



Master of Advanced Studies

MAS Communication Management

Master of Advanced Studies

MAS Brand and Marketing Management

Master of Advanced Studies

MAS Digital Marketing and Communication Management

Institut für Kommunikation und Marketing IKM

1	Willkommen
2	Was können Sie von uns erwarten?
3	Welche Themen können Sie bei uns studieren?
3	Wahlsystem
4	Master of Advanced Studies MAS
6	Certificate of Advanced Studies CAS
8	Welche Abschlüsse können Sie erlangen?
8	Master of Advanced Studies MAS, Certificate of Advanced Studies CAS
8	Welche Voraussetzungen müssen Sie mitbringen?
8	Zulassungskriterien
9	Welche Leistungen erwarten wir von Ihnen?
9	CAS-Programme – Qualifikationsschritte
9	MAS-Programme – Diplomsemester
10	Wie viel Zeit sollten Sie einplanen?
10	Wer sind Ihre Mitstudierenden?
10	Funktionen der Studierenden
11	Wer betreut und unterrichtet Sie?
11	Leitung MAS-Programme
11	Leitung Studienadministration
11	Leitung CAS-Programme
11	Dozierende
14	Welche Kosten fallen für Sie an?
14	Kosten
14	Zahlungsmodalitäten
14	Wie können Sie sich anmelden?
14	Anmeldeschluss
14	Anmeldung
14	Weitere Informationen zum Aufnahmeverfahren
15	Wo findet Ihre Weiterbildung statt?
16	Wie können Sie sich weiter informieren?
16	Website
16	Info-Veranstaltungen
16	Probelektionen
16	Persönliche Beratung
16	Direkte Kontaktaufnahme

Willkommen



Prof. Dr. Michael Boenigk
Leiter Master of Advanced
Studies MAS Communication
Management

Wer heute im Marketing- und Kommunikationsbereich Verantwortung trägt, steht vor vielfältigen Herausforderungen. Die Digitalisierung der Medien und das sich verändernde Informations- und Interaktionsverhalten der Zielgruppen macht die unternehmerische Kommunikation nach aussen und innen vielschichtiger und komplexer. Gleichzeitig wachsen die Reputationsrisiken, da die Wahrnehmung einer Marke auch durch das Verhalten der Community geprägt wird. Gefordert sind unter anderem der Aufbau eines Content Marketings, crossmedial vernetzte Kampagnen und ein systematisches Corporate Social Responsibility Management. Bestehende Strategien müssen angepasst, Mediapläne neu konzipiert und Organisationsstrukturen hinterfragt werden.



Dr. André Briw
Leiter Master of Advanced
Studies MAS Brand and
Marketing Management

Der Besuch einer Weiterbildung bietet Ihnen die Chance, Ihre Kompetenzen weiterzuentwickeln, gleichzeitig das eigene Netzwerk zu erweitern und Ihre Karriereoptionen zu verbessern. Geeignet ist eine Weiterbildung für alle, die Freude daran haben, in der Gruppe Neues zu lernen und sich auszutauschen.

Um die für Sie am besten geeignete Weiterbildung zu finden, ist vorab eine sorgfältige Planung notwendig. Sie müssen entscheiden, welchen Themenfokus Ihre Weiterbildung haben soll, welcher Abschluss für Sie der richtige ist, wie Sie Ihre Weiterbildung zeitlich planen und wo Sie studieren möchten.



Seraina Mohr, lic. phil. I
Leiterin Master of Advanced
Studies MAS Digital Marketing and
Communication Management

Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen Einblicke in unsere Weiterbildungsprogramme. Weiterführende Informationen erhalten Sie auf unserer Website www.hslu.ch/ikm-weiterbildung, an einer unserer Info-Veranstaltungen oder bei einem Probetag in einem unserer CAS-Programme. Gerne beraten wir Sie auch am Telefon oder in einem persönlichen Gespräch. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

Was können Sie von uns erwarten?

Unsere Weiterbildung bietet Ihnen die Möglichkeit, sich Ihre Studieninhalte aus einem breiten Angebot inhaltlich abgegrenzter CAS-Programme individuell zusammenzustellen. Jedes CAS-Programm vermittelt fachlich fundiert und auf die Bedürfnisse der Praxis ausgerichtet die Inhalte eines bestimmten Aufgabengebietes im Marketing/Vertrieb oder in der Kommunikation. Ein besonderes Augenmerk richten wir dabei auf neue Entwicklungen und Herausforderungen der Digitalisierung.

Bei der Auswahl der für Sie geeigneten CAS- und MAS-Programme beraten Sie erfahrene Fachpersonen. Dabei berücksichtigen wir Ihre individuellen Anliegen und entwickeln pragmatische Lösungen. Wir begleiten Sie auf Ihrem Weg und fördern den Austausch zwischen Ihnen, Ihren Dozierenden und Studienkolleginnen und -kollegen vor, während und nach dem Studium. Unser Alumni-Netzwerk eröffnet Ihnen vielfältige Möglichkeiten eines Austauschs, auch über Ihren Studienabschluss hinaus.

Besonders wichtig ist uns, Ihre Weiterbildung verlässlich zu organisieren und den Lernprozess transferorientiert sowie nach den neuesten didaktischen Standards zu realisieren. Erfahrene Programmverantwortliche, eine serviceorientierte Studienadministration sowie ein Team hervorragender Dozierender aus Wissenschaft und unternehmerischer Praxis schaffen dafür die Voraussetzungen.

Die Qualität ihrer Leistungen ist der Hochschule Luzern wichtig. Sie entwickelt diese ständig weiter und lässt sie von einer externen Organisation überprüfen. Als erste Hochschule in der Schweiz und in Deutschland hat die Hochschule Luzern die Stufe «Recognised for Excellence 5*» im Modell der European Foundation for Quality Management (EFQM) erreicht. Zudem erhielt die Hochschule Luzern bei der Verleihung des ESPRIX Swiss Award for Excellence 2016 den Preis in der Kategorie «Nutzen für Kunden schaffen».

