

Werbung interkulturell: Sprache, Medien, Marketing

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt und Åbo Akademi University, Finnland
Master of Arts



Allgemein

Werbung interkulturell - Strategien, Inhalte und Wirkungen

Sie haben Lust auf einen internationalen Masterstudiengang, der Kommunikation, Marketing, Medien und Sprache gleichermaßen verbindet? Werbung interkulturell: Sprache, Medien, Marketing bietet eine spannende Kombination aus aktueller Forschung und Praxisprojekten im Bereich des interkulturellen Marketings und seiner kommunikativen Grundlagen. Der nicht-konsekutive Master ist offen für Absolvent/-innen von geistes-, kunst-, wirtschafts-, medien- oder sozialwissenschaftlichen Studiengängen.

"Werbung interkulturell" ist ein Double-Degree-Master: Sie studieren ein Jahr an der KU Eichstätt-Ingolstadt und ein Jahr an der Åbo Akademi University in Turku (Finnland) und erwerben sowohl einen deutschen als auch einen finnischen Masterabschluss.

Zu den Inhalten des Studiums gehören die Kodierung von Werbeinhalten in sprachlicher, bildlicher und filmischer Form, die sozialen, ethischen und kulturellen Determinanten von Werbekommunikation sowie der Bereich des internationalen und interkulturellen Marketings. Sie erwerben in Projektworkshops die Kompetenz zur Konzeption und Umsetzung von interkulturellen Werbestrategien. In Forschungsseminaren erlernen Sie die Fähigkeit zu selbständiger wissenschaftlicher Forschung und zu einer wissenschaftsadäquaten Vermittlung Ihrer Forschungsergebnisse. Das Studium zeichnet sich in allen Seminaren und Workshops durch einen engen Kontakt zwischen Studierenden und Dozierenden sowie durch eine persönliche Betreuung aus.



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Kontakt

Universitätsallee 1
85072 Eichstätt

Studierendenberatung

Telefon: +49 / 8421 / 93-21283
E-Mail:
studierendenberatung@ku.de

Fachstudienberatung

Prof. Dr. Thomas A. Fritz
Telefon: +49 8421 93-21342
thomas.fritz@ku.de

Aufbau

Aufbau

Zielsetzung des Studiums ist es, Werbung kompetent beurteilen zu können, und zwar vor allem in solchen beruflichen Feldern, in denen Entscheidungen über Werbung vor dem Hintergrund kultureller Diversität getroffen werden. Diese Kompetenz zur Beurteilung von Werbeinhalten, Werbestrategien und Werbewirkungen im Bereich des internationalen Marketings wird durch die interdisziplinäre und internationale Ausrichtung des Studienprogramms ermöglicht.

Auch das Studium selbst ist durch den einjährigen Auslandsaufenthalt an der schwedischsprachigen Universität Finnlands, der Åbo Akademie in Turku, in ein interkulturelles Umfeld eingebettet. Schwedischkurse am Sprachenzentrum der KU bereiten Sie auf den Auslandsaufenthalt in Turku vor. Indem Sie in den deutsch- und englischsprachigen Seminaren Ihre Englischkenntnisse trainieren und den relevanten englischen Fachwortschatz erwerben, werden Sie optimal auf den Arbeitsmarkt vorbereitet.

Die Forschungsseminare im Studienprogramm werden durch Praxis-Workshops ergänzt, sodass sich während des Studiums immer wieder zahlreiche Möglichkeiten bieten, das erlernte Wissen in der Praxis anzuwenden. Durch den Kontakt mit Unternehmen, Organisationen und Praxispartnern erhalten Sie während des gesamten Studienverlaufs vielfältige Anregungen, die Sie auf den Berufseinstieg vorbereiten und Ihr Bewerberprofil stärken.

So lernen Sie in einem Praxisseminar in einem Unternehmen den Bereich Produktmarketing und -kommunikation vor Ort kennen und gewinnen Einblick in die Perspektive und die spezifischen Herausforderungen eines Unternehmens. Bereits im 1. Semester erwerben Sie im Praxis-

Workshop Visuelle Kommunikation praktische Kompetenzen in der digitalen Bildbearbeitung und theoretische Kenntnisse zur visuellen Kommunikation, etwa zur psychologischen Wirkung von Farben und Formen. Im 2. Semester werden im Projekt-Workshop Imagefilm Werbespots analysiert und eigene Werbefilme produziert. Ziel des Workshops ist es zu erlernen, wie spannende, originelle und emotional berührende Werbespots entstehen: von der Ideenfindung, über die Drehbuchentwicklung bis hin zur Postproduktion. Sie produzieren die Imagefilme und entwickeln die Kommunikationsstrategie im Auftrag externer Unternehmen oder Non-Profit-Organisationen und somit für einen konkreten und realen Kommunikationsbedarf.

Studienorte

Studienorte

Veranstaltungen im Masterstudiengang Werbung interkulturell: Sprache, Medien, Marketing finden am Standort Eichstätt der KU statt. Nach dem Prinzip einer Campus-Universität sind die modern ausgestatteten Gebäude direkt an der Altstadt gelegen. Die Wege sind kurz: In höchstens zehn Minuten Spaziergang sind "Eichstätter Distanzen" problemlos zu Fuß zu überbrücken. Auf dem Campus finden sich grüne Oasen wie der Hofgarten, die perfekt für etwas Entspannung geeignet sind. Eichstätt und der umliegende Naturpark Altmühltal sind ein beliebtes Reiseziel für Kulturinteressierte, Naturliebhaber, Freizeitsportler und viele mehr. Charakteristisch für die wohl kleinste Unistadt Europas ist die barocke Kulisse kombiniert mit moderner Architektur.

Das zweite Studienjahr verbringen Sie an der Åbo Akademi University Turku, der schwedischsprachigen Universität Finnlands. Ähnlich wie die KU ist sie mit derzeit 7.000 Studierenden alles andere als eine Massenuniversität. Die individuelle Betreuung spielt an der Åbo Akademi University eine große Rolle. Die Stadt Turku mit ihren über 190.000 Einwohnern ist landschaftlich reizvoll an der Küste der Ostsee gelegen. Eine besondere Attraktion ist der vorgelagerte Schärenarchipel. Im Jahr 2011 war Turku gemeinsam mit Tallinn Europäische Kulturhauptstadt.

Studierende der KU werden für den Aufenthalt in Turku durch Erasmus+ gefördert. Mit Schwedisch-Kursen am Sprachenzentrum der KU können Sie sich auf den Auslandsaufenthalt vorbereiten.

Bewerbung

Bewerbung

Der Masterstudiengang bietet 25 Studienplätze pro Jahr und startet jeweils zum Wintersemester. Für die Einschreibung ist eine Bewerbung erforderlich. Ist diese erfolgreich, erhalten Sie einen Zulassungsbescheid, mit dem Sie sich dann einschreiben können.

Die Bewerbung erfolgt online über das zentrale Bewerbungsportal der KU. Bitte beachten Sie, dass eine Registrierung im Portal jederzeit möglich ist, die Bewerbung selbst aber nur innerhalb der Bewerbungsfrist von Anfang Mai bis Ende Juli.

Zulassungsvoraussetzungen sind ein gut (2,3) benoteter Erstabschluss in Geistes-, Kunst-, Medien-, Wirtschafts- oder Sozialwissenschaften, sowie Deutsch- und Englischkenntnisse auf Niveau C1.

[Mehr Informationen zum Bewerbungs- und Einschreibeprozess an der KU >](#)

Wirtschaftswissenschaften