erarbeiten intelligente Lösungen und Vorgehensweisen durch die Verknüpfung strategischer Themenfelder wie z. B. Branding, Communications Controlling, Projektmanagement, Change Management und Crisis Communications.

Fazit

Sie fokussieren sich auf erfolgreiches Management durch Kommunikation und ermöglichen ein professionelles Management der Kommunikation.

www.fh-hwz.ch/casskm

Modulbeschriebe

CAS Corporate Communications (HWZ)

Sie gestalten und orchestrieren das gesamte Instrumentarium der operativen Kommunikation. Für börsen- oder nicht börsennotierte Unternehmen, für Verwaltungen, Behörden, NPOs, NGOs, Privatunternehmen und Verbände. Auf Kunden- oder Agenturseite. Für kurz- und langfristige, interne und externe Kommunikationsherausforderungen. Sie orientieren sich dabei einerseits an Erfolgsmodellen oder -methoden (Best Practice) und andererseits am aktuellen und modernen Stand der Technik (State of the Art).

Gemeinsam etablieren Sie eine systematische Vorgehensweise, fokussieren sich auf die gewünschte Wirkung, denken in Alternativen, berücksichtigen mögliche Szenarien, entwickeln Varianten, wählen das chronologisch sinnvollste Vorgehen aus und definieren den dafür notwendigen Kommunikationsmix. Im Zentrum Ihres Tuns steht das konzeptionelle Denken und Handeln.

Fazit

Sie etablieren adäquate, tragfähige und erfolgreiche Vorgehensweisen für die Lösung von Kommunikationsproblemen oder -aufgaben.

www.fh-hwz.ch/cascoc

Master Thesis

Die Master Thesis führt die Idee «Ereignisse zu Erlebnissen zu machen» des MAS Live Communication konsequent weiter. Wissenschaftlich fundiert und gleichzeitig praxisbezogen bearbeiten Sie ein «Live Communication»-Thema Ihrer Wahl.

Die Master Thesis ist Herausforderung und Möglichkeit zugleich, einen individuellen Akzent zu setzen und echten Mehrwert zu generieren. Entsprechend nutzen viele Studierende diese Chance und bearbeiten eine Fragestellung, die das eigene Unternehmen oder Umfeld aktuell bewegt, ein Projekt initialisiert oder voranbringt.

Zusammen mit der Fachstelle für Forschung schaffen wir die notwendige Ausgangslage, damit Sie Ihr persönliches Projekt «Master Thesis» erfolgreich konzipieren, planen und durchführen können. Eine Fachperson begleitet und betreut Sie dabei.

Fazit

Sie kümmern sich um Ihren Markenwert und erbringen den persönlichen Nachweis einer selbstständig erarbeiteten, wissenschaftlich abgestützten, qualitativ hochwertigen und anwendungsorientierten Leistung.

Ihre Experten

Dozierende

Die Dozierenden sind namhafte Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Wissenschaft. Mit ihrer Dozentenerfahrung in Master-Studien stellen sie einen aktuellen, praxisnahen und anwendungsorientierten Unterricht sicher und tragen damit entscheidend zur hohen Qualität des Studiums bei.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Dr. Mareike Ahlers
Geschäftsführende Gesellschafterin
Prof. Bruhn & Partner AG

Hans Willy Brockes
Mitinhaber & Geschäftsführer,
ESB Marketing Consult AG

Nathalie Glaus
Rechtsanwältin und Notarin
Glaus & Partner Rechtsanwältinnen

Luzi Heimgartner
Studiengangsleiter CAS Event Management FHO, Academia Engiadina

Martin Kägi
Partner, KW + P Management Consultants AG

Prof. Roland Köppel
Studiengangsleiter & Dozent
HTW Chur

Dr. iur. Adriano Margiotta
General Counsel, Valora Holding AG

Prof. Dr. Sybille Sachs
Leiterin Institut für Strategisches Management, HWZ

Stefan Vogler
Markenexperte, markenexperte.ch

Partner

HTW Chur, Hochschule für Technik und Wirtschaft
www.htwchur.ch

HFT Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden
www.hftgr.ch

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihrem bisherigen Rucksack aus Aus- und Weiterbildung sowie Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengesetzten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen, teilen und erweitern können.



Exklusive Empfehlung

Der Studiengang wurde im Auftrag der EXPO EVENT LiveCom Association von einem unabhängigen Fachbeirat unter der Leitung von Prof. Dr. Manfred Bruhn der Universität Basel evaluiert und begutachtet.
www.expo-event.ch



Studiengangsleiter

Stefan Eggenberger

Betriebsökonom FH, eidg. dipl. PR-Berater, Master of Advanced Studies ZFH in Communication Management and Leadership, Master of Advanced Studies ZFH in Project Management

Stefan Eggenberger, Leiter der Weiterbildung Kommunikation an der HWZ, begann seine berufliche Tätigkeit als Leiter des Ressorts Public Relations der Zürich Versicherungen Schweiz. Danach übernahm er die Geschäftsführung der AZ & Partner AG, Unternehmensberatung für Marketing und Kommunikation in Zürich. Anschliessend trat er, nach einem längeren Auslandsaufenthalt, in die Geschäftsleitung der Toby E. Rodes Consultants AG, Agentur für internationale Kommunikation und Marketing, in Basel ein. Später gründete er das Beratungsunternehmen Conclusiocom und leitete das Public Relations Department der FIFA, Fédération Internationale de Football Association. Er ist Mitglied des Schweizerischen Public Relations Verbandes SPRV, langjähriger Berater, Dozent, Kursleiter und Prüfungsexperte.

Stefan Eggenberger
stefan.eggenberger@fh-hwz.ch



Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte ans Master-Sekretariat: 043 322 26 88, master@fh-hwz.ch

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/maslivecom

«Organisationstalent, Erfahrung und Leidenschaft sind wichtige Faktoren in der Live Communication. Und Fachwissen ist die richtige Ergänzung für professionelles Wirken.»