Erwartungen der Studierenden an die Weiterbildung (interne Studienergebnisse)

- Kontakt mit Gleichgesinnten
- Austausch mit anderen
- Freude am Lernen
- «Dazugehören»
- Gefühl «Ich und meine Bedürfnisse sind der Hochschule Luzern wichtig»

Menschlich-emotionale Erwartungen

- Aufbau von fachlichen Kompetenzen und von fachlichem Wissen
- Aufbau von persönlichen Kompetenzen/ persönlicher Entwicklung
- Erreichen eines anerkannten Abschlusses
- Erreichen einer anspruchsvolleren beruflichen Tätigkeit
- Ausbau des beruflichen Netzwerks
- Erfahrungsaustausch

Funktionale Erwartungen

- Zuverlässige Prozesse
- Individuelle Beratung und Betreuung
- Regelmässige Information
- Eingehen auf individuelle Wünsche
- Zeitliche Flexibilität/Möglichkeit des Weiterarbeitens

Prozessbezogene Erwartungen

- Gute Erreichbarkeit
- Moderne Infrastruktur (Räume/IT)
- Gute und schnelle Verpflegung

Infrastruktur-bezogene Erwartungen



Mehr Information www.efqm.org

Welche Themen können Sie bei uns studieren?

Unser Weiterbildungsangebot orientiert sich an den zentralen Funktionen der Kommunikation und des Marketings/ Vertriebs eines Unternehmens bzw. einer Institution. Der modulare Aufbau bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihr Studium nach individuellen Bedürfnissen und zeitlich flexibel zu gestalten.

Das Wahlsystem ermöglicht Ihnen, entweder ein einzelnes CAS-Programm zu absolvieren oder einen MAS-Abschluss zu erwerben. Dafür kombinieren Sie drei CAS-Programme, gefolgt von einem Diplomsemester. Erworbene CAS-Abschlüsse können Sie in einem Zeitraum von sieben Jahren zu einem MAS-Abschluss ausbauen.

Die untenstehende Darstellung gibt Ihnen einen Überblick über Ihre Wahlmöglichkeiten. Ein spezifischer MAS-Abschluss wird kumulativ durch die Absolvierung von mindestens zwei CAS-Programmen aus dem jeweiligen MAS-Programm plus optional einem CAS-Programm aus einem anderen MAS-Programm erworben.



Tipp: Überlegen Sie sich, welches MAS-Programm bzw. welche der CAS-Programme Ihre aktuelle oder angestrebte berufliche Tätigkeit am besten unterstützen könnten. Setzen Sie durch die Kombination der CAS-Programme Ihren persönlichen Schwerpunkt. Sie können beispielsweise bestehendes Wissen auffrischen und theoretisch fundieren oder ein für Sie neues Themengebiet erschliessen.

Wahlsystem

	MAS Communication Management	MAS Brand and Marketing Management	MAS Digital Marketing and Communication Management
CAS Brand Management			
CAS Consumer Behavior and Insights			
CAS Corporate Communication			
CAS Design Management			
CAS Digital Analytics in Marketing			
CAS Digital Customer Experience			
CAS Internal and Change Communication			
CAS Marketing and Multichannel Communication			
CAS Online Communication and Marketing			
CAS Online Media and Campaign Management			
CAS Online Shop and Sales Management			
CAS Product Management and Marketing			
CAS Sales and Distribution Management			
CAS Strategic Communication			
CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling			
Wahlmöglichkeiten CAS-Programme	Wahlmöglichkeiten MAS-Programme		

- Wahlmöglichkeiten MAS Communication Management
- Wahlmöglichkeiten MAS Brand and Marketing Management
- Wahlmöglichkeiten MAS Digital Marketing and Communication Management

Stand Juni 2019 (Änderungen vorbehalten)

Master of Advanced Studies MAS

MAS Communication Management


Kommunikation erfüllt in Organisationen eine strategische Schlüsselfunktion. Sie gestaltet die kommunikativen Austauschprozesse mit den internen und externen Bezugsgruppen und ist damit wichtiger Treiber der Unternehmensreputation. Sie macht die Positionierung von Marken für die Zielgruppen sichtbar und erlebbar und steuert so deren Image.

Genauere Kenntnisse der Informations- und Interaktionsbedürfnisse der Ziel- und Bezugsgruppen und eine «gelebte Nähe» zu diesen bilden die Grundlage der Arbeit und sind vor dem Hintergrund der laufenden Digitalisierung wichtiger denn je. Sie müssen das Umfeld Ihrer Organisation verstehen, zukünftige Entwicklungen antizipieren und die entsprechenden kommunikationspolitischen Entscheidungen treffen. Entsprechend anspruchsvoll ist die Position der Kommunikationsverantwortlichen.

Für Ihre Arbeit benötigen Sie Kompetenzen in Kommunikationsmanagement, Leadership und Beratung. Das MAS-Programm vermittelt das strategische Know-how zur Steuerung der Unternehmens- und Marketingkommunikation nach aussen und nach innen und ermöglicht einen Kompetenzerwerb über verschiedene Anwendungsfelder hinweg.

Der MAS Communication Management eignet sich deshalb besonders für folgende berufliche Funktionen:

- Verantwortliche für Marketingkommunikation und Public Relations
- Informations- und Medienbeauftragte
- Verantwortliche für Public Affairs und Investor Relations
- Verantwortliche für interne Kommunikation
- Leiterinnen und Leiter Werbung, Sponsoring, Verkaufsförderung, Eventmarketing
- Beratende und strategische Planer/innen in Agenturen und selbstständige Beratende
- Journalistinnen und Journalisten, die Kommunikationsaufgaben anstreben

 Weitere Informationen finden Sie unter www.hslu.ch/cm

MAS Brand and Marketing Management

Marken sind der wichtigste immaterielle Wertschöpfungsfaktor erfolgreicher Unternehmen. Dies gilt nicht nur für gewinnorientierte Unternehmen, sondern auch für NPOs und andere Institutionen wie beispielsweise Kulturbetriebe, Sportveranstaltungen, Destinationen etc. Marken stellen sowohl im Business-to-Consumer- als auch im Business-to-Business-Marketing eine zentrale Erfolgsgrundlage dar – unabhängig davon, ob für Konsum-, Industriegüter, Dienstleistungen oder digitale Marktleistungen, ob für kleine oder grosse Unternehmen.

