

# BUSINESS COMMUNICATIONS

**MASTER of Advanced Studies (MAS)**



**HWZ** | Hochschule für  
Wirtschaft Zürich

Mitglied der Zürcher Fachhochschule

**KOMMUNIZIEREN  
SIE MARKENWERTE  
ERFOLGREICH.  
AUCH IHREN EIGENEN.**



# MAS BUSINESS COMMUNICATIONS

Ein Master-Programm mit internationaler Perspektive und den richtigen Akzenten: konsequentes Kommunikationsmanagement, ganzheitliche Unternehmensführung und erfolgreiche Umsetzung. Kern dieses Studiums ist ein integriertes, managementorientiertes Verständnis für und von Kommunikation. Es qualifiziert Sie für vielfältige Kaderaufgaben in der Unternehmens- und Marktkommunikation sowie in kommunikationsintensiven Managementfunktionen.

Im Studiengang MAS Business Communications vermitteln wir Ihnen diese Kompetenzen und bieten Ihnen so die Plattform für die Entwicklung Ihrer Karriere.



**Cyril Meier**  
Leiter Center for Communications

## Inhalt

Ihre Erfolgsstrategie	4
Ihre neuen Kompetenzen	6
Ihr Profil	8
Inhaltlicher Aufbau	9
Übersicht Studium	10
Nachhaltiger Lerneffekt	12
Ihre Experten	14
HWZ	18

- **Eidg. und international anerkannter Hochschultitel**  
Master of Advanced Studies ZFH  
in Business Communications
- **Anerkennung**  
60 ECTS-Kreditpunkte
- **Unternehmerische Ausrichtung**  
Konsequente Fokussierung der umfassenden Kommunikationskompetenzen auf eine ganzheitliche Unternehmensführung
- **Vertiefungssemester**  
5 verschiedene CAS zur Wahl
- **Berufsbegleitender Studiengang**  
100%ige Arbeitstätigkeit möglich
- **Dauer**  
5 Semester (4 CAS-Programme mit rund 84 Tagen Präsenzunterricht sowie 1 Semester für die Master Thesis)
- **Voraussetzungen**  
Bachelor oder äquivalenter Abschluss (HWV, FH, Uni, ETH etc.) und mindestens zwei Jahre studienrelevante Berufserfahrung (haupt- oder nebenamtlich). Unter gewissen Bedingungen und Auflagen ist eine Aufnahme «sur dossier» möglich.
- **Studienort**  
HWZ-Gebäude Sihlhof  
5 Gehminuten vom HB Zürich
- **Aktuelle Informationsveranstaltungen und Studiengebühren**  
[www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)
- **Beginn**  
Jeweils im Januar (Standard-Studienablauf). Nach Absprache ist auch ein Einstieg im Herbstsemester möglich.

# IHRE ERFOLGSSTRATEGIE

Eine Hochschulausbildung wird als Anforderung für Kommunikations-Positionen zusehends zum Standard. «Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit» beschreibt die Realität im Konkurrenzumfeld der Kaderpositionen aller Kommunikationszweige. Mit dem Studium MAS Business Communications an der HWZ haben Sie den Wandel auf Ihrer Seite.

## Anforderungsprofil im Wandel

Das Berufsfeld Kommunikation ist in starker Professionalisierung, Dynamisierung und Ausdifferenzierung begriffen. Zunehmend gefragt sind Business-Kompetenzen, Leadership-Qualitäten und Macherpersönlichkeiten. Anders als noch vor wenigen Jahren wird von Kommunikatorinnen und Kommunikatoren mit verantwortungsvollen, interessanten Aufgaben in der Regel ein Hochschulabschluss verlangt.

## Fazit für Ihre Weiterbildung

Qualifizierte Erfahrung und ein überzeugender Werdegang werden über kurz oder lang für interessante, spannende Herausforderungen des komplexen Kommunikationsmarktes nicht mehr ausreichen. Die Integration bereits vorhandener Kenntnisse in den übergeordneten Zusammenhang der aktuellen Kommunikationslehre ist für all diejenigen die richtige Strategie, die sich in der sich ständig verändernden Kommunikationslandschaft glaubwürdig eine Poleposition sichern wollen.

