



TUB: Wissenschaftsmarketing ist jetzt auch online studierbar

Die TU Berlin ist die einzige Universität bundesweit, die eine solche Qualifikation anbietet

Wissenschaftliche Einrichtungen, Forschungsinstitute und Hochschulen brauchen handlungsfähige Marketingleute, medienproben Öffentlichkeitsreferenten und geschultes Management, um in den immer härter werdenden Verteilungskämpfen mit professioneller Außendarstellung, gutem Abschneiden in Evaluierungsprozessen und profilierten Marken erfolgreich sein zu können.

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich neben der fachwissenschaftlichen Grundausbildung für derartige Leitungsaufgaben qualifizieren wollen, benötigen neben solider Grundkenntnis der Wissenschaftslandschaft und ihrer Förderstrukturen eine ganz bestimmte Bandbreite an Querschnittqualifikationen wie Markenbildung, Kampagnenführung, Budgetierung, Versiertheit beim Erstellen von Förderanträgen und bei der Drittmittelakquise, Kenntnis der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Scientific Events und verschiedener Formen der Interessenvertretung wie Lobbying oder Public Affairs.

Kurz gesagt, genau jenen Mix aus Kommunikations- und Marketingkompetenzen, der im Curriculum des Studiengangs Wissenschaftsmarketing nun in zwei Unterrichtsformaten vermittelt wird - als Abendstudiengang und als Blended-Learning-Studiengang. Bisher hieß der Studiengang "Wissenschaftskommunikation/Wissenschaftsmarketing". Nun wurde er in "Wissenschaftsmarketing" umbenannt.

Der Abendstudiengang

Im berufsbegleitenden Abendstudiengang finden die Lehrveranstaltungen (unter Berücksichtigung des Berliner Ferienkalenders) mit 50 Unterrichtseinheiten pro Semester zweimal pro Woche dienstags und donnerstags von 18.00 bis 21.00 Uhr statt.

Ausführliche Informationen unter: www.tu-servicegmbh.de/master

Der Blended-Learning-Studiengang

Im Blended-Learning-Studiengang wird das Curriculum in einer Kombination aus Studienbriefen, ergänzenden Präsenzphasen, teletutoriell unterstützten Online-Lernphasen und zusätzlichen Arbeitspaketen abgebildet. Der Arbeitsumfang ist mit dem Präsenzstudiengang identisch. Dieser Studiengang ist der erste Online-Studiengang der TU Berlin. Er ist viersemestrig und dauert zwei Jahre.

Grundlage der Lehre bilden zwanzig, eigens für das Selbststudium didaktisch aufbereitete und neu verfasste Studienbriefe. In insgesamt zehn Präsenzphasen innerhalb von vier Semestern werden die Modulhalte vermittelt und in Praxisbeispielen vertieft. Sie werden ergänzt durch Online-Nachbereitungs- und -Vertiefungsphasen, in denen das erworbene Wissen durch Übungsaufgaben eingeübt, überprüft und gefestigt wird. Jedes Modul schließt mit einer Prüfung ab.

Neben der persönlichen Betreuung durch die Studiengangsleitung und den jeweiligen Fachdozenten während der Präsenzwochen sorgen E-Learning-Arrangements wie Foren, Web-meetings, interaktive Tests und Übungsaufgaben für genau die Unterstützung, die ein Blended-Learning-Studium braucht, damit soziale Bindung und Motivation auch online funktionieren.

Der Zusatznutzen gegenüber dem Präsenzstudiengang besteht in der uneingeschränkten bundesweiten Studierbarkeit und dem Privileg, dies vom eigenen Schreibtisch aus tun zu können.

Ausführliche Informationen unter: www.tu-servicegmbh.de/online-master

Das erworbene Wissen muss unmittelbar in den beruflichen Anwendungszusammenhang einfließen können. An dieser pragmatischen Prämisse orientieren sich beide Formen der Vermittlung.

Die Bewerbungsphase läuft
Interessenten können sich ab sofort für beide Studienformate vormerken lassen.
Die Bewerbungsphase läuft bis Ende September.

3472 Zeichen

Weitere Informationen erteilen Ihnen gern: Michaela Kirchner und Dr. Wolfgang Merten, Tel.: 030/ 44 72 02 33 oder kirchner@tu-servicegmbh.de und merten@tu-servicegmbh.de

URL for press release: <http://www.tu-berlin.de/medieninformationen/>

URL for press release: <http://www.tu-servicegmbh.de/master>

URL for press release: <http://www.tu-servicegmbh.de/online-master>