Seriöses Markenmanagement erfordert eine intensive Auseinandersetzung mit den Unternehmensleistungen (Innensicht) und den Erwartungen, Wahrnehmungen und Verhaltensweisen der Kundinnen und Kunden (Aussensicht).

Markenverantwortliche müssen die Mechanismen und Regeln der identitätsorientierten, selbstähnlichen und ganzheitlichen Markenführung kennen und anwenden können. Sie müssen die Instrumente des Marketingmix und das Behavioral Branding wertorientiert managen und den Markenerfolg systematisch kontrollieren.

Der MAS Brand and Marketing Management eignet sich deshalb besonders für folgende berufliche Funktionen:

- Marketingleiterinnen und -leiter mit oder ohne Verkaufsverantwortung
- Brand und Product Manager
- Werbeleiterinnen und -leiter
- Leiterinnen und Leiter der Marketing Services oder anderer verwandter Bereiche wie Sponsoring, Verkaufsförderung, Social Media und Eventmarketing
- Verkaufs- und Vertriebsleiterinnen und -leiter, Area Sales Manager, Key Account Manager, Leiterinnen und Leiter Innendienst
- Beratende in Marketing-, Werbe- und Dialogagenturen oder selbstständige Beratende
- Personen, die in Zukunft vermehrt Marketing- und Brand-Management-Aufgaben übernehmen möchten

 Weitere Informationen finden Sie unter www.hslu.ch/bmm

MAS Digital Marketing and Communication Management

Digitale Medien und Channels in Unternehmen strategisch entwickeln und steuern ist heute eine Kernaufgabe von Unternehmen. Die digitale Transformation verändert nicht nur die unternehmerische Kommunikation und das Marketing, sondern auch die Anforderungen an die Führung und Gestaltung der Prozesse und Systeme.

Um als Führungskraft erfolgreich agieren zu können, sind fundierte Kenntnisse der zentralen digitalen Disziplinen erforderlich. Das Potenzial, das sich aus den digitalen Technologien, Medien und Paradigmen ergibt, muss mit der «alten Welt» verknüpft und in den Gesamtmix integriert werden. Digitale Aktivitäten müssen gezielt an den Interessen des Unternehmens ausgerichtet und unter Einbezug von Daten laufend optimiert werden. Der Wandel in Kommunikation und Marketing muss aktiv gesteuert und vorangetrieben werden.

Für Ihre Arbeit benötigen Sie Know-how, Kompetenzen und Tools für ein professionelles und erfolgreiches Management der digitalen Kundenbeziehungen, sei es durch neue Vertriebsmodelle, den Einsatz von Online-Marketing-Instrumenten, crossmediales Kampagnenmanagement oder User-Experience-Initiativen.

Das MAS-Programm ermöglicht einen Kompetenzaufbau über verschiedene Anwendungsfelder und aus verschiedenen Gebieten der Führung, die vom digitalen Storytelling bis zum fundierten E-Commerce-Wissen gehen.

Der MAS Digital Marketing and Communication Management eignet sich deshalb speziell für folgende berufliche Funktionen:

- Verantwortliche Digital Marketing
- Verantwortliche E-Commerce
- Projektleiterinnen und -leiter in Agenturen
- Digital Communication Manager
- Marketing- und Kommunikationsverantwortliche
- Community- und Social Media Manager
- Customer Experience Manager
- Quereinsteiger/innen aus dem Journalismus



Für ein MAS-Diplom werden 60 ECTS-Credits vergeben. Dies entspricht einer Studienleistung von rund 1'800 Stunden. Die Bewertung Ihrer Leistungen nach dem European Credit Transfer System (ECTS) stellt die internationale Vergleichbarkeit und Anerkennung sicher.



Weitere Informationen finden Sie unter www.hslu.ch/dmc

Certificate of Advanced Studies CAS

CAS Brand Management

Sie sind in der Lage, das individuelle Erfolgsmuster bzw. die Identität einer Marke zu definieren und daraus eine unverwechselbare und relevante Positionierung zu entwickeln. Sie können die Instrumente des Marketingmix und das Behavioral Branding selbstständig, ganzheitlich und wertorientiert managen. Und Sie sind fähig, den Markenerfolg systematisch zu kontrollieren und bei Zielabweichungen wirkungsvolle Massnahmen zu entwickeln.

 www.hslu.ch/bm

CAS Consumer Behavior and Insights

Sie kennen die Grundlagen des Konsumentenverhaltens (B2B/B2C) und wissen, welche sozialen und medialen Einflussfaktoren wirksam sind. Sie wissen, wie sich praxisnahes Fachwissen zur Konsumentenpsychologie für die Gestaltung von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen nutzen lässt. Sie können mit Methoden der Markt- und Medienwirkungsforschung das Konsumentenverhalten systematisch analysieren. Im Rahmen einer Praxisexkursion entdecken Sie, wie Kundenerlebnisse realisiert und innovative Verkaufs- und Marketingkonzepte umgesetzt werden.

 www.hslu.ch/cbi

CAS Corporate Communication

Sie wissen, worauf eine wirkungsvolle Kommunikation beruht und wie man sie konzipiert. Sie können den Dialog mit den externen und internen Anspruchsgruppen planen und pflegen. Sie reflektieren Ihre eigene Funktion und die Aufgaben Ihres Berufsfeldes. Sie können auch in Krisen professionell kommunizieren.

 www.hslu.ch/cc

CAS Design Management

Sie können Design als differenzierendes Potenzial in Unternehmen einführen, entwickeln und umsetzen. Sie lernen, Design-Aktivitäten in Einklang mit einer Unternehmensstrategie und den Marktanforderungen zu planen, sowohl auf der Auftraggebenden- als auch auf der Auftragnehmenseite. Als interdisziplinäre/r Spezialist/in sind Sie in der Lage, die Schnittstellen zwischen Design und Management erfolgreich zu managen und, durch die Verbindung dieser beiden Welten, das Potenzial von Design voll auszuschöpfen.

 www.hslu.ch/dm

CAS Digital Analytics in Marketing

Sie erwerben fundiertes Wissen zum datengetriebenen Management von digitalen Plattformen und Marketingkampagnen. Sie lernen wichtige Kennzahlen, Analysen und Methoden von Digital Analytics und Big Data kennen, um alles aus Ihren Daten herauszuholen.