## HWZ-Studium mit starken Argumenten

Der Studiengang MAS Business Communications an der HWZ ist seit 2007 die konsequente Weiterbildungsoption im Kommunikationsbereich. Aktuelles, praxisnahes Know-how wird Ihnen vor dem Hintergrund der massgebenden Kriterien moderner Unternehmensführung vermittelt. Auf dieser Basis lernen Sie, die Anwendung zeitgemässer Kommunikationsinstrumente in einen grösseren strategischen Zusammenhang zu stellen und können diese Erkenntnisse in der von Ihnen bevorzugten Vertiefungsrichtung auf Ihre konkreten beruflichen Ziele ausrichten.

## Berufsbegleitendes Bildungskonzept

Während des Studiums an der HWZ ist eine 100%ige Berufstätigkeit möglich. Die neu gewonnenen Kenntnisse können laufend in der Praxis umgesetzt und eigene Erfahrungen bzw. Herausforderungen in den Studiengang eingebracht werden.

## Gute Gründe für den MAS Business Communications an der HWZ

- Ausgeprägte Nachfrage im Stellenmarkt nach immer besser ausgebildeten Kommunikationsfachleuten, insbesondere mit Bezug zu Unternehmensführung und internationaler Perspektive
- Studienstruktur im Takt der Jahreszeiten und mit mehrwöchigen Abständen für eine gute Kombination von Beruf, Privatleben und Weiterbildung
- National und international anerkannter Hochschulabschluss als optimale Ausgangslage für eine Karriere im In- oder Ausland
- Maximaler Praxisbezug durch erfahrene Fach- und Führungskräfte im Dozentenstamm sowie dank Gästen und Exkursionen
- Solide wissenschaftliche Basis mit Theorie- und Empirievermittlung
- Klar strukturiertes Pflichtstudium während drei Semestern, danach fünf Vertiefungsrichtungen zur Wahl
- Möglichkeit einer flexiblen, individuellen Studiengestaltung dank durchgängiger Modularisierung; Vorbereitungskurse und Beratung
- Erfolgreiche und kompetente Partner; hochkarätiger Beirat mit profilierten Persönlichkeiten aus Unternehmenspraxis und Kommunikationsmanagement
- Zentrale Lage im Herzen von Zürich (5 Min. vom HB), der Kapitale der schweizerischen Kommunikationswirtschaft



# IHRE NEUEN KOMPETENZEN

Übernehmen Sie die Regie für Ihr berufliches Weiterkommen in einem komplexen Umfeld. Lassen Sie sich von einem Weiterbildungsdrehbuch begeistern, das alle Register Ihres Potenzials zieht. Mit dem MAS Business Communications an der HWZ empfehlen Sie sich in den Kommunikationsszenarien der Zukunft für eine Hauptrolle.

## Fit für neue Herausforderungen

Die drei Schlüssel-Stakeholdergruppen Mitarbeitende, Kunden und Kapitalgeber stehen auch in Zukunft im Zentrum des unternehmerischen Tuns und Lassens und der damit verbundenen kommunikativen Anstrengungen. Diese sollen nicht nur mitteilen oder teilnehmen lassen, sondern vielmehr vernetzen und verbinden. Damit wandelt sich auch die Rolle der Kommunikation von einer gestalterischen und vermittelnden Dienstleistungsfunktion zu einer prägenden Kernfunktion mit ergebnisorientiertem Leistungsauftrag. In sich zunehmend wandelnden Umfeldern sind die Mittel der modernen Kommunikation für die Positionierung und Profilierung von Markenwerten entscheidend: Durch die Vielschichtigkeit der neuen Anforderungen, Möglichkeiten und Instrumente werden Kommunikationsverantwortliche erst recht gefordert sein, ihre internen oder externen Auftraggeber wirksam und effizient zu unterstützen.

