

Studienfächer

Vorbereitungsmodul ¹	Ebene des FHNW-Modells	Präsenz-kurstage	Anzahl Lektionen	ECTS	Kosten in CHF
Unternehmensmanagement					
Strategisches Management		3	24	8	im Grundpreis inbegriffen
Marketing		2	16		
Kostenmanagement		2	16		
Finanzbericht und Kennzahlen		2	16		
Mitarbeiterführung		3	24		
Reputationsmanagement		1	8		

¹ Das Vorbereitungsmodul «Unternehmensmanagement» befähigt Sie, sich auch auf GL-Ebene sicher zu bewegen und Ihr Kommunikationsmanagement von der strategischen Positionierung bzw. der Strategie abzuleiten. Für die Teilnahme am Masterprogramm ist der erfolgreiche Besuch dieses Modules Pflicht. Teilnehmende mit entsprechender schulischer Vorleistungen können sich ganz oder teilweise dispensieren lassen.

Pflichtmodule / Pflichtkurse	Ebene des FHNW-Modells	Präsenz-kurstage	Anzahl Lektionen	ECTS	Kosten in CHF
Modul 1: Persönliche Kommunikationskompetenz					
Interpersonale Kommunikation		1	8	3	im Grundpreis inbegriffen
Nonverbale Kommunikation		1	8		
Rhetorik		2	16		
Argumentation		1	8		
Verständlich Texten		2	16		
Modul 2: Kommunikationsmanagement					
Integrierte Kommunikation I		1	8	11	im Grundpreis inbegriffen
Corporate Culture und Identity		1	8		
Visual Identity und Corporate Design		2	16		
Brand Management		2	16		
Integrierte Kommunikation II		2	16		
Issues Management		2	16		
Online-Kommunikation		4	32		
Krisenkommunikation		2	16		
Kommunikationscontrolling		1	8		
Kommunikationsrecht		2	16		
Kommunikationsethik		2	16		
Integrierte Kommunikation III		2	16		
Modul 3: Praxistransfer					
Einführung ins Masterstudium		1	8	20	im Grundpreis inbegriffen
Einführung zur Masterthesis		2	16		
Karrieremanagement		1	8		
Verfassen der Masterthesis					

Wahlmodule / Wahlkurse	Ebene des FHNW-Modells	Präsenz-kurstage	Anzahl Lektionen	ECTS	Kosten in CHF
Modul 4: Kommunikationsworkshops					
Präsentation		1	8	1	440.–
Consulting		2	16	1.5	880.–
Moderation		1	8	1	440.–
Coaching		1	8	1	440.–
Werbetexte		1	8	1	440.–
Online-Texte		1	8	1	440.–
Presstexte		2	16	1.5	980.–
Auftritt vor Kamera/Mikrofon ²		2	16	1.5	1 480.–
Modul 5: Bezugsgruppen					
Medienarbeit		2	16	1.5	980.–
Marketing-Kommunikation		2	16	1.5	880.–
Interne Kommunikation		3	24	2	1 320.–
Public Affairs		2	16	1.5	980.–
Modul 6: Kommunikationsinstrumente					
Sponsoring		1	8	1	440.–
Content Marketing (Corporate Publishing)		2	16	1.5	880.–
Audiovisuelle Kommunikation und Videoproduktion		2	16	1.5	880.–
Modul 7: Anwendungskurse Online / Mobile²					
Bloggen, Twittern, Posten		1	8	1	440.–
Mobile Marketing und App-Building		1	8	1	440.–
Webseiten konzipieren		1	8	1	440.–
Suchmaschinenmarketing, SEO, SEA, Wirkungsmessung		2	16	1.5	880.–
Omni-Channel Communication		1	8	1	440.–
IT-Schnittstellen in der digitalen Kommunikation		1	8	1	440.–
Legende / Bezug zum FHNW-Modell des integrierten Kommunikationsmanagements (schwerpunktmässige Zuteilung)					
Organisationsstrategischer Rahmen					
Strategisches Kommunikationsmanagement					
Operatives Kommunikationsmanagement					
Praxistransfer					

Neu ab 2018

Diese Wahlkurse können Studierende im Rahmen der mindestens zu erreichenden 18 ECTS Punkten unabhängig der Modulzugehörigkeit frei auswählen und kombinieren.

Wichtig: Preise können ändern