 www.hslu.ch/da

CAS Digital Customer Experience

Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse des Managements von Kundenbeziehungen in einem digitalen Umfeld. Das CAS-Programm orientiert sich an zwei sich gegenseitig beeinflussenden und ergänzenden Entwicklungen: Big Data und Customer Experience.

 www.hslu.ch/dcx

CAS Internal and Change Communication

Sie wissen, warum eine gut konzipierte und dialogorientierte interne Kommunikation in der agilen Arbeitswelt 4.0 unentbehrlich ist. Sie verstehen, wie sich interne Instrumente in der digitalen Transformation effizient nutzen und adressatengerecht umsetzen lassen. Sie können den Mitarbeitenden auch in Change-Prozessen Orientierung geben. Dieses CAS-Programm bietet das IKM in Kooperation mit der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ/ZFH) an.

 www.hslu.ch/icc

CAS Marketing and Multichannel Communication

Marketing und Kommunikation wachsen immer mehr zusammen. Kommunikationsverantwortliche übernehmen Verantwortung für das Marketing und umgekehrt. Sie lernen, Marketingstrategien und -konzepte ganzheitlich und agil zu entwickeln. Sie können die wichtigsten Kommunikationsinstrumente zielgerecht und kanalübergreifend planen und steuern. Sie erkennen die Chancen neuer Paradigmen, Medien und Technologien und können den Marketing-Mix laufend optimieren.

 www.hslu.ch/mmc

CAS Online Communication and Marketing

Sie wissen, wie Sie digitale Medien in Kommunikation und Marketing strategisch einsetzen. Sie sind mit den Instrumenten des Online-Marketings vertraut und können passende Massnahmen planen und evaluieren.

 www.hslu.ch/ocm

CAS Online Media and Campaign Management

Sie wissen, wie Sie integrierte Kampagnen systematisch planen und performance-orientiert steuern. Sie können digitale Channels, Communities und Plattformen zielorientiert ausrichten und virtuos bespielen. Sie bewegen sich souverän im Spannungsfeld von kurzfristiger agiler Planung und Umsetzung und langfristiger strategischer Wertschöpfung.

 www.hslu.ch/omm

CAS Online Shop and Sales Management


Sie erwerben fundiertes E-Commerce-Wissen zum Management von Online-Shops. Sie lernen kritische Erfolgsfaktoren von Online-Shops und geeignete Strategien, Konzepte, Tools und Massnahmen kennen, um deren Potenzial auszuschöpfen. Sie wissen, wie man den Traffic und die Conversions misst und erhöht.

 www.hslu.ch/osm

CAS Product Management and Marketing

Sie erwerben die praxisrelevanten Kompetenzen für die Gestaltung und Umsetzung marktorientierter Produkt- und Dienstleistungsstrategien in B-to-C- und B-to-B-Märkten. Sie lernen, Marktleistungen in jeder Phase des Lebenszyklus mit den am besten geeigneten Instrumenten und Massnahmen zu führen. Als interne Drehscheibe koordinieren Sie sämtliche Marketingaktivitäten sicher und zielgerichtet.

 www.hslu.ch/pmm

 Für einen CAS-Abschluss werden 15 ECTS-Credits vergeben. Dies entspricht einer Studienleistung von rund 450 Stunden. Die Bewertung Ihrer Leistungen nach dem European Credit Transfer System (ECTS) stellt die internationale Vergleichbarkeit und Anerkennung sicher.

Stand Juni 2019 (Änderungen vorbehalten)

CAS Sales and Distribution Management

Sie erwerben Fach- und Methodenkenntnisse für das erfolgreiche Management von Kundenbeziehungen, Absatzkanälen und Verkaufsorganisationen. Sie lernen die Instrumente des strategischen und operativen Verkaufsmanagements kennen und anwenden. Ferner sind Sie in der Lage, die Strukturen und Prozesse im Verkauf markt- und kundenorientiert zu gestalten. Sie kennen die Herausforderungen von Multichannel-Systemen und wissen, wie man komplexe Preis- und Konditionensysteme analysiert, optimiert und konsequent umsetzt.

 www.hslu.ch/sdm

CAS Strategic Communication


Die Studierenden erwerben fundiertes Know-how zur Entwicklung und Realisation integrierter Kommunikationskonzepte. Sie lernen, Unternehmensidentitäten zu entwickeln und Markenstrategien zu visualisieren, Content-Strategien zu entwickeln und crossmedial zu inszenieren sowie Kommunikationsabteilungen und Projekte zu organisieren und zu steuern.

 www.hslu.ch/sc

CAS Brand Journalism & Corporate Storytelling

Sie erwerben fundierte Kenntnisse zur Entwicklung und Umsetzung intelligenter Content-Strategien. Sie lernen, attraktive Geschichten multimedial aufzubereiten und über verschiedene Kanäle vernetzt, dynamisch und interaktiv zu erzählen. Dieses CAS-Programm bietet das IKM in Kooperation mit dem MAZ – Die Schweizer Journalistenschule an.

 www.hslu.ch/bj

 Tipp: CAS-Programme der Hochschule Luzern sowie anderer Schweizer und ausländischer Hochschulen und Angebote von Kooperationspartnern (z.B. MAZ) können an unsere MAS-Programme angerechnet werden. Fragen Sie unsere Studienadministration T +41 41 228 99 50.

Welche Abschlüsse können Sie erlangen?

Master of Advanced Studies MAS

Nach dem erfolgreichen Abschluss von drei CAS-Programmen sowie einem Diplomsemester erhalten Sie einen MAS-Abschluss der Hochschule Luzern. Je nachdem welchen inhaltlichen Schwerpunkt Sie gewählt haben, ist dies ein:

- «Master of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Communication Management»
- «Master of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Brand and Marketing Management»
- «Master of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Digital Marketing and Communication Management»

Certificate of Advanced Studies CAS

Beim erfolgreichen Abschluss eines einzelnen CAS-Programms erhalten Sie ein Zertifikat der Hochschule Luzern mit der Bezeichnung «Certificate of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ», ergänzt durch den Titel des CAS-Programms.

Welche Voraussetzungen müssen Sie mitbringen?