## Mehr Karrierepotenzial

Absolventinnen und Absolventen des MAS Business Communications der HWZ sind für Kader- und Expertenpositionen in folgenden Bereichen qualifiziert:

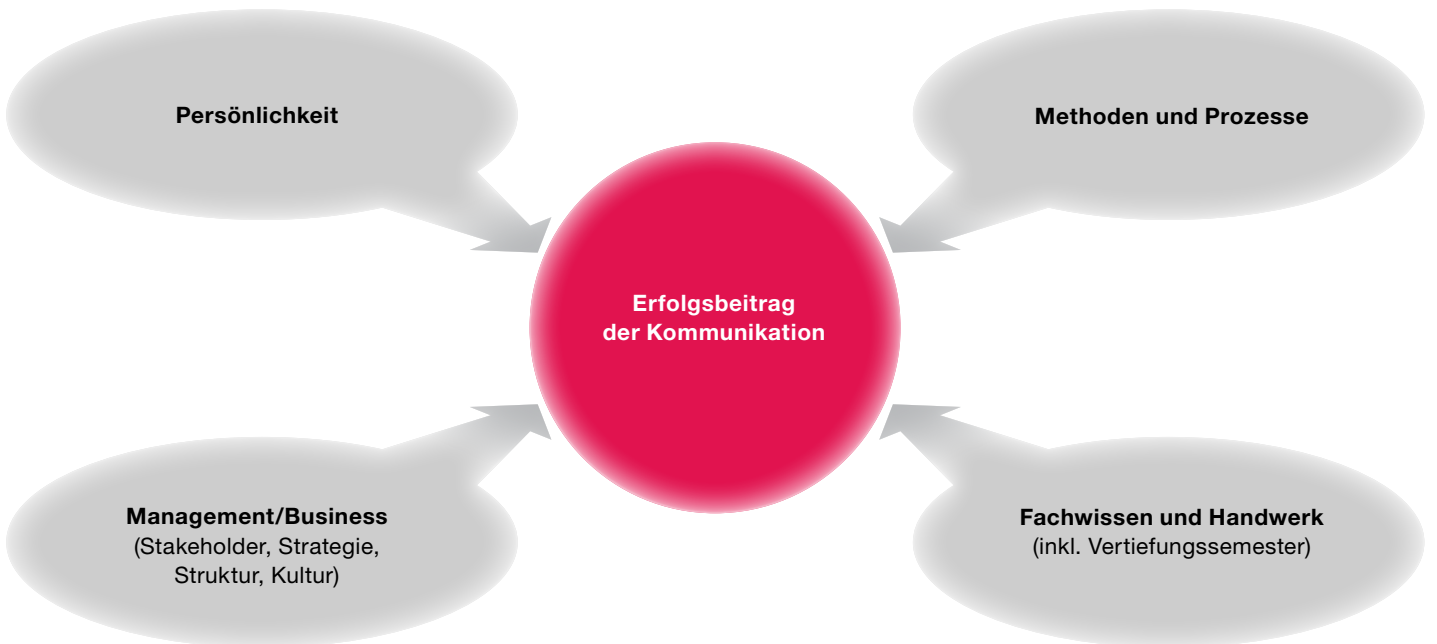
- **Kundenkommunikation:** Werbung, Verkauf, Customer Relations Management, Sponsoring, Corporate Publishing, Event Management, Marktforschung, Product Management
- **Unternehmenskommunikation:** Kommunikationsleitung/Stakeholder Relations, Medienarbeit, Mitarbeiterkommunikation und HR, Public Affairs
- **Linien- und Stabsfunktionen** aller Branchen
- **Kommunikationsgeprägte Funktionen** in der öffentlichen Verwaltung, in der Politik, in Verbänden und Non-Profit-Organisationen
- **(Wirtschafts-)Journalismus**
- **Unternehmensberatung** für Kommunikation

## Anerkennung

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen des MAS Business Communications an der HWZ sind berechtigt, den eidgenössisch und damit international anerkannten und geschützten Hochschultitel «Master of Advanced Studies ZFH in Business Communications» zu führen. Das Studium umfasst 60 Kreditpunkte (ECTS). ECTS steht für «European Credit Transfer System» und ermöglicht die internationale Vergleichbarkeit von Studiengängen. Ein ECTS-Punkt entspricht einer mit Leistungsnachweis versehenen Studienleistung von rund 30 Stunden.

## Zukunftsfähiges Kompetenz-Portfolio

- **Kompetenzen der Unternehmensführung** als Background und Basis für übergeordnete Kommunikationsentscheide
- **Vertiefung strategischer Kernkompetenzen**
