

Press release**Technische Universität Berlin****Stefanie Terp**

07/20/2015

<http://idw-online.de/en/news635026>Miscellaneous scientific news/publications
interdisciplinary
regional**TU Berlin: Eine Berlin-Brille für Nerds****Seit zehn Jahren wird an der TU Berlin erfolgreich professionelles Wissenschaftsmarketing gelehrt / Neue Termine für Informationsveranstaltungen zum Studiengang**

Wie vermittelt man die Vorteile des Wissenschaftsstandortes Berlin? Was muss man tun, um das Besondere dieses Standorts sofort erkennbar zu machen und wie kann man Wissenschaft visualisieren?

Studentinnen des TU-Masterstudiengangs „Wissenschaftsmarketing“ haben 2014 einen Vorschlag für ein solches Marketing entwickelt. Ihr Produkt einer „Berlin-Brille“ für die Kampagne „Sei ein Nerd“ wurde von Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH aufgegriffen und in der Werbung für den Wissenschaftsstandort Berlin verwertet.

„Dieser Erfolg ist kein Zufall“, sagt Dr. Wolfgang Merten, der Leiter des Masterstudienganges „Wissenschaftsmarketing“. Seit 2005, also seit zehn Jahren, bietet die TU Berlin mit ihrem Tochterunternehmen ScienceMarketing (TUBS GmbH) den akkreditierten Masterstudiengang in ihrem Weiterbildungsprogramm an: Namhafte Expertinnen und Experten aus dem Wissenschafts- und Wirtschaftsbereich vermitteln theoretische Kenntnisse, die in praktischen Übungen angewandt werden.

Die Studierenden des Masterstudienganges kommen aus allen Wissenschaftsbereichen und bringen vielfältige Erfahrungen aus der Forschung, der Lehre, der Wissenschaftsverwaltung oder der Wissenschaftskommunikation mit. Sie erhalten nicht nur ein fundiertes, theoretisches Marketing- und Managementwissen, sondern entwickeln in regem Austausch mit den Dozenten und miteinander kreative Marketing-Ideen und -Konzepte für den Wissenschaftsbereich. „Die Expertise des Masterstudiengangs Wissenschaftsmarketing, wie Wissenschaft innovativ und kreativ vermittelt werden kann, könnte also kaum größer sein. Denn genau das lehren wir“, so Wolfgang Merten. Mehr als 300 Absolventen hat der Studiengang bislang erfolgreich ausgebildet.

„Unsere Kernthemen sind wissenschaftsadäquate Marketinginstrumente, Kommunikations- und Medienkompetenz, Public Affairs und Lobbying zwischen Interessenvertretung und Politikberatung, Fundraising und Sponsorenakquise, Markenbildung, Management-Skills, Scientific Events, Technologietransfer, Rechtsgrundlagen, Steuerungsmechanismen, also, alles, was man für eine Karriere als Führungskraft in der Wissenschaft braucht“, so Michaela Kirchner, Leiterin des Bereichs „Weiterbildung“ an der TUBS.

Bitte weisen Sie in Ihrem Medium auf folgende Informationsveranstaltungen zum Studiengang hin:

Zeit: 23. Juli, 6. August und 3. September 2015, 18.00 Uhr
Ort: TUBS GmbH, Steinplatz 2, 10623 Berlin

Um Anmeldung per Mail wird gebeten: kirchner@tubs.de

Der nächste Masterstudiengang „Wissenschaftsmarketing“ an der TU Berlin beginnt am 21. Oktober 2015.

TU Berlin Masterstudiengang „Wissenschaftsmarketing“:
<http://www.tubs.de/de/main/master/>

Informationen über die „Berlin-Brille“ der TU-Studierenden unter:
<http://www.talent-berlin.de/entdecke-berlin/berlinlovesyou/>

Weitere Informationen erteilt Ihnen gern:

Dr. Wolfgang Merten

E-Mail: merten@tubs.de

Michaela Kirchner

E-Mail: kirchner@tubs.de

TUBS GmbH