Zulassungskriterien

Voraussetzung für die Aufnahme in die MAS- sowie CAS-Programme sind eine mehrjährige Berufserfahrung im Kommunikations-, Markenführungs-, Marketing- bzw. Verkaufsbereich oder in einem angrenzenden Tätigkeitsgebiet sowie der Abschluss einer Hochschule (Universität oder Fachhochschule).

Für Personen ohne Hochschulabschluss besteht die Möglichkeit einer Zulassung «Sur dossier» unter den folgenden Voraussetzungen:

- Abschluss einer Höheren Fachschule, Höheren Fachprüfung oder Berufsprüfung
- mindestens sechs Jahre relevante Berufserfahrung
- Mindestalter 28 Jahre

Es können sich auch Personen ohne die oben erwähnten Aus- und Weiterbildungen im Ausnahmefall unter folgenden Kriterien für die Zulassung qualifizieren:

- mindestens zwölf Jahre relevante Berufserfahrung
- Mindestalter 35 Jahre

Die Zulassung von «Sur dossier»-Kandidatinnen und -Kandidaten erfolgt aufgrund des Lebenslaufs, eines Motivationsschreibens und eines Aufnahme-/Beratungsgesprächs mit der Studienleitung.



Tipp: Gerne beraten wir Sie hinsichtlich Ihrer Aufnahme und prüfen Ihre individuellen Voraussetzungen. T +41 228 99 50, ikm@hslu.ch

Welche Leistungen erwarten wir von Ihnen?

CAS-Programme – Qualifikationsschritte

Für den erfolgreichen Abschluss eines CAS-Programms legen Sie jeweils zwei Qualifikationsschritte ab und besuchen mindestens 80 Prozent der Präsenzlektionen. Einer der beiden Qualifikationsschritte ist im Rahmen einer Einzelleistung, der andere im Rahmen einer Gruppenleistung zu erbringen. Ziel der Qualifikationsschritte ist es, sich noch einmal mit den vermittelten Inhalten auseinanderzusetzen und Ihren Dozierenden und Mitstudierenden Anhaltspunkte zu geben, wie Sie das Gelernte in der Praxis umsetzen.

Die Art der Qualifikationsschritte variiert je nach CAS-Programm und hängt von dessen Inhalten und Lernzielen ab. Unterschieden werden:

- Präsentationen: Erarbeitung und Präsentation eines selbstgewählten Fallbeispiels aus dem eigenen Unternehmen
- Projektarbeiten: Erstellen einer schriftlichen Ausarbeitung zu einem selbstgewählten Thema
- Thesengespräche: Erarbeiten, Präsentieren und Diskutieren einer selbstgewählten These
- Schriftliche Prüfungen: Bearbeiten von Fragen zu einer praxisorientierten Fallstudie

Sie können jeden Qualifikationsschritt bei Nichtbestehen einmal wiederholen.

MAS-Programme – Diplomsemester

Voraussetzung für die Zulassung zum Diplomsemester ist der erfolgreiche Abschluss dreier CAS-Programme. Für den Abschluss eines MAS-Programms erstellen Sie eine Transfer-Arbeit, verfassen im Diplomsemester eine Master-Arbeit und absolvieren eine mündliche Prüfung.

Transfer-Arbeit

Im Rahmen der Transfer-Arbeit reflektieren Sie schriftlich das in den CAS-Programmen Gelernte und dessen Anwendung in der Praxis. Die Transfer-Arbeit wird parallel zum Besuch der CAS-Programme verfasst und zum Beginn des Diplomsemesters eingereicht.

Master-Arbeit

Im Rahmen der Master-Arbeit bearbeiten Sie schriftlich allein oder zu zweit eine selbstgewählte Themenstellung aus Ihrem beruflichen Umfeld in Marketing oder Kommunikation. Die inhaltliche Betreuung und Bewertung der Arbeit erfolgt durch von Ihnen zu wählende Dozierende der CAS-Programme sowie Expertinnen und Experten aus Ihrem Unternehmen bzw. Ihrer Institution.

Mündliche Master-Prüfung

Im Rahmen der mündlichen Master-Prüfung werden Sie durch die Studienleitung Ihres MAS-Programms zu den Inhalten der gewählten CAS-Programme und durch die Referentin bzw. den Referenten Ihrer Master-Arbeit zu deren Inhalten befragt.



5 ECTS-Credits erhalten Sie für die Transfer-Arbeit, 10 ECTS-Credits werden für die Master-Arbeit inkl. mündlicher Master-Prüfung vergeben. Die Transfer-Arbeit, die Master-Arbeit sowie die mündliche Prüfung können je einmal wiederholt werden. Bei der Transfer-Arbeit und bei der Master-Arbeit kann anstelle der Wiederholung auch eine Nachbesserung verlangt werden.

Wie viel Zeit sollten Sie einplanen?

Die CAS- und MAS-Programme sind zeitlich so gestaltet, dass Sie Ihre berufliche Tätigkeit und die Weiterbildung optimal aufeinander abstimmen können.

Ein CAS-Programm dauert in der Regel vier bis fünf Monate. Die fixen Unterrichtszeiten am Freitagnachmittag und am Samstag ermöglichen Ihnen geregelte Bürozeiten sowie eine langfristige Planung. Gleichzeitig haben Sie dadurch die Möglichkeit, Inhalte der Weiterbildung direkt in Ihre berufliche Praxis einzubringen und Herausforderungen aus Ihrer Tätigkeit direkt im Unterricht zu diskutieren.

Die Einstiegszeitpunkte in die MAS-Programme sind jeweils zum Start eines CAS-Programms im Frühling oder im Herbst. Das gibt Ihnen die Möglichkeit, ein MAS-Programm in einem Zeitraum von knapp zwei bis maximal sieben Jahren zu absolvieren und langfristig abgestimmt auf Ihre berufliche Tätigkeit zu planen.



Tipp: Sprechen Sie sich frühzeitig mit Ihrem Arbeitgebenden über die zeitliche Planung Ihrer Weiterbildung ab. Prüfen Sie, ob Abwesenheiten kompensiert werden können oder ob zeitliche Freistellungen bzw. eine Reduktion des Arbeitspensums möglich sind. Für die Erstellung der Master-Arbeit ist darüber hinaus im Idealfall eine möglichst arbeitsfreie Phase einzuplanen. In zeitintensiven Phasen der Weiterbildung ist auch eine Unterstützung seitens der Familie wichtig.

