

Comms-Master-Canvas

Studiengang im Check:



Notizen:



Was sind die Themenfelder?

- Gesellschaftsorientierte Kommunikation (PR) ○○○○○○
- Interne Kommunikation ○○○○○○
- Marktkommunikation ○○○○○○
- General Management ○○○○○○

✓ Stakeholderbezogene Handlungsfelder

- Mitarbeiter-/Führungskräfte-Kommunik.
- Presse-/Medienarbeit
- Public Affairs/Lobbying
- Marketingkommunikation/Produkt-PR
- Investor Relations/Finanzkommunikation

✓ Themenbezogene Handlungsfelder

- Issues Management/Krisenkommunik.
- Change-Kommunikation
- Kommunikations-Controlling/Evaluation
- CSR-Kommunikation
- CEO-Kommunikation
- Corporate Branding/Corporate Identity

✓ Kanalbezogene Handlungsfelder

- Online-Kommunikation/Social Media
- Print-Kommunikation/Corp. Publishing
- Kampagnenkommunikation
- Eventkommunikation
- Sponsoring

Kategorien in Anlehnung an [Zerfaß/Dühring 2014](#) und [Röttner et al. 2017](#)

Wie ist der Studiengang ausgerichtet?



Wie international ist der Studiengang? Welche Chancen habe ich, ins Ausland zu gehen?

global vernetzt 

europäisch vernetzt 

Was hat mir die Region zu bieten?

Unterricht persönlich und praxisnah?

Betreuungsqualität

— +

Praxisbezug

— +

Wie angesehen ist der Standort?

Mit welchen Partnern arbeitet der Studiengang zusammen?

Master Corporate Communication Management (M.Sc.)

Hochschule Pforzheim, Business School | hs-pforzheim.de/mccm

„Unternehmenskommunikation mit dem Blick fürs Ganze“ #myMCCM

Mehr Infos und Kontakt: Instagram [mccm_business_pf](https://www.instagram.com/mccm_business_pf) | [LinkedIn](#) | [Student Ambassadors](#)



Was sind die Themenfelder?

Gesellschaftsorientierte Kommunikation (PR)	● ● ● ● ●
Interne Kommunikation	● ● ● ● ●
Marktkommunikation	● ● ● ● ●
General Management	● ● ● ● ○

✓ Stakeholderbezogene Handlungsfelder

- ✓ Mitarbeiter-/Führungskräfte-Kommunik.
- ✓ Presse-/Medienarbeit
- ✓ Public Affairs/Lobbying
- ✓ Marketingkommunikation/Produkt-PR
- ✗ Investor Relations/Finanzkommunikation

✓ Themenbezogene Handlungsfelder

- ✓ Issues Management/Krisenkommunik.
- ✓ Change-Kommunikation
- ✓ Kommunikations-Controlling/Evaluation
- ✓ CSR-Kommunikation
- ✓ CEO-Kommunikation
- ✓ Corporate Branding/Corporate Identity

✓ Kanalbezogene Handlungsfelder

- ✓ Online-Kommunikation/Social Media
- ✓ Print-Kommunikation/Corp. Publishing
- ✓ Kampagnenkommunikation
- ✓ Eventkommunikation
- ✓ Sponsoring

Kategorien in Anlehnung an [Zerfaß/Dühring 2014](#) und [Röttger et al. 2017](#)

Wie ist der Studiengang ausgerichtet?



Wie international ist der Studiengang? Welche Chancen habe ich, ins Ausland zu gehen?



- Weltweites Netzwerk eröffnet Zugang zu den 5% der besten Business Schools weltweit – ohne Studiengebühren, auch außerhalb Europas
- 25 Partnerhochschulen im Master-Bereich – von Mexiko bis Indonesien, von Finnland bis Portugal
- 60% der Studierenden im MCCM gehen erstmalig oder ein weiteres Mal ins Ausland

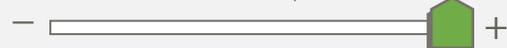
Was hat mir die Region zu bieten?

- Wirtschaftsstarker Südwesten mit besten (Neben-) Jobaussichten
- Bosch, Daimler, SAP & Co. nah bei



Unterricht persönlich und praxisnah?

Betreuungsqualität 25 Plätze pro Jahrgang
8 Professor*innen im Studiengang, internationale Gast-Prof. + Praxis-Expert*innen



Praxisbezug stark ausgeprägt durch Case Studies in der Lehre, Praxis- & Forschungsprojekte mit Partnern und das InnovationLab



Wie angesehen ist der Standort?



**Wirtschafts-
Woche Top10**

- Beste Business School an einer Hochschule für angewandte Wissenschaften (EU-Ranking EdUniversal)
- AACSB-akkreditiert – genau wie die Universität Mannheim, die TU München, die RWTH Aachen oder die Frankfurt School of Finance
- BWL-Studiengänge bundesweit unter den Top 10 bei Personalentscheidern (WiWo-Ranking)

<https://businessof.hs-pforzheim.de/fakultaet/qualitaet/rankings>

Mit welchen Partnern arbeitet der Studiengang zusammen?



Daimler, Porsche, dm Drogeriemarkt, Deutsches Rotes Kreuz, LBBW Landesbank Baden-Württemberg, u.a.