

Rekordzahlen bei Studienanfängern und neuen Partnerfirmen zum Studiengangs-Jubiläum

Im kommenden Oktober startet bei uns bereits der zwanzigste Studierenden-Jahrgang. Begonnen hat alles im Jahr 2000 – zunächst noch unter der Bezeichnung „Dienstleistungsmanagement mit Vertiefung Medienwirtschaft“. Nach dem Wechsel vom Diplom- zum Bachelorstudiengang in 2006 gab es dann die Umwidmung zu „Dienstleistungsmanagement/-marketing mit Schwerpunkt Medien & Kommunikation“, bevor schließlich im vergangenen Jahr auf das eingängigere „Marketing Management“ umgestellt wurde.

Diese Änderung, die mit einer grundlegenden Aktualisierung und Vertiefung des Lehrplans einherging, trägt nun Früchte: So viele Neuzugänge gab es noch nie – weder bei den Studienanfängern noch bei den Dualen Partnern. Wir rechnen mit über 30 Studierenden für den kommenden Oktober (deshalb empfiehlt es sich, frühzeitig Plätze für den Studienstart in 2020 zu reservieren – soweit Sie das nicht bereits getan haben).

Folgende Unternehmen wurden für den Studienstart Oktober 2019 als neue Duale Partner zugelassen:

- AWI Eberlein GmbH, Langfurth (Industriebedarf)
- Billomat GmbH & Co. KG, Nürnberg (Online-Buchhaltung und Rechnungsprogramm)
- BYK-Gardner GmbH, Geretsried (Elektrotechnik)
- codex GmbH & Co. KG, Ulm (Chemie)
- Dentsu Aegis Germany GmbH, Wiesbaden (Marketing)
- Hectronic GmbH, Bonndorf (Hersteller elektronischer Mess- und Steuerungstechnik)
- JULABO GmbH, Seelbach (Temperier-Lösungen)
- Kameleoon GmbH, Offenburg (Medien/Agentur)
- Ludwig Häberle Logistik GmbH, Schwäbisch Gmünd
- PUMA SE, Herzogenaurach (Sportartikel)
- Schöler Fördertechnik AG, Rheinfelden
- Schönegger Käse-Alm GmbH, Prem (Lebensmittel)
- semco Service Management Consulting GmbH, Dinkelsbühl (Dienstleistungen für Betriebe der Lebensmittelbranche)
- Solidpro Informationssysteme GmbH, Langenau (IT-Dienstleistungen)

Genehmigung des Schwerpunkts „Medien & Kommunikation“

In einer älteren Ausgabe dieses Newsletters wurde bereits darüber berichtet, dass der frühere Schwerpunkt „Medien & Kommunikation“ auch mit der erfolgten Umstellung auf den Studiengang „Marketing Management“ seine Bedeutung im Lehrplan behält. Vor Kurzem wurde diese erneut beantragte Vertiefung für den Standort Heidenheim auch offiziell durch die Fachkommission Wirtschaft (dem für die Bewilligung von Schwerpunkten zuständigen Expertengremium der DHBW) genehmigt. Die spezielle Kombination aus dem Studienschwerpunkt „Marketing Management“ mit der Vertiefung „Medien & Kommunikation“ ist nun an den Dualen Hochschulen Baden-Württemberg einmalig – ein Umstand, der möglicherweise zu der wachsenden Attraktivität unseres Studiengangs beigetragen hat.

Studiengangs-Sekretariat neu besetzt



Seit Juli ist Karin Schweizer die neue „Regentin“ über unser Studiengangs-Sekretariat. Sie hat zum 1. Juli die Nachfolge von Nicole Aldinger angetreten, die nach Beendigung ihrer Ausbildung als Kauffrau für Bürokommunikation eine volle Stelle im Studiengang Handel erhalten hat. Zuvor waren beide vormittags in einem gemeinsamen Sekretariat tätig, wobei Frau Aldinger schwer-

punktmäßig für uns und Frau Schweizer für den benachbarten Studiengang Versicherung verantwortlich war. Durch diesen Stellenwechsel ist unser Sekretariat nun ganztags besetzt.

Frau Schweizer ist eine sehr erfahrene Sekretärin, die auch schon viele Jahre den Studiengang Sozialmanagement in einer unserer Außenstellen betreut hat.

Unser Sekretariat können Sie per Tel. 07321/2722-226 oder per E-Mail (marketingmanagement@dhw-heidenheim.de) kontaktieren.