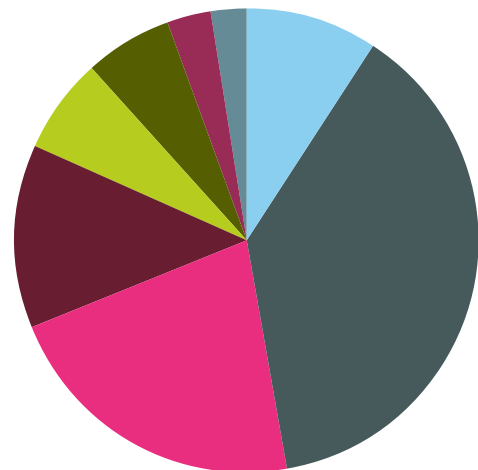
Wer sind Ihre Mitstudierenden?

Seit der Gründung unserer Weiterbildung am Institut für Kommunikation und Marketing IKM im Jahr 2003 haben rund 2'300 Studierende ein MAS- oder ein CAS-Programm besucht.

Die Studierenden zeichnen sich durch fundierte und langjährige Erfahrungen als Fach- und Führungskräfte in Marketing-, Kommunikations- sowie Vertriebsabteilungen von Unternehmen und Institutionen oder als Mitarbeitende in Kommunikationsagenturen und Beratungsunternehmen aus.

Sie sind durchschnittlich 37 Jahre alt und haben vor allem das Ziel, ihr praktisches Know-how weiterzuentwickeln, um möglichst gut auf die Herausforderungen in ihrem Beruf und auf die nächsten Karriere-schritte vorbereitet zu sein. Wichtig sind ihnen der Kontakt mit Gleichgesinnten und die Freude am Lernen.

Funktionen der Studierenden



- Fachverantwortliche (Product-Management und Key Account Management)
- Fachverantwortliche ([Online-]Marketing und Kommunikation, Einkauf, Public Relations, Sponsoring)
- Abteilungsleitung (Kommunikation, Marketing, Verkauf, Einkauf)
- Projektleitung (Marketing, Kommunikation, Marktforschung, Verkauf, Events, Design)
- Beratung
- Geschäftsleitung, Inhaber/innen, Partner/innen
- Assistenz Geschäftsleitung
- Redaktion/Mediensprecher/innen

Wer betreut und unterrichtet Sie?

Es ist uns wichtig, Sie vor, während und nach Ihrer Weiterbildung persönlich und kompetent zu beraten und zu betreuen. Diese Aufgaben übernehmen die Leitenden der MAS- und CAS-Programme, die Mitarbeitenden der Studienadministration sowie die Dozierenden gemeinsam. Sie sind jederzeit für Sie da.

Leitung MAS-Programme

Die Verantwortung für die MAS-Programme tragen erfahrene Mitglieder der Leitung des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM. Lassen Sie sich von Ihnen beraten:

Prof. Dr. Michael Boenigk

Studienleiter MAS Communication Management
T +41 41 228 99 55, michael.boenigk@hslu.ch

Dr. André Briw

Studienleiter MAS Brand and Marketing Management
T +41 41 228 99 54, andre.briw@hslu.ch

Seraina Mohr, lic. phil. I

Studienleiterin MAS Digital Marketing and Communication Management
T +41 41 228 99 52, seraina.mohr@hslu.ch

Leitung Studienadministration

Die Mitarbeitenden der Studienadministration sind für die reibungslose Organisation Ihrer Weiterbildung verantwortlich. Sie unterstützen Sie bei organisatorischen Fragen – rufen Sie sie an:

Sonja Wüest

Leiterin Studienadministration
T +41 41 228 99 50, sonja.wueest@hslu.ch

Leitung CAS-Programme

Die CAS-Programmleitenden sind Fachspezialistinnen und -spezialisten des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM in den verschiedenen Themengebieten.



Nähere Informationen zu den einzelnen Programmleitenden finden Sie in den Beschreibungen der einzelnen CAS-Programme sowie auf www.hslu.ch/ikm

Dozierende

Die Dozierenden der verschiedenen CAS-Programme sind Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler schweizerischer und ausländischer Hochschulen mit ausgewiesener Praxiserfahrung sowie renommierte Marketing-, Kommunikations- und Verkaufsspezialistinnen und -spezialisten aus der Praxis mit umfassenden Erfahrungen in der Erwachsenenbildung.



Nähere Informationen zu den Dozierenden in den verschiedenen CAS-Programmen finden Sie auf www.hslu.ch/ikm-weiterbildung

Das didaktische Konzept besteht aus einer ausgewogenen Mischung von Wissensvermittlung und Umsetzungslernen nach hochschuldidaktischen Qualitätsstandards. Besonders wichtig sind uns ein lernförderliches Klima und ein intensiver Austausch zwischen den Dozierenden und Studierenden sowie unter den Studierenden. Dementsprechend werden vielfältige aktuelle Unterrichtsmethoden eingesetzt wie beispielsweise:

- Fachreferate
- Erfahrungsberichte und Diskussionen
- Fallstudien aus der Praxis
- Gruppenarbeiten und Präsentationen
- Workshops
- Exkursionen

Alle im Rahmen des Unterrichts verwendeten Unterlagen sowie weiterführendes Material zu den einzelnen Themengebieten werden Ihnen auf der Lernplattform ILIAS elektronisch zur Verfügung gestellt.



Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen seit 16 Jahren

Seit Einführung der CAS- und MAS-Programme im Jahr 2003 konnten rund 2'300 erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen ihr Diplom entgegen nehmen. Rund die Hälfte entschied sich dafür, mit einem oder mehreren CAS ihr individuelles fachliches Berufsprofil zu optimieren, während die andere Hälfte ihr Profil mit dem anschliessenden Diplomsemester zum Master of Advanced Studies MAS abrundete. Zweimal im Jahr, jeweils im Juni und im Dezember, findet in einem festlichen Akt die Übergabe der Diplome statt.