Beatrice Trachsel
Inhaberin und Geschäftsführerin, Eventicum AG

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Der Zertifikatslehrgang CAS ist ein eigenständiger Abschluss, der auch Teil eines MAS sein kann (modulares System). Ein CAS bietet spezifisches Wissen zu einem bestimmten Thema und richtet sich an Personen, die eine Zusatzqualifikation in einem Fachbereich erwerben möchten.

CAS Corporate Communications

Alle Zeichen stehen auf integrierte Kommunikation. Entsprechend wandelt sich das Handwerk. Die Digitalisierung, immer neue Formen und Formate der Kommunikation und die Erwartungen Ihrer Kunden, Mitarbeitenden, Vorgesetzten und anderer Bezugsgruppen machen Ihre Profession zu einem der faszinierendsten und anspruchsvollsten Betätigungsfelder. Dabei gilt es, strategische Aspekte und Macherqualitäten mit interdisziplinären Denk- und Handlungsansätzen zu vereinen und in crossmedial sachgerechte Kommunikationslösungen zu überführen. Mit dem Zertifikatslehrgang CAS Corporate Communications erhalten Sie das Rüstzeug dafür.

Eine Kombination von Best Practice und State of the Art

Sie lernen, die Dialog- und Integrationsfähigkeit Ihrer Organisation zu unterstützen und so zu deren Wertschöpfung beizutragen. Ob in der Privatwirtschaft, öffentlichen Verwaltung, Politik oder in Verbänden oder Non-Profit-Organisationen: Am Ende geht es in der Kommunikation immer und überall darum, für interne und externe Anspruchsgruppen den richtigen Massnahmenmix zu entwickeln bzw. die gewünschte Wahrnehmung mit zeitgemässen Methoden und Instrumenten bei den relevanten Zielgruppen zu verankern.

Der CAS Corporate Communications verschafft Ihnen dazu den Überblick. Sie erkennen kommunikative Chancen und Risiken und treffen die richtigen Schlussfolgerungen für eine nachhaltig wirksame Kommunikation.

Der CAS ist u. a. an die Studiengänge MAS Business Communications, DAS Business Communications und DAS Consumer Communications der HWZ anrechenbar.

Ihr Nutzen

- ✓ Brücke zwischen wissenschaftlicher Expertise und unternehmerischer Praxis
- ✓ Kombination von Best Practice und State of the Art
- ✓ Ziel- und Wirkungsorientierung
- ✓ Steigerung Ihrer beruflichen Wettbewerbsfähigkeit
- ✓ Fit für anspruchsvolle Aufgaben

Facts & Figures

Abschluss

«Certificate of Advanced Studies ZFH in Corporate Communications»

Anerkennung

15 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Kompaktlehrgang (Bestandteil des MAS):
Januar

Standardlehrgang (in sich abgeschlossen):
April und September

Die genauen Studiendaten finden Sie auf der Website.

Dauer

CAS Corporate Communications Kompakt: 18 Präsenztage und 12 ECTS-Kreditpunkte

CAS Corporate Communications Standard: 23 Präsenztage und 15 ECTS-Kreditpunkte

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 26 Teilnehmende.

Studienort

Das Studium findet im Gebäude «Sihlhof» im Herzen von Zürich statt. Der Sihlhof befindet sich direkt beim Hauptbahnhof, im trendigen Stadtteil der Europaallee.

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Website

www.fh-hwz.ch/cascoc

CAS Corporate Communications

Wahrnehmungen ziel- und wirkungsorientiert managen

Ziele und Perspektiven

- Sie sind in der Lage, hochaktuelle Unternehmenskommunikationsmassnahmen über sämtliche Kanäle zu entwickeln und zu managen.
- Sie kennen die Funktionen, Beziehungsfelder und Teilbereiche der Corporate Communications.
- Sie kennen die Methodik der strategischen Unternehmenskommunikation und können konkrete Problemstellungen konzeptionell angehen.
- Sie erkennen die spezifischen Kommunikationsbedürfnisse von internen und externen Dialog- und Anspruchsgruppen.
- Sie eignen sich Beratungs- und Führungskompetenzen an, um Kommunikationsprozesse erfolgreich zu gestalten und Botschaften zu vertreten.
- Sie können die gängigen Kommunikationsinstrumente nach innen und aussen sinnvoll koordinieren und einsetzen und mit externen Fachpartnern erfolgreich zusammenarbeiten.
- Nach dem erfolgreichen Abschluss weisen Sie zusätzliches Rüstzeug auf, um eine verantwortungsvolle Spezialisten- oder Führungsfunktion im Bereich Marketing/Kommunikation zu übernehmen.

Teilnehmende

Der Studiengang richtet sich an (leitende) Mitarbeitende mit direkten oder angrenzenden Aufgaben in der Unternehmens- oder Marketing-Kommunikation aus:

- Grossunternehmen
- KMUs
- Agenturen
- Öffentlichen Betrieben
- NGOs
- NPOs

Angesprochen sind ambitionierte Menschen, die ihre Fähigkeiten im Bereich Unternehmens- und Marketing-Kommunikation auf höherer Stufe fachlich fundiert, methodisch und persönlich verbessern oder auf den neuesten Stand bringen wollen. Der CAS Corporate Communications eignet sich für Fachleute mit und ohne Führungserfahrung und Professionals, welche Unternehmens- und Marketing-Kommunikationsaufgaben heute oder in Zukunft verantworten.

Zulassung

Zugelassen zum berufsbegleitenden Studiengang CAS Corporate Communications sind Personen, die mindestens einen Bachelor haben. Zusätzlich wird von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine mindestens zweijährige berufliche Tätigkeit im Bereich der Kommunikation erwartet.

Andere Abschlüsse können «sur dossier» zugelassen werden, wenn die berufliche Erfahrung inhaltlich adäquat ist.

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Der interdisziplinäre Studiengang behandelt die aktuelle Unternehmenskommunikation umfassend und verbindet Theorie und Praxis. Er zeigt das theoretische Fundament zur Perfektionierung der Kommunikation und vermittelt erfolgreiche Lösungen aus der Praxis.

