

13 Hochschule Luzern - Wirtschaft

Hochschule Luzern - Wirtschaft Institut für Kommunikation und Marketing

Hochschule Luzern - Wirtschaft
Zentralstrasse 9
Postfach 2940
6002 Luzern
041 228 99 50
ikm@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm

| | |
|--|--|
| Voraussetzungen und Zulassungsbedingungen | Ausbildung: kein Numerus Clausus: Berufsmatura oder gymnasiale Matura mit mind. 1 Jahr kaufmännische Berufserfahrung Ausländische Studierende: Hochschulreife plus mind. 1 Jahr kaufmännische Berufserfahrung Weiterbildung: 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». |
| Studiendauer | Ausbildung: Bachelor: 3 Jahre Vollzeit, 4 Jahre berufsbegleitend Weiterbildung: 2 Jahre berufsbegleitend |
| Mögliche Studiengänge | Ausbildung: <ul style="list-style-type: none">- Bachelor of Science in Business Administration <i>Major in Marketing</i> <i>Major in Kommunikation</i> Weiterbildung: <ul style="list-style-type: none">- Master of Advanced Studies in Communication Management- Master of Advanced Studies in Brand and Marketing Management- Master of Advanced Studies in Digital Marketing and Communication Management |
| Titel nach erfolgreichem Abschluss des Studiengangs | Ausbildung: <ul style="list-style-type: none">- Bachelor of Science in Business Administration mit Major in Kommunikation oder Major in Marketing Weiterbildung: <ul style="list-style-type: none">- 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 |

| | |
|--|---|
| Ausbildung (Erstausbildung, Diplomausbildung, Aufbaustudium, Neben- und Ergänzungsfach) | Ausbildung: - Erstausbildung (Bachelor) - Major in Kommunikation - Major in Marketing Weiterbildung: Zweitausbildung / Weiterbildung (Master of Advanced Studies) |
| Unterrichtssprache (Hauptsprache für Unterricht und Prüfungen) | Deutsch |
| Notwendige Anzahl Credits | Ausbildung: 180 ECTS, davon 60 aus dem Major Kommunikation und Major Marketing (120 aus dem betriebsökonomisch-generalistischen Studium) Weiterbildung: MAS: 60 ECTS |
| Studienkosten | Ausbildung: 800 CHF pro Semester, einmalige Einschreibgebühr von 515 CHF, plus Prüfungsgebühren von 300 CHF pro Jahr. Weitere Auslagen (Bücher, Kopien etc.) von ca. 200-300 CHF pro Semester Weiterbildung: ab 29'700 CHF für das gesamte MAS-Programm |
| Studienbeginn | Ausbildung: jeweils zum Herbstsemester Weiterbildung: Januar - März oder August |
| Verortung, Strukturen (Fakultät, Institut etc.) | Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Kommunikation und Marketing |
| Institutsleitung | Prof. Dr. Andreas Brandenburg |
| Anzahl ordentliche oder assoziierte Professuren | 12 Fachbereichsleiter/innen |
| Anzahl Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer (inkl. Privatdozenten) | 33 hauptamtliche Dozent/innen 8 nebenamtliche oder befristet angestellte Dozent/innen |
| Stellenprozente wissenschaftliches Personal (Mitarbeiter, Assistenzen, Oberassistenzen) | Assistenten: 220% |
| Stellenprozente Sekretariat, Bibliothek | Sekretariat: 370 % Bibliothek der Hochschule Luzern - Wirtschaft mit ca. 150% |
| Anzahl Studierende 2017 | Ausbildung: ca. 1100, davon rund ¼ in der Studienrichtung Kommunikation+Marketing Weiterbildung: ca. 250 |
| Anzahl Abschlüsse pro Jahr | Ausbildung: 60-80 (nur Studienrichtung Kommunikation + Marketing) Weiterbildung: MAS ca. 70 |
| Bibliothek | Bibliothek der Hochschule Luzern – Wirtschaft mit Präsenzbestand und Ausleihbestand, Fachzeitschriften, Tages- und Wochenzeitungen Zentrale Hochschulbibliothek 5 Gehminuten entfernt |
| Arbeitsplätze für Studierende | Ca. 20 Arbeitsplätze in der Bibliothek, 1 PC-Walk-in Raum, gesamtes Gebäude mit W-LAN vernetzt, genügend Steckdosen |
| Grundausrichtung des Studiengangs (sozial-, kultur- oder wirtschaftswissenschaftlich) | wirtschaftswissenschaftlich |
| Beschreibung des Forschungsgegenstandes | In drei Forschungsschwerpunkten werden aktuelle Fragestellungen praxisorientiert und in Zusammenarbeit mit Wirtschaftspartnern untersucht. Diese Schwerpunkte sind: |

| | |
|--|--|
| | <p>(1) Unternehmens- und Marketingkommunikation (speziell: Integrierte Kommunikation, PR, Prozessmanagement und Interne Kommunikation) (2) Online Kommunikation und Marketing (3) Marketing (speziell: Brand Management)</p> |
| <p>Aufbau des Studiengangs (Grobstrukturen)</p> | <p>Ausbildung: 2/3 generalistisches-betriebsökonomisches Studium, davon 2 Semester Assessment-Stufe, bestandene Module / Credits von mind. 51 ECTS als Bedingung für den Einstieg in die Bachelor-Stufe (berufsbegleitend: Abschluss Assessmentstufe nach 3 Semestern); 1/3 Vertiefung in der Studienrichtung Kommunikation und Marketing (5 Schwerpunkte: Unternehmens- und Marketingkommunikation, Marketing, Online-Kommunikation, Journalismus und Medien, Kommunikationskompetenzen); Prüfungen / Leistungsnachweise in jedem Modul, Abschluss mit einer Bachelorarbeit Weiterbildung: Besuch von 3 CAS-Programmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brand Management - Consumer Behavior and Insights - Corporate Communication - Design Management - Digital Analytics in Marketing - Digital Customer Experience - Internal and Change Communication - Marketing and Multichannel Communication - Online Communication and Marketing - Online Media and Campaign Management - Online Shop and Sales Management - Product Management and Marketing - Sales and Distribution Management - Strategic Communication - Brand Journalism & Corporate Storytelling <p>plus eine Master-Arbeit mit Transferarbeit und mündlicher Prüfung, Qualifikationsschritte in jedem CAS</p> |
| <p>Berufsfelder</p> | <ul style="list-style-type: none"> - PR / Media Relations / Corporate Communication - Marketingkommunikation (Sponsoring, Werbung, Eventmarketing etc.) - Marketing, Marktforschung, Brand- und Produktmanagement, Vertrieb - Online Kommunikation, neue Medien, e-Commerce, Online Sales - Diverse betriebswirtschaftliche Berufsfelder (z.B. Key Account Management, Verkauf, Vertrieb, Unternehmensentwicklung, Personalmanagement) - Data Science |