Wir gratulieren den neuen Kommunikations- und Marketing-spezialisten/innen ganz herzlich!



Welche Kosten fallen für Sie an?

Kosten

Die Kosten für die einzelnen CAS-Programme finden Sie auf den Informationsblättern in der Beilage sowie auf dem Anmeldeformular und auf der Website.

Die Kosten für die MAS-Programme umfassen den Besuch von drei CAS-Programmen inklusive die Qualifikationsschritte sowie das anschliessende Diplomsemester. In den Kosten sind alle Prüfungs- und Diplomkosten sowie Unterrichtsmaterialien enthalten. Allfällige Auslagen für Reisen, Unterkunft und Verpflegung sowie weiterführende Fachliteratur sind von den Studierenden zu tragen.

Zahlungsmodalitäten

Die Zahlungen sind bei Belegung eines MAS-Programms in vier Teilen jeweils zu Beginn der belegten CAS-Programme sowie zum Start des Diplomsemesters zu entrichten. Auf Wunsch der Studierenden können auch davon abweichende Zahlungsbedingungen vereinbart werden.



Tipp: Es ist sinnvoll, mit Ihrem Arbeitgeber frühzeitig die Möglichkeit einer Mitfinanzierung der Weiterbildung zu klären, da diese vielfach auch von der inhaltlichen Ausrichtung Ihrer Weiterbildung abhängt.

Wie können Sie sich anmelden?

Anmeldeschluss

Der Anmeldeschluss ist jeweils ein Monat vor Studienbeginn. Ausnahmsweise werden auch kurzfristigere Anmeldungen akzeptiert. Die Starttermine der einzelnen CAS-Programme entnehmen Sie bitte der Website. www.hslu.ch/ikm-weiterbildung

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf der Website. Zusätzlich zur Anmeldung benötigen wir eine Kopie Ihres höchsten abgeschlossenen Diploms sowie Ihren Lebenslauf.

Die Studienplätze werden nach Eingang der Anmeldungen vergeben, wobei die Studienleitung über die Aufnahme entscheidet. Sie behält sich vor, ein persönliches Gespräch mit Ihnen vor der Aufnahmebestätigung zu führen.

Ist das CAS-Programm ausgebucht, oder wird es aufgrund ungenügender Nachfrage nicht durchgeführt, werden Sie so rasch wie möglich darüber informiert.

Alle weiteren Modalitäten entnehmen Sie bitte dem Studienreglement. www.hslu.ch/ikm-weiterbildung

Weitere Informationen zum Aufnahmeverfahren

An den Info-Veranstaltungen können Sie sich persönlich bei der Studienleitung über das genaue Aufnahmeverfahren informieren. www.hslu.ch/ikm-infoveranstaltungen

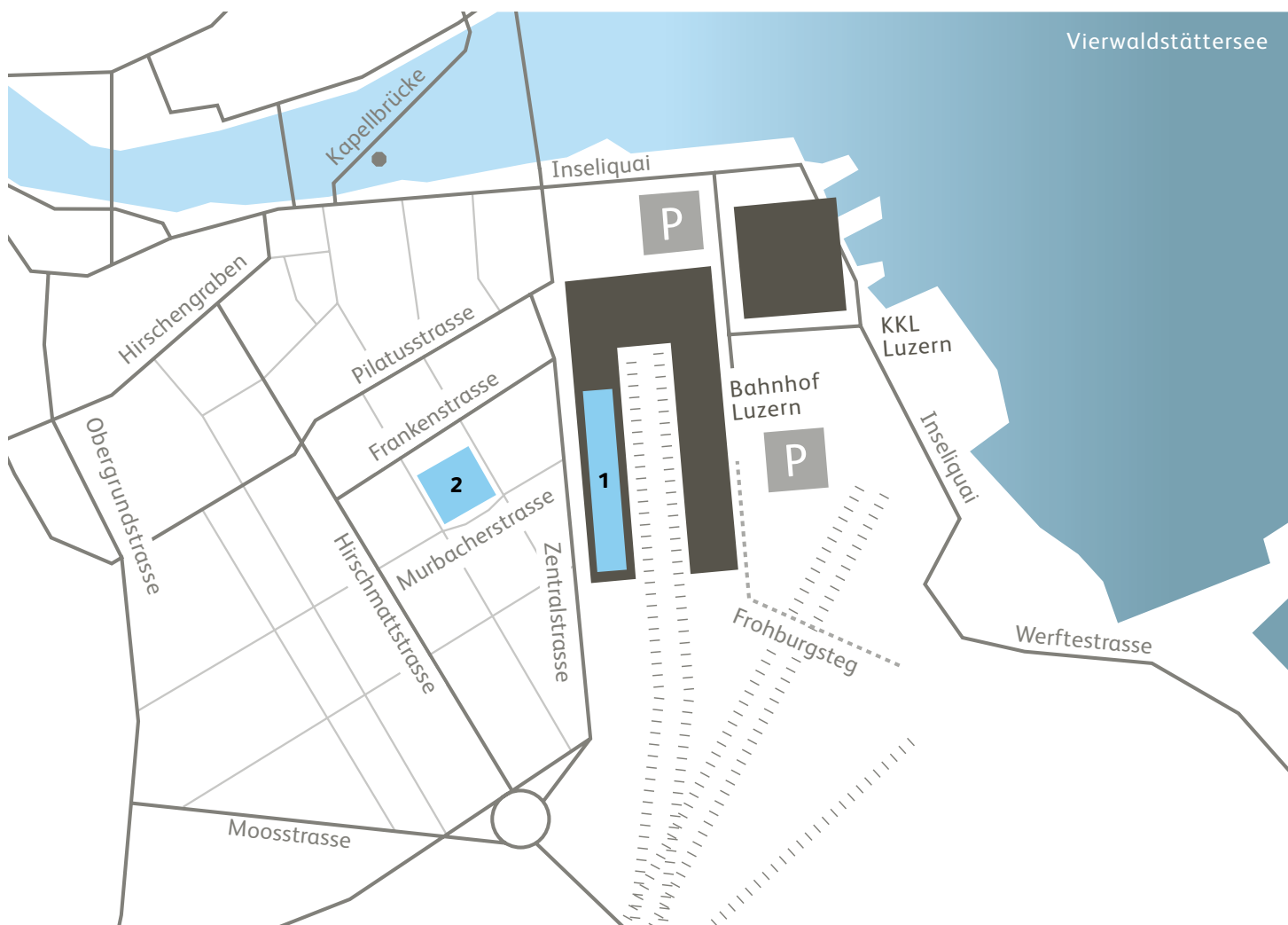
Oder kontaktieren Sie unsere Studienadministration:
T +41 41 228 99 50, ikm@hslu.ch

Wo findet Ihre Weiterbildung statt?