Interdisziplinär und integral

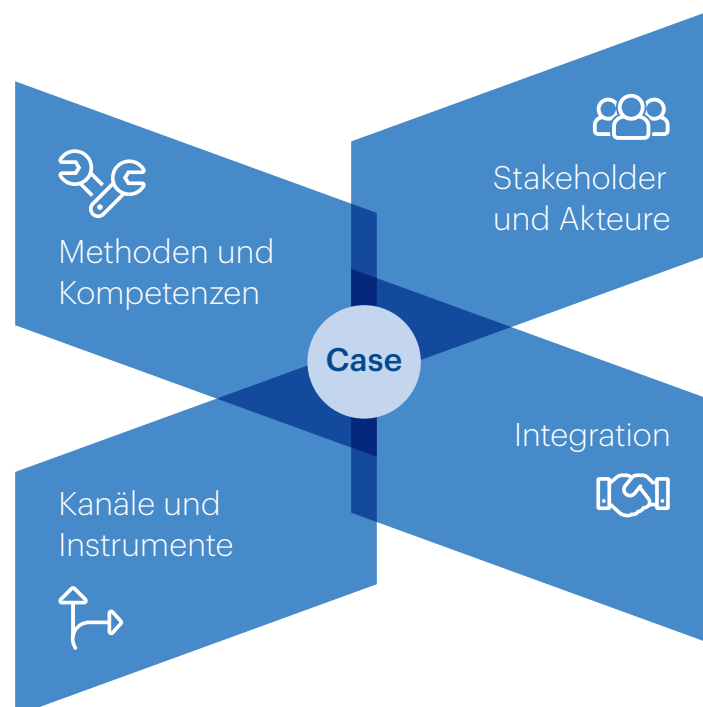
Der CAS Corporate Communications ist in vier Teile gegliedert:

1. Methoden und Kompetenzen
2. Stakeholder und Akteure
3. Kanäle und Instrumente
4. Integration

Die Schlüsselinhalt dieses Studiengangs sind so gewählt, dass das Spannungsfeld, in dem sich die Unternehmenskommunikation heutzutage bewegt, perfekt abgebildet und umfassend behandelt werden kann.

Schlüsselinhalt

- Grundlagen und Modelle der PR
- Kommunikations- und Medienrecht
- Konzeption der operativen Unternehmenskommunikation in einem strategischen Kontext
- Medienarbeit, professionelles Schreiben und Redigieren
- Innerbetriebliche Kommunikation
- Spezialdisziplinen der PR und Corporate Communications (Krisenkommunikation, Investor Relations, Public Affairs, Live Communication, Branding, Sponsoring etc.)
- Integrierte Kommunikation
- Coaching und Gruppenmoderation
- Medien-/Kameratraining (fakultativ)
- Content Marketing und Social Media



Modulbeschriebe

Teil 1: Methodenkompetenz

Im Teil 1 geht es um die Grundlagen der Kommunikation. Dazu gehören ein Blick auf die wissenschaftlichen Grundlagen der Corporate Communications, die gründliche Auseinandersetzung mit der Methodik der Erarbeitung eines Kommunikationskonzepts, ein Textworkshop und Kommunikationsrecht.

- Wissensmethodik im Team
- Wissenschaftliche Grundlagen der Corporate Communications
- Messaging und Content Marketing
- Kommunikationskonzept
- Digitale Kommunikation
- Schreiben und Redigieren
- Kommunikations- und Medienrecht

Teil 2: Stakeholder und Akteure

Teil 2 fasst sich mit interner Kommunikation, mit Medienarbeit, mit Investor Relations und Public Affairs.

- Interne Kommunikation
- Medienarbeit
- Investor Relations
- Public Affairs
- Staat/öffentliche Verwaltung
- NPOs

Teil 3: Kanäle und Instrumente

Im Teil 3 ist von Marketing Communications, von Branding und Sponsoring, aber auch von Corporate Publishing, Online-Kommunikation und Live Communication die Rede.

- Live Communication
- Sponsoring
- Digitale Kommunikation
- Branding
- Marketing Communications

Teil 4: Integration

Teil 4 führt die Erkenntnisse zusammen. Sie können das Erlernte interdisziplinär miteinander verbinden, Wechselbeziehungen erkennen und sinnvoll für Ihr Unternehmen und Ihre Marken nutzen.

- Coaching/Konzeptarbeit
- Smartphone-Film
- Schreiben und Redigieren
- Krisenkommunikation
- Corporate Identity & Reputation Management
- Medientraining (fakultativ)

«Der CAS Corporate Communications vermittelt praxisbezogenes Wissen über eine breite Palette von Kommunikationskanälen und bildet eine ideale Basis für integriertes, strategisches Kommunikationsmanagement.»

Charlotte Schweizer

Abteilungsleiterin Kommunikation bei der FMH, Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte

Ihre Experten

Dozierende

Der Kreis der Dozierenden rekrutiert sich aus Vertretern von führenden Markenartiklern, Marketing-, Werbe-, PR- und Online-Agenturen, Unternehmens- und Kommunikationsberatern sowie Hochschuldozierenden mit reicher Praxiserfahrung und hohem Praxisbezug.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Dominik Allemann
Co-Inhaber & CEO,
Bernet Relations

Dr. Dr. Elisa Bortoluzzi
Beraterin, Dozentin & Autorin,
Sponsoring- und
Kommunikationsberatung

Prof. Dr. Ivo Hajnal
Universität Innsbruck,
Schweizerische Text Akademie

Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann
Professor for Communication
Management, Universität Leipzig

Dr. Marcel Kamm
Geschäftsführer,
kommunikationsplan gmbh

Walter Thomas Lutz
Gründer & Geschäftsführer,
Lutz Public Relations

Dr. Marcus Stumpf
Professor für Marketing und
Markenmanagement,
FOM Hochschule Essen

Marion Tarrach
Beraterin & Trainerin,
Tarrach Kommunikation

Partner

Die HWZ ist bestens mit renommierten Unternehmen aus der Wirtschaft, aber auch mit der öffentlichen Verwaltung und NGOs vernetzt. Dies zeigt sich beispielsweise anhand von echten Aufgabenstellungen, die Sie in Teams für externe Auftraggeber lösen, an Gastrednern an Anlässen und qualifizierten Gastreferenten im Unterricht.

