

Im Mittelpunkt des Kriterien-Kataloges steht die Bestimmung der Studienbereiche und deren Aufteilung auf einzelne Fächer im Curriculum der jeweiligen Akademie. Sie richtet sich nach dem vorgegebenen Rahmenlehrplan der Konferenz. Geregelt ist auch, als Studierender an einer umfassenden Praxis-Aufgabe teilnehmen zu können, z. B. an einer „Modell-Agentur“, als Bestandteil des Studiums. Auch die Prüfungen der Mitglieds-Akademien richten sich nach der vorgegebenen Rahmen-Prüfungsordnung.

Die Konferenz und ihre Mitglieder pflegen, über den Einsatz ihrer Dozenten aus der Praxis hinaus, einen ständigen Austausch mit den Unternehmen und Berufsvverbänden für die sie ausbilden.

Der Rahmenlehrplan

Der Rahmenlehrplan ist in folgende Fachgebiete unterteilt:

- Allgemeine Grundlagen**
 Volkswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre, Werbe- und Wettbewerbsrecht, Markt- und Werbepsychologie, Soziologie, Statistik
- Grundlagen und Instrumente der Kommunikation und des Marketing**
 Marktforschung, Marketing- und Kommunikationsmanagement, Controlling, Kommunikationstheorie, Corporate Identity, Kommunikationsmix, z. B. Klassische Werbung, Verkaufsförderung, Dialogmarketing, PR, Messen und Internet
- Werbung und Media**
 Werbelehre, Medialehre, Werbemanagement, Briefing, Kreativitätstechniken, visuelle und textliche Kommunikation, Gestaltung und Produktion, Repro- und Drucktechniken
- Spezielle Veranstaltungen**
 Arbeitstechniken, Präsentationstechnik, Übungen, Modellagenturen, Exkursionen

Bremen/Oldenburg
 Bremer Akademie für Kommunikation, Marketing und Medien
 Friedrich Dodo de Boer

Hartungstraße 1 • 28203 Bremen
 Tel. 0421/712 91
 Fax: 0421/70 38 53
 www.Bremer-Akademie.de
 info@Bremer-Akademie.de

Düsseldorf
 Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation e. V.
 Horst Harguth

Graf-Adolf-Straße 61 • 40210 Düsseldorf
 Tel. 0211/37 39 00
 Fax: 0211/385 81 36
 www.damk.de
 info@damk.de

Frankfurt
 Akademie für Marketing-Kommunikation e. V.
 Mike Barowski

Westerbachstraße 164 • 65936 Frankfurt
 Tel. 069/70 40 95 und 70 60 25
 Fax: 069/707 51 67
 www.akademie-frankfurt.de
 info@akademie-frankfurt.de

Hamburg
 Hanseatische Akademie für Marketing + Medien
 H. Theo Otten

Conventstraße 14 • 22089 Hamburg
 Tel. 040/40 18 52-33
 Fax: 040/40 18 52-34
 www.hhamm.de
 totten@hhamm.de

Hannover
 Norddeutsche Akademie für Marketing + Kommunikation e. V.
 Thomas Poremba

Lange Laube 2 • 30159 Hannover
 Tel. 0511/172 11
 Fax: 0511/159 52
 www.norddeutsche-akademie.de
 info@norddeutsche-akademie.de

Kassel
 Akademie für Absatzwirtschaft
 Kassel e. V.
 Volker Baars

Gobietstraße 13 • 34123 Kassel
 Tel. 0561/99 89 6-0
 Fax: 0561/99 89 6-43
 www.afak.de
 info@afak.de

Köln
 WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation e. V.
 Prof. Dr. Ulrich Stangl

Bonner Straße 271 • 50968 Köln
 Tel. 0221/934 77 80
 Fax: 0221/934 77 88
 www.wak-koeln.de
 info@wak-koeln.de

Leipzig
 S. A. W. Akademie für Marketing und Kommunikation Leipzig
 Andrea Büchner

Gutenbergplatz 1 a • 04103 Leipzig
 Tel. 0341/128 20-40/-42
 Fax: 0341/128 20-41
 www.werbeakademie.de
 info@werbeakademie.de

Magdeburg
 Mitteldeutsche Akademie für Marketing + Kommunikation
 Petra Kirchner

Schönebecker Str. 82-84 • 39104 MD
 Tel. 0391/621 95 80
 Fax: 0391/623 95 07
 www.mitteldeutsche-akademie-md.de
 info@mitteldeutsche-akademie-md.de

München
 Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)
 Dr. Matthias Lung

Orleansstraße 34 • 81667 München
 Tel. 089/48 09 09-10
 Fax: 089/48 09 09-19
 www.baw-online.de
 info@baw-online.de

Nürnberg
 Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)
 Ulrike Brix

Beuthener Straße 45 • 90471 Nürnberg
 Tel. 0911/40 21 71
 Fax: 0911/40 48 23
 www.baw-online.de
 baw.nuernberg@t-online.de

Stuttgart
 Südwestdeutsche Akademie für Marketing und Kommunikation e. V.
 Prof. Bernd J. Matt

Königstraße 1b • 70173 Stuttgart
 Tel. 0711/29 17 14
 Fax: 0711/226 24 24
 www.swd-akademie.de
 swakademie@t-online.de

Herausgeber
 Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marketing, Medien e. V.
 Präsident: Dr. Matthias Lung
 www.konferenz-der-akademien.de
 ml@baw-online.de

Ehrenpräsident: Hans Dieter Maier
 www.hdm-marketing.de
 maier@hdm-marketing.de

Stand: Mai 2005

KONFERENZ DER AKADEMIEEN
 für Kommunikation, Marketing, Medien e.V.