Redaktion:

Prof. Dr. Michael Froböse
Studiengangsleiter
Tel.: 07321/2722-221
Fax: 07321/2722-229
froboese@dhw-heidenheim.de

Herausgeber (V.i.s.d.P.):

Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim
Studiengang Betriebswirtschaftslehre – Marketing Management
Postfach 11 30, 89501 Heidenheim



Studierende erarbeiten Kommunikationskonzepte für Unternehmen und Einrichtungen in der Region

In einigen Fächern unseres Studiengangs bestehen die Prüfungsleistungen aus Medienproduktionen und/oder Projekt-Ergebnisberichten – der angestrebten engen Verbindung von Studium und Praxis entsprechend. Das inhaltlich umfassendste (und arbeitsintensivste) Lehrprojekt steht dabei regelmäßig im 6. und letzten Semester an. Die Studierenden setzen hier Lehrinhalte der Fächer „Ganzheitliche Kommunikation“ und „Videogestaltung“ um und haben die Aufgabe, die Vorgaben der Auftraggeber in einem cross-medialen Kommunikationskonzept umzusetzen. Neben einer medienübergreifenden Leitidee werden z.B. Social-Media-Kampagnen, Websites, Out-of-Home-Werbemittel und Broschüren produziert sowie ein Image-Film erstellt.

Diesmal hatten im 2. Quartal drei Studierendenteams des Jahrgangs 2016 jeweils ihr eigenes Praxisprojekt. Konkret ging es um den Q-Hof Raunecker in Frickingen, das neue Sonderpädagogische Bildungs- und Beratungszentrum (SBBZ) des Landkreises Heidenheim und die generalistische Pflegeausbildung in Heidenheim ab 2020. Näher beleuchtet wird hier aus Platzgründen nur das letztgenannte Projekt – das helfen soll, das Image des Pflegeberufs zu verbessern und Auszubildende zu gewinnen, und zwar speziell bezogen auf die neue generalistische Ausbildung, die Kinder-, Alten- und Krankenpflege verbindet. Hierzu wurde die „Ich bin ...“-Kampagne ausgearbeitet, bei der diesen beiden kurzen Worten jeweils ein emotionalisierendes Substantiv folgt:



Durch das „Spielen“ mit dieser Leitidee lässt sich die Vielfältigkeit der Pflegeausbildung gut illustrieren. Zudem bietet dieser Ansatz (dem Thema der Lehrveranstaltung entsprechend) ein hohes crossmediales Potenzial, denn die „Ich bin ...-Botschaften“ können gut über alle relevanten Kommunikationskanäle sowohl in Stand- als auch in Bewegtbild transportiert werden.

Bei der Produktion der verschiedenen Werbemittel wurde auf echte Pfleger/innen und Azubis des Landkreises Heidenheim gesetzt, die in ihren Einrichtungen bei der Arbeit fotografiert bzw. gefilmt wurden. Und wo es Sinn machte, wurde auch direkt auf die lokalen Gegebenheiten Bezug genommen. So stellt der „Schlossbesteiger“ auf das Schloss in Heidenheim und der „Traumerfüller“ auf den Besuch des Steiff-Museums im nahegelegenen Giengen mit seinen lebensgroßen Kuscheltieren ab.

Die von den Studierenden vorgeschlagenen Kampagnenpläne haben z.T. einen sehr hohen Detaillierungsgrad mit direkter Umsetzbarkeit. Diese beinhalten neben dem Imagefilm unter anderem die tägliche Post-Planung für Instagram und Facebook sowie verschiedene fertig gestaltete Flyer, z.B. für Ausbildungsmessen, um dort die neue Pflegeausbildung zu bewerben.

Die Ergebnisse der Gruppenarbeiten wurden kürzlich präsentiert und können sich wirklich sehen lassen; auch die Auftraggeber zeigten sich sehr zufrieden. Den „frischen Blick“ der Studierenden auf das Berufsbild des Pflegers lobte auch Prof. Dr. Marcel Sailer, der bei uns unter anderem den Studiengang Angewandte Gesundheits- und Pflegewissenschaften leitet – und der selbst 1990 seine Krankenpflegeausbildung abgeschlossen hat.

Studienstart Oktober 2020 mit der wissenschaftlichen Studienphase an der DHBW

Bei jedem neuen Jahrgang wechseln Theorie- und Praxisphase zu Studienbeginn ab. So startet der Jahrgang 2019 im Oktober mit der Praxisphase, während Jahrgang 2020 mit der Theoriephase (bzw. genauer: der wissenschaftlichen Ausbildungsphase) beginnen wird. Duale Partner, die in zwei aufeinanderfolgenden Jahren zusammen mit uns ausbilden, haben so immer einen oder mehrere Studierende bzw. Auszubildende im Unternehmen.

Redaktion:

Prof. Dr. Michael Froböse
Studiengangsleiter
Tel.: 07321/2722-221
Fax: 07321/2722-229
frobuese@dhw-heidenheim.de

Herausgeber (V.i.s.d.P.):

Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim
Studiengang Betriebswirtschaftslehre – Marketing Management
Postfach 11 30, 89501 Heidenheim