So sind im Laufe der Zeit schon Hunderte von Lösungsvorschlägen von Studierenden der HWZ erarbeitet worden. Nicht wenige davon wurden von den Auftraggebern umgesetzt.

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihrem bisherigen Rucksack aus Aus- und Weiterbildung sowie Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengestellten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen, teilen und erweitern können.

«Erst überzeugt die Leitidee: Aus der Praxis für die Praxis. Dann zeigt sich der Mehrwert durch die konzeptionelle Vernetzung, welche diesen CAS zu einem Erfolgsgarant macht. Täglich kann ich Inhalte in meine Tätigkeiten einbauen und erfolgreich umsetzen. Kurz gesagt: Checked and recommended!»

Glenn Mueller
Chef Realisation Kommunikation Verteidigung,
Eidgenössisches Departement für Verteidigung
Bevölkerungsschutz und Sport VBS

Ihr Kontakt



Studiengangsleiter

Rob Hartmans
Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten

Rob Hartmans studierte Geschichte und Politik an der Universität Zürich, absolvierte an der Universität St. Gallen (HSG) eine BWL-Weiterbildung und blickt auf 30 Jahre Erfahrung in der Kommunikationsbranche zurück. Zuletzt leitete Hartmans während acht Jahren die Helsana-Kommunikation. 2015 machte er sich selbstständig und betreute seither Organisationen und Persönlichkeiten bezüglich Strategie, Kommunikation und Politik. Seit Juli 2018 ist er Partner beim Beratungsunternehmen Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten und berät schwerpunktmässig Kunden aus der Versicherungs- und Pharmabranche.

Rob Hartmans
rob.hartmans@fh-hwz.ch



Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte an das Master-Sekretariat:
043 322 26 88, master@fh-hwz.ch

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Bitte vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf
www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/cascoc

CAS Marketing Communications

Im Spannungsfeld von Märkten, Menschen, Medien und Marken spielen ein strategisches Markenverständnis, differenzierendes Marketing, Kommunikation, das profunde Wissen über alle Kommunikationsinstrumente, Medien, Massnahmen, Mittel und angrenzende Disziplinen die entscheidenden Rollen. Mit dem Certificate of Advanced Studies (CAS) in Marketing Communications erhalten Sie State-of-the-Art-Wissen und aktuelle Praxisinputs als karriererelevante Basis für das moderne Management von Marken und Kundenbeziehungen.

Märkte, Menschen, Medien, Marken

Eine erfolgreiche Karriere in der Marketing-Kommunikation erfordert disziplinenübergreifendes Know-how. Dieses erarbeiten Sie sich theoretisch und mit aktuellen Aufgabenstellungen und Fallbeispielen aus der Praxis. Sie kümmern sich um die differenzierte, nachhaltige und crossmediale Positionierung und Profilierung der Ihnen anvertrauten Marken. Sie behandeln wichtige Schnittstellen zwischen Marketing, Kommunikation und Customer Relationship Management sowie zwischen Unternehmen und Agenturen. Die gewonnenen Erkenntnisse nutzen Sie für die strategische Steuerung von Marken. Dabei nutzen Sie kongruent und stringent alle relevanten Touchpoints, gestalten den richtigen Kommunikationsmix unter besonderer Berücksichtigung der Online-Medien, messen Kommunikationseffizienz und -effektivität mit modernsten Monitoring- und Controlling-Methoden.

Der CAS ist u. a. an den MAS Business Communications und den DAS Customer Communications der HWZ anrechenbar.

Ihr Nutzen

- ✓ Inputs zu Trendthemen
- ✓ Aktuellstes Know-how
- ✓ Moderne Tools
- ✓ Erhöhung Ihrer Kompetenzen als Beraterin, Berater und Macherin, Macher

Facts & Figures

Abschluss

«Certificate of Advanced Studies ZFH in Marketing Communications»

Anerkennung

12 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Der Studiengang beginnt jeweils im August.

Dauer

1 Semester (18 Kurstage)

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 26 Teilnehmende.

Studienort

Das Studium findet im Gebäude «Sihlhof» im Herzen von Zürich statt. Der Sihlhof befindet sich direkt beim Hauptbahnhof, im trendigen Stadtteil der Europaallee.

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Website

www.fh-hwz.ch/casmac

Strategy – Branding – Multichannel Communication

Ziele und Perspektiven

Als Absolventin, Absolvent sind Sie in der Lage, hochaktuelle Marketing-Kommunikationsstrategien, Konzepte und Massnahmen über sämtliche Kanäle zu entwickeln und zu managen. Mit ausgeprägtem Konzept-Know-how und hoher Macherkompetenz ausgestattet, argumentieren Absolventinnen und Absolventen auf Augenhöhe mit internen und externen Partnern aus Geschäftsleitung, Marketing, Kommunikation, Vertrieb und Customer Relationship Management.

Nach dem erfolgreichen Abschluss weisen Sie zusätzliches Rüstzeug auf, um eine verantwortliche Spezialisten- oder Führungsfunktion im Bereich Marketing/Kommunikation zu übernehmen. Dieser Zertifikatslehrgang kann einzeln oder als Wahl-CAS des MAS Business Communications oder des DAS Customer Communications der HWZ belegt werden.

Teilnehmende

Der Studiengang richtet sich an (leitende) Mitarbeitende mit direkten oder angrenzenden Marketing-Kommunikationsaufgaben, B2B und/oder B2C aus:

- Grossunternehmen
- KMU
- Agenturen
- Öffentlichen Betrieben
- NGOs
- NPOs

Angesprochen sind Ambitionierte, die ihre Fähigkeiten im Bereich Marketing-Kommunikation auf höherer Stufe fachlich fundiert, methodisch und persönlich verbessern oder auf den neuesten Stand bringen wollen.

Zulassung

Vorbildung und Berufspraxis entscheiden über die Zulassung zum Studium:

- Hochschulabschluss (HWV, FH, Uni, ETH usw.) sowie mindestens zwei Jahre studienrelevante Berufserfahrung (Haupt- oder Nebenfunktion)
- Personen mit anderen Abschlüssen (eidgenössische Fachausweise oder Fachprüfungen mit eidgenössischem Diplom oder vergleichbare Ausbildungen) können «sur dossier» aufgenommen werden, sofern sie mindestens vier Jahre studienrelevante Berufs- oder Führungserfahrung aufweisen.