Ihr Weg in Werbung und Marketing

Absolvieren Sie eine der führenden Kommunikations-Akademien



Werbung, Kommunikation und Marketing als Berufsziel

Zwei Wege der beruflichen Bildung führen in die Berufswelt der Werbung, der gesamten Kommunikation und des Marketing.

Entweder, Sie besuchen nach dem Schulabschluss eine Hochschule oder Sie entscheiden sich für den Praxis-Weg über eine Kommunikations-Akademie.

Zum Praxis-Weg gibt Ihnen dieses Faltblatt wertvolle Hinweise.

Der Abschluss Kommunikationswirt/-in

Beim bewährten Praxis-Weg absolvieren Sie Ihr Studium während Ihrer Berufstätigkeit, also berufsbegleitend abends oder am Wochenende. Parallel zu einer festen Anstellung, einem Praktikum oder einer Lehre. Getreu dem Motto: „So viel Theorie wie nötig – so viel Praxis wie möglich“.

So fassen Sie leichter Fuß in einem der anspruchsvollen Kommunikations- und Marketing-Berufsfelder von Agenturen, Medien, werbungstreibender Wirtschaft und Non-Profit-Institutionen. Und abhängig davon, ob Ihre Neigungen im Management-, Kreativ- oder Service-Bereich liegen.

Zum Beispiel in Agenturen und Unternehmen als:

- Projektmanager
- Marketingleiter
- Werbeleiter
- Kontakt-Assistent
- Kundenberater
- Texter
- Produktmanager
- Etat-Direktor
- Mediaplaner
- Medialeiter
- Verlagsleiter
- Marktforscher, u. a. m. ...

Weitere berufsbezogene Informationen erhalten Sie unter: www.konferenz-der-akademien.de

Sie schließen Ihr Studium als „Kommunikationswirt/-in“ oder „Marketing-Kommunikationswirt/-in“ (Engl. Diploma in Marketing Communication) ab, ergänzt durch das Kürzel der jeweiligen Akademie.

Er ist eine bundesweit eingeführte Berufs-Bezeichnung und die in der Praxis anerkannte Qualifizierung für die anspruchsvollen Berufe der Werbung, der Marketing-Kommunikation, sowie des umfassenden Marketing.

Durch den starken Bezug zur Praxis und die umfassende Abdeckung der gesamten Marketing-Kommunikation ergänzt der Kommunikationswirt auch ideal ein Hochschulstudium einerseits und die Berufsschule andererseits.

Ihr kompetenter Wegbegleiter: die Kommunikations-Akademie

Die Kommunikations-Akademien fördern durch umfassende, praxisnahe Aus- und Weiterbildung im berufsbegleitenden Studium, d. h. abends oder am Wochenende, die Chancen Ihrer beruflichen Karriere. Einige Akademien bieten dasselbe Studium auch konzentriert während des Tages an.

Dieser Weg hat sich seit Jahrzehnten bewährt. Die Akademien wurden als Praxis-Akademien gegründet. Zumeist von Unternehmen und Verbänden der Werbebranche. Heute decken sie umfassend den Nachwuchsbedarf von Agenturen, Werbeabteilungen, Marketingabteilungen und Medien. Akademien bieten Ihnen die fruchtbare Synthese von Lernen und Praxis besonders praxisgerecht. Dabei ist es einerlei, ob es eine berufliche Aus- oder Weiterbildung ist.

Im einzelnen zeichnen sich die bedeutenden Kommunikations-Akademien durch folgende Kriterien aus:

- Sie konzentrieren sich auf die für die berufliche Praxis relevanten Fächer.
- Diese Fächer werden umfassend und praxisnah gelehrt.

- Die Dozenten sind überwiegend Praktiker in ihrem Fach.
- Allgemeine Grundlagenfächer werden nur soweit vermittelt, als sie zum Verständnis des beruflich notwendigen Fachwissens erforderlich sind.
- Durch die Konzentration ist das Studium vergleichsweise kurz. Beim Kommunikationswirt ist ein viersemestriges Abendstudium mit durchschnittlich 1.000 Unterrichts- und Übungsstunden die Regel.

Zulassungs-Voraussetzungen sind in der Regel Abitur-/FH-Reife sowie Berufserfahrung im Studienbereich oder in angrenzenden Tätigkeitsfeldern. (Bitte aus den detaillierten Unterlagen der jeweiligen Akademie entnehmen.)

Die Konferenz der Akademien

Die bedeutenden Kommunikations-Akademien haben sich in der Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marketing, Medien e. V. zusammengeschlossen, um ihre hohen Qualitäts-Standards und ihre traditionelle Kompetenz zu sichern.

Damit grenzen sie sich gegen Anbieter ab, die aufgrund ihrer bisherigen Lehr-Erfahrung fachlich weniger kompetent sind und/oder überwiegend gewerbliche Ziele verfolgen.

Die Aufnahme einer Akademie in die Konferenz, 1993 in Berlin gegründet, ist durch das „11-Punkte-Programm“ zur Schaffung einer einheitlich hohen beruflichen Bildungsqualität für den „Kommunikationswirt“ geregelt. Darin sind sowohl inhaltliche wie personelle Anforderungen als Kriterien festgelegt. Sie werden in den Mitglieder-Versammlungen regelmäßig kontrolliert.

Die Mitglieder der Konferenz verleihen das Qualitätssiegel „Geprüfter Absolvent“.