Ihr Unterricht findet in den Räumlichkeiten der Hochschule Luzern – Wirtschaft sowie des MAZ in Luzern statt. Alle Studienorte sind durch die Lage direkt am Bahnhof Luzern ideal mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen, bieten diverse Parkmöglichkeiten und verfügen über modernste Infrastruktur.

1
 Hochschule Luzern – Wirtschaft
 Zentralstrasse 9, CH-6002 Luzern
 T +41 41 228 41 11

2
 MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
 Murbacherstrasse 3, CH-6003 Luzern
 T +41 41 226 33 33



Wie können Sie sich weiter informieren?

Nutzen Sie die vielfältigen Möglichkeiten für vertiefte Einblicke und individuelle Beratung. So stellen Sie sicher, dass Sie eine bedürfnisgerechte, «massgeschneiderte» Weiterbildung auswählen und bestmöglich profitieren.

Website

Auf unserer Website finden Sie die aktuellen Termine für die Info-Veranstaltungen und das Anmeldeformular sowie ergänzende Informationen, beispielsweise zu den Studienstarts und den Durchführungszeiten der CAS-Programme und das Studienreglement.

Sie erfahren dort auch Details zu den einzelnen CAS-Programmen und zu den Qualifikationsschritten.

www.hslu.ch/ikm-weiterbildung

Info-Veranstaltungen

Detailliertere Einblicke in die verschiedenen Weiterbildungsprogramme erhalten Sie im Rahmen von Info-Veranstaltungen. Diese bieten Ihnen auch die Möglichkeit, Verantwortliche der Weiterbildung persönlich kennenzulernen und Fragen zu stellen. Die Daten der Info-Veranstaltungen finden Sie auf unserer Website:

www.hslu.ch/ikm-infoveranstaltungen

Probelektionen

Wenn Sie noch unsicher sind, ob der Besuch einer Weiterbildung für Sie das Richtige ist, oder ob ein bestimmtes CAS-Programm für Sie geeignet ist, können Sie gerne Probelektionen in einem laufenden CAS-Programm besuchen. Hier bietet sich die Möglichkeit eines direkten Gesprächs mit Studierenden und Dozierenden. Wenden Sie sich für eine Terminvereinbarung bitte direkt an unsere Studienadministration. Die Mitarbeitenden informieren Sie darüber, welche Weiterbildungsprogramme aktuell stattfinden.

T +41 41 228 99 50 oder ikm@hslu.ch

Persönliche Beratung

Weitere Informationen zu den einzelnen CAS-Programmen, zu deren Inhalten und Eignung für spezifische Berufsfelder, erfahren Sie bei einem persönlichen Beratungsgespräch mit Mitgliedern des MAS-Leitungsteams. Zudem geben wir Ihnen gerne Auskunft über eine mögliche Anrechnung von bereits absolvierten externen CAS-Programmen. Rufen Sie uns für eine unverbindliche Terminvereinbarung an oder schreiben Sie uns eine E-Mail.

– **Prof. Dr. Michael Boenigk**

Studienleiter MAS Communication Management
T +41 41 228 99 55, michael.boenigk@hslu.ch

– **Dr. André Briw**

Studienleiter MAS Brand and Marketing Management
T +41 41 228 99 54, andre.briw@hslu.ch

– **Seraina Mohr, lic. phil. I**

Studienleiterin MAS Digital Marketing and Communication Management
T +41 41 228 99 52, seraina.mohr@hslu.ch

Direkte Kontaktaufnahme

Erste Anlaufstelle für Fragen, beispielsweise nach freien Plätzen, dem Anmeldeschluss, Aufnahmebedingungen usw. sind die Mitarbeitenden unserer Studienadministration:

T +41 41 228 99 50 oder ikm@hslu.ch



Kontakt

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Institut für Kommunikation
und Marketing IKM

Zentralstrasse 9
Postfach 2940
CH-6002 Luzern

T +41 41 228 99 50
F +41 41 228 99 51
ikm@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm

Das IKM ist Teil der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Das Institut vertritt an der Hochschule Luzern die Kompetenzfelder Kommunikation und Marketing und entwickelt diese Bereiche laufend weiter. Besonderes Augenmerk gilt den Anforderungen, die sich aus der Digitalisierung des Marktumfelds ergeben. Die Dozierenden des IKM sind anerkannte Expertinnen und Experten in ihren Themenbereichen und tragen als Mitglieder der Professorenschaft die Lehre, betreiben Forschung und leisten auch einen wesentlichen Teil der Nachwuchsförderung.

Das Institut für Kommunikation und Marketing IKM ist verantwortlich für die Inhalte der Bachelor-Studiengänge Kommunikation und Marketing und die Module des konsekutiven Master of Science in Business Administration – Major Online Business and Marketing, bietet Weiterbildungen auf Master- und Zertifikatsstufe sowie Seminare und Fachtagungen an. Zudem betreibt das IKM angewandte Forschung & Entwicklung (aF&E) im Themenbereich Kommunikation und Marketing, berät Unternehmen, Organisationen und Behörden in Fragen der Kommunikation und des Marketings und stellt den Wissenstransfer zwischen angewandter Forschung, Lehre und Praxis sicher.

Die rund 60 Mitarbeitenden des Instituts für Kommunikation und Marketing IKM bringen Perspektiven und Methoden aus der Betriebswirtschaft, der Kommunikations- und Sprachwissenschaft, der Konsumentenforschung, dem digitalen Marketing und der digitalen Kommunikation, der Psychologie sowie der Informationsökonomie mit. Sie schaffen Wissen und geben es an Partner/innen und Studierende weiter. Lernen Sie uns kennen.