«Der Erfolg einer (Digital) Marketing-Strategie lebt von sorgfältig gewählten Zielen und einem guten Tracking System – nicht nur um individualisierte Inhalte auszuspielen, sondern auch um die Effizienz und Effektivität von Investitionen zu prüfen.»

Karin Taheny
Head of Consulting, GL Yourposition by
Debt. & VR Switzerland Global Enterprise
Dozentin «Digital Marketing»

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Integraler Ansatz

Der CAS Marketing Communications folgt einem integralen Ausbildungsansatz im Bereich Marketing-Kommunikation. Er umfasst den gesamten Kreislauf einer Kundenbeziehung. Der didaktische Ansatz folgt dem prozessorientierten Verständnis von Kundenbeziehungen im Spannungsfeld von Märkten, Menschen, Medien und Marken. Er umfasst die strategische Kommunikationsplanung, sämtliche Marketing-Kommunikationsinstrumente und das CRM (Customer Relationship Management). Zusätzliche Themen wie Recht in Marketing und Kommunikation, Interkulturelle Kommunikation oder strukturiertes Verkaufen und Beraten mittels Storytelling vertiefen Ihr Wissen und Ihre persönlichen Kompetenzen.

Schlüsselinhalte

Die Schlüsselinhalte dieses Studiengangs sind so gewählt, dass das Spannungsfeld, in dem sich die Marketing-Kommunikation heutzutage bewegt, perfekt abgebildet und umfassend behandelt werden kann.

- Markenbildung und -führung
- Behavioral Economics, Konsumentenverhalten
- Behavioral Branding im Marketing-Kontext
- Marktforschung/Research/Insight Generation
- Integrierte Kommunikation
- Interkulturelle Kommunikation
- Strategic Communication Planning
- Touchpoint-Analyse
- Big Data, Data-Mining
- Media Planning
- Online-Advertising

- Online-Performance Marketing
- Mobile-Advertising
- Offline-Advertising
- Social Media Management
- Content Marketing
- Dialog Marketing
- Live Communication
- Strukturiertes Verkaufen und Beraten mittels Storytelling
- Customer Relationship Management
- Communications Controlling
- Brand Valuation
- Recht in Marketing und Kommunikation
- Zusammenarbeit von Unternehmen mit Agenturen

In der Zertifikatsarbeit behandeln Sie ein aktuelles Praxisprojekt.

Marketing Communications

Marcom Basics

Behavioral Economics
Integrierte Kommunikation
Behavioral Branding
Interkulturelle Kommunikation
Recht in Marketing und Kommunikation

Communications Controlling

Erfolgsmessung
Return on Investment
Brand Valuation

Customer Development and Retention

Customer Relationship Management

Communications Strategy & Planning

Marktforschung
Segmentierung
Big Data und Data-Mining
Touchpoint-Analyse
Media Planning
Digital Marketing

Consumer Engagement

Content Marketing
Online-/Mobile-Werbung
Social Media Management
Live Communication
Sponsoring
Consumer Engagement Planning

Customer Acquisition

Client Relation Management
Strukturiertes Verkaufen und Beraten mittels Storytelling

Ihre Experten

Dozierende

Der Kreis der Dozierenden rekrutiert sich aus Vertretern von führenden Markenartiklern, Marketing-, Werbe-, PR- und Online-Agenturen, Unternehmens- und Kommunikationsberatern sowie Hochschuldozierenden mit reicher Praxiserfahrung und hohem Praxisbezug.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Christian Aichhorn
Head of Digital Marketing & Social Media
UBS Group

Lennart Hintz
CEO Mediacom (Schweiz) AG

Dr. Christian Huld
Inhaber und Geschäftsführer DataCrea AG

Manuel E. Nappo
Leiter Institute for Digital Business HWZ

Philipp Sauber
Mitinhaber & CEO Plan.Net Suisse AG

Pascal Schaub
Leiter Dachmarke Migros-Genossenschafts-Bund

Christoph Spengler
Inhaber und CEO Accelerom AG

Andreas Staub
Partner Fehr Advice & Partner AG

Karin Taheny
Head of Consulting Yourposition AG

Dr. Karin Jeker Weber
Inhaberin und Geschäftsführerin AAM
All about Marketing;
Founder & CEO Female Business Seminars

Patronate

«Wie Leading Swiss Agencies für die Zukunftsfähigkeit der Agenturen, steht der CAS Marketing Communications für die Wettbewerbsfähigkeit der Macherinnen und Macher unserer Branche. Deswegen empfehlen und unterstützen wir diese fundierte und praxisbezogene Weiterbildung.»

Michael Hählen, Präsident Leading Swiss Agencies, CEO und Partner in flagranti ag

«Der SWA hat das Patronat dieses Studiengangs übernommen, weil gut ausgebildete Nachwuchskräfte ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sind. Als Interessenverband der Werbeauftraggeber wollen wir damit ein Zeichen für die Aus- und Weiterbildung setzen.»

Roland Ehrler, Direktor SWA Schweizer Werbeauftraggeber-Verband

«Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass das Mediumfeld und das Informations- sowie Kommunikationsverhalten der Zielgruppen in allen Branchen enorm im Umbruch ist. Wer den crossmedialen Spagat virtuos und kreativ beherrscht, hat entscheidende Wettbewerbsvorteile, indem er die Zielgruppe mit hoher Frequenz und über verschiedene Medienkanäle erfolgreich erreichen kann. Das vermittelt dieser Studiengang, den MarComSuisse unterstützt und empfiehlt.»

Dr. Matthijs Ouwerkerk, Präsident MarComSuisse

LEADING SWISS AGENCIES
Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz

SWA ASA

MarCom SUISSE

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihrem bisherigen Rucksack aus Aus- und Weiterbildung sowie Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengesetzten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen, teilen und erweitern können.

Ihr Kontakt



Studiengangsleiter

Stefan Vogler
Markenexperte.ch

Stefan Vogler war 23 Jahre Unternehmer in der Kommunikationsbranche, zuletzt Chairman und Managing Partner von Grey (Teil der weltweit grössten Agenturholding WPP). Seit 2006 ist er als selbstständiger Unternehmensberater in den Bereichen Branding, Marketing und Kommunikation und als Verwaltungsrat tätig. Er doziert am IFZ Institut für Finanzdienstleistungen Zug der Hochschule Luzern und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich. Seit 2015 leitet er an der HWZ den Studiengang CAS Marketing Communications.

Der anerkannte Kommunikationsfachmann ist Vorstand bei swissVR, Mitglied der ASCO Association of Management Consultants Switzerland, der IAA International Advertising Association und Jurymitglied des XAVER-Award. Der profilierte Markenexperte referiert und publiziert, u. a. ist er Kolumnist «Marke des Monats» in der Unternehmer-Zeitung.

Stefan Vogler
stefan.vogler@fh-hwz.ch



Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte an das Master-Sekretariat:
043 322 26 88, master@fh-hwz.ch

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/casmac

«Der CAS Marketing Communications war lehrreich, interessant, abwechslungsreich und hat mir viel gebracht. Erfahrene Dozierende behandeln Aktualitäten und Trends anhand spannender Beispiele aus dem In- und Ausland. Dabei verschmelzen sie Theorie und Praxis und vermitteln die unterschiedlichsten Facetten und Disziplinen der Marketing-Kommunikation.»

Marc Andrey
Leiter Unternehmenskommunikation und Media Relations,
Valiant Bank AG

Business Communications

Diploma of Advanced Studies (DAS)

Der Diplomlehrgang DAS ist zeitlich und inhaltlich weniger umfassend als der MAS, bietet jedoch eine vertiefte Weiterbildung in einem spezifischen Fachbereich oder den Erwerb weiterer Kompetenzen für die berufliche Tätigkeit.

Diploma of Advanced Studies (DAS)

Diploma of Advanced Studies (DAS)

DAS Business Communications

Sie wollen sich eine umfassende Basis auf Hochschulniveau als Autorisierung für neue Aufgaben oder einen Karriereschritt aneignen und sich gleichzeitig auf einem Spezialgebiet profilieren. Das Diploma of Advanced Studies ZFH in Business Communications ist der anspruchsvolle und attraktive Weg dazu.

Inhalt

CAS Corporate Communications

Themenspezifischer Vertiefungs-CAS nach Wahl

Dauer

3 Semester (inkl. Diplomarbeit)

Anerkennung

31 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

März oder je nach Vertiefungsrichtung

Studienorte

Zürich und Partnerstandort je nach Vertiefung

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/dasbc

DAS Corporate Publishing

Der Diplom-Studiengang DAS in Corporate Publishing vermittelt verlegerisches Wissen und die Planungskompetenz, um Unternehmensmedien zu konzipieren und zu realisieren. In Print und Social Media.

Inhalt

CAS Content Marketing

CAS Digital Publisher – Social Media Producer

Dauer

3 Semester (inkl. Diplomarbeit)

Anerkennung

Mind. 30 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

Halbjährlich, je nach CAS

Studienorte

Zürich und Davos

Partner

Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/dascp

DAS Corporate Writing

Der Diplom-Studiengang DAS in Corporate Writing vermittelt alle Fähigkeiten, um Texte für die Corporate Communications und für das Marketing zu planen und zu erstellen. Für Print und Online.

Inhalt

CAS Corporate Writer (PR Redaktor)

CAS Marketing Writer – Texterin/Texter

Dauer

3 Semester (inkl. Diplomarbeit)

Anerkennung

Mind. 30 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

Halbjährlich, je nach CAS

Studienort

Zürich

Partner

Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/dascwr

DAS Customer Communications

Kundengewinnung oder Kundenloyalität sind die obersten Ziele der Marketing-Kommunikation. Dazu braucht es einen wertschöpfenden, attraktiven Kundendialog. Beziehungsorientiert, integriert und crossmedial.

Inhalt

CAS Marketing Communications

Themenspezifischer Vertiefungs-CAS

Dauer

3 Semester (inkl. Diplomarbeit)

Anerkennung

31 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

August oder je nach Vertiefungsrichtung

Studienort

Zürich

Patronate

Leading Swiss Agencies

SWA-ASA Schweizer Werbeauftraggeber-Verband

MarComSuisse

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/dascc



DAS Live Communication

Live Communication und Eventmanagement, vor, während und nach ihrer Inszenierung mit Social Media verknüpft, setzen konsequent auf die Erhöhung und Ausdehnung der Erlebniswirkung. Reale Aktionen werden durch Social Media vorbereitet, verstärkt und nachbearbeitet. Das Ergebnis sind positiv geprägte Begegnungen von Mitarbeitenden und Kunden mit Identitäten und Marken.

Inhalt

CAS Event Management

CAS Corporate Communications

Dauer

3 Semester (inkl. Diplomarbeit)

Anerkennung

34 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

Januar oder März

Studienorte

HTW: Samedan, Chur, St. Gallen, Gstaad, Zürich
HWZ: Zürich

Partner

HTW Chur, Hochschule für Technik und Wirtschaft

HFT Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/daslcl



Business Communications

Weitere Angebote

Hier finden Sie eine Übersicht über weitere Studiengänge, die wir teilweise mit Bildungspartnern durchführen.

Kooperations-angebote

Die HWZ bietet einige Weiterbildungsangebote in Kooperation mit anderen Bildungsanbietern an.

MAS Corporate Writing & Publishing

Die Qualität der Kommunikation in Marketing und Öffentlichkeitsarbeit beeinflusst entscheidend den Unternehmenserfolg. Der Studiengang vermittelt alle strategischen und praktischen Fähigkeiten, Kundinnen und Kunden via Print, Multimedia oder Web zu erreichen und langfristig für Unternehmen zu begeistern.

Dauer
Mind. 4 Semester (inkl. Master-Thesis)

Anerkennung
60 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Halbjährlich, je nach CAS

Studienorte
Zürich und Davos

Partner
Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/mascwp

SCHWEIZERISCHE
TEXT AKADEMIE
EIDG. STIFTUNG FÜR SPRACHE
IN MEDIEN UND WIRTSCHAFT

CAS Content Marketing

Nach diesem Lehrgang sind Sie in der Lage, unternehmenseigene Printprodukte, elektronische oder audiovisuelle, von der Planung bis zum Druck zu konzipieren und deren Herstellung zu begleiten.

Sie setzen sich intensiv mit Content Curation, Storytelling-Strategien, visueller Kommunikation und SEO auseinander. Dabei entwickeln Sie «Botschaft» zum «Gespräch» und «Medium» zum «Stream» weiter.

Dauer
1 Semester (14 Tage)

Anerkennung
20 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Mai und November

Studienort
Zürich

Partner
Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/cascmk

SCHWEIZERISCHE
TEXT AKADEMIE
EIDG. STIFTUNG FÜR SPRACHE
IN MEDIEN UND WIRTSCHAFT

Kooperationsangebote

CAS Corporate Writer

Unser Angebot für Schreibprofis in Unternehmen ist der Schlüssel für starkes Texten. So werden Ihre Texte beachtet, verstanden und zu Ende gelesen.

Dauer
1 Semester (18 Tage)

Anerkennung
20 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Juni und November

Studienort
Zürich

Partner
Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/cascwr

SCHWEIZERISCHE
TEXT AKADEMIE
EIDG. STIFTUNG FÜR SPRACHE
IN MEDIEN UND WIRTSCHAFT

CAS Digital Publisher – Social Media Producer

Sie kümmern sich um digitalen Content, der in immer neuen Spielarten erscheint, schreiben für digitale Medien und bearbeiten aktuelle digitale Formate: von «Instagram Stories®» zu Content mittels künstlicher Intelligenz hin zu klassischen Webvideos und zu umfassenden multi-medialen Videobooks.

Dauer
1 Semester (17,5 Tage)

Anerkennung
15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Oktober

Studienort
Zürich

Partner
Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/casdps

SCHWEIZERISCHE
TEXT AKADEMIE
EIDG. STIFTUNG FÜR SPRACHE
IN MEDIEN UND WIRTSCHAFT

CAS Event Management

Sie befassen sich mit allen Arten von Events: Sport-Events, Kultur-Events sowie auch Corporate oder wirtschaftlichen Events. Sie inszenieren Marken und schaffen Erlebniswelten.

Dauer
2 Semester (27 Tage)

Anerkennung
15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Januar

Studienorte
Arosa, Chur, Gstaad, Samedan, St. Gallen, Zürich

Partner
HTW Chur, Hochschule für Technik und Wirtschaft

HFT Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/casevm

 **HTW Chur**
Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

 **HÖHERE FACHSCHULE
FÜR TOURISMUS
GRAUBÜNDEN**

CAS Internal and Change Communication

Sie gestalten eine gut konzipierte und dialogorientierte interne Kommunikation in der agilen Arbeitswelt 4.0.

Dank Ihrer effizienten Nutzung der internen Instrumente und der adressatengerechten Umsetzung der Massnahmen stellen Sie sicher, dass Mitarbeitende auch in Change-Prozessen Orientierung erhalten.

Dauer
1 Semester (24 Tage)

Anerkennung
15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Januar

Studienort
Luzern

Partner
Hochschule Luzern

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/casicc

CAS Marketing Writer

Als angehende Texterin und angehender Texter lernen Sie, wie Sie Texte im Zusammenspiel mit Wort und Bild gestalten und wirkungsvoll einsetzen. Sie fokussieren sich dabei auf das «Creative Writing», wie es in Werbung und Marketing, aber auch in Printmedien, den elektronischen und audiovisuellen Medien gepflegt wird.

Dauer
1 Semester (15,5 Tage)

Anerkennung
15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Juni und Dezember

Studienort
Zürich

Partner
Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/casmwr

CAS Media Relations

Sie vertiefen Ihre Kompetenzen im Umgang mit Medienschaffenden und der interessierten Öffentlichkeit und optimieren Ihre Medienarbeit. Dabei üben und verfeinern Sie ein souveränes Auftreten bei Interviews, Präsentationen und Moderationen. Und Sie bekommen das Rüstzeug für die erfolgreiche Bewältigung von Krisensituationen.

Dauer
1 Semester (18 Tage)

Anerkennung
12 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Februar und September

Studienort
Luzern

Partner
MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/mre

CAS Politische Kommunikation

Sie analysieren spezifische Situationen differenziert und ganzheitlich, konzipieren Kommunikationsmassnahmen strategisch und setzen diese wirkungsvoll um. Und all dies unter Berücksichtigung der Herausforderungen der medialisierten Politik und der direkten Demokratie.

Dauer
1 Semester (24 Tage)

Anerkennung
15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
August

Studienort
Winterthur

Partner
ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/caspokh

CAS Rhetorik und Moderation

Zu überzeugen, zu verhandeln und anspruchsvolle Gespräche zu moderieren, ist nicht nur eine Talentsache. Souverän aufzutreten und glaubhaft zu kommunizieren, kann man lernen und weiterentwickeln.

Dauer
1 Semester (18 Tage)

Anerkennung
12 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Februar und August

Studienort
Luzern

Partner
MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/rhm

CAS Storytelling & Branding

Sie kümmern sich um die professionelle und nutzenbringende Darstellung von natürlichen und juristischen Personen im Web. Sie erzählen gekonnt eigene und fremde Geschichten und entwickeln professionelle «Ich- und Wir-Marken». Diese vernetzen Sie geschickt bei den Zielgruppen und halten sie bei Dialogpartnern präsent.

Dauer
1 Semester (15,5 Tage)

Anerkennung
15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn
Dezember

Studienort
Zürich

Partner
Schweizerische Text Akademie

Infos und Anmeldung
www.fh-hwz.ch/casstb

CAS Strategische Planung und Kreation (Ad School)

Sie entwickeln Strategien, die Marken und Märkte nachhaltig prägen. Sie setzen sich mit Motivationen und Wünschen der Menschen auseinander und entwickeln aus diesen Insights aussagekräftige Markenpositionen, die on- oder offline standhalten. Sie meistern strategische Herausforderung auf Agentur- und Kundenseite.

Dauer

1 Semester (25 Tage)

Anerkennung

15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

August

Studienort

Zürich

Partner

Ad School

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/casspk

CAS Visuelle Kommunikation

Sie fokussieren sich auf eine konsistente Markenkommunikation. Sie entwickeln dabei Ihre eigene multimediale Bildsprache und setzen diese um. Dazu erlernen Sie die Grundlagen des linearen und interaktiven Storytellings. Und Sie wissen, wann wo welche Bildsprache anzuwenden ist, um Ihre Botschaften bei Ihren Zielgruppen zu verankern.

Dauer

1 Semester (22 Tage)

Anerkennung

15 ECTS-Kreditpunkte

Beginn

März

Studienort

Luzern

Partner

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

Infos und Anmeldung

www.fh-hwz.ch/casvik



Academy

Die Academy ist Teil des umfassenden Dienstleistungsangebotes der HWZ. Dazu gehören Seminare für alle Führungsstufen, Firmentrainings in drei Sprachen (D/E/F) für Unternehmen, Abteilungen oder Teams, massgeschneidert und auf Wunsch mit Hochschulzertifikat (inhouse CAS).

HWZ-Seminare

Seminar «Erfolgreich verhandeln»

Führungskräfte sind mehr denn je gefordert, sich und ihr Unternehmen für Verhandlungen in einem kompetitiven Wettbewerbsumfeld fit zu machen. Erzielen Sie in diesem Seminar das Optimum aus Verhandlungen: klar, ehrlich, fair und überzeugend.

Abschluss

HWZ Academy-Zertifikat
«Erfolgreich verhandeln»

Dauer
1 Tag

Anerkennung

Auf Wunsch werden ECTS-Kreditpunkte angerechnet (mit entsprechendem Leistungsnachweis).

Daten
Siehe Website

Studienort
Zürich

Infos und Anmeldung
fh-hwz.ch/semveh

Seminar «Sprache als Führungsinstrument»

Durch Sprache vermitteln wir mehr als nur Informationen. Wir überzeugen, prägen Meinungen, verankern Ansichten. Schärfen Sie in diesem Seminar Ihre Kompetenz, sich und Ihr Unternehmen über die Sprache in jeder Situation optimal zu positionieren.

Abschluss

HWZ Academy-Zertifikat
«Sprache als Führungsinstrument»

Dauer
1 Tag

Anerkennung

Auf Wunsch werden ECTS-Kreditpunkte angerechnet (mit entsprechendem Leistungsnachweis).

Daten
Siehe Website

Studienort
Zürich

Infos und Anmeldung
fh-hwz.ch/semspf

Seminar «Wirksames Auftreten»

Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie dank Ihrem persönlichen Auftritt nicht nur übermitteln und wirken, sondern überzeugen und bewirken.

Abschluss

HWZ Academy-Zertifikat
«Wirksames Auftreten»

Dauer
1 Tag

Anerkennung

Auf Wunsch werden ECTS-Kreditpunkte angerechnet (mit entsprechendem Leistungsnachweis).

Daten
Siehe Website

Studienort
Zürich

Infos und Anmeldung
fh-hwz.ch/semwia

«Uns wurde sehr fundiertes Grundwissen vermittelt, erlebnisreich und spielerisch. Was ich vor allem mitnehme: Motivation, das Gelernte im Unternehmen umgehend anzuwenden.»

Stefan Waldis
Seminarteilnehmer
Project Manager Datamanagement, Belimo Europe

«?»

«!»

Communication at its best

Laut dem Guinness-Buch der Rekorde fand der kürzeste Briefwechsel im Jahre 1862 zwischen Victor Hugo und seinem Verleger statt. Nach dem Erscheinen von «Les Misérables» war Hugo aufs Land gefahren.

Die Ungewissheit über den Erfolg seines Buches liess ihm keine Ruhe. Also schrieb er seinem Verleger: «?» Unvermittelt vermochte das Bewusstsein des Empfängers die Nachricht in den richtigen Zusammenhang zu stellen.

Postwendend bekam Hugo die hochbefriedigende Antwort: «!»

Berufsbegleitend studieren Profitieren Sie von unserem Erfolgsmodell

Der konsequente Praxisbezug und die hoch qualifizierende Weiterbildung ermöglichen es Ihnen, Beruf und Studium optimal zu kombinieren und das Gelernte unmittelbar im eigenen Unternehmen anzuwenden. Bereiten Sie Ihren nächsten Karriereschritt vor. Wir unterstützen Sie. Mitten in Zürich, direkt beim Hauptbahnhof.

Wir sind für Sie da

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt direkt beim Hauptbahnhof Zürich, im Sihlhof, an der Lagerstrasse. Parkplätze befinden sich nur wenige Gehminuten entfernt im City Parking. Nebst moderner Infrastruktur bietet der «Sihlhof» einen auch architektonisch eindrucklichen Weiterbildungsrahmen sowie ein lebendiges und vielseitiges kulinarisches Angebot im Stadtteil Europaallee.

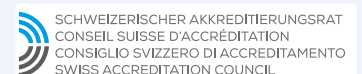


HWZ Career Model

Die laufende Entwicklung der persönlichen und fachlichen Fähigkeiten ist heute ein fester Bestandteil des Berufslebens. Die HWZ begleitet Sie auf jeder Karrierestufe mit den richtigen Aus- und Weiterbildungsprogrammen: Bachelor-Studiengänge als solide Karrieregrundlage. Diplom- und Zertifikatslehrgänge für den Erwerb von Zusatzqualifikationen in einem Fachbereich. Master-Studiengänge zur Vertiefung der beruflichen Qualifikation und persönlichen Kompetenz. Die Academy mit Intensivseminaren für erfahrene Führungskräfte und Unternehmen. Alle setzen die richtigen Akzente für Ihren persönlichen, beruflichen Erfolg.



Akkreditierung



Institutionell akkreditiert nach
HFKG 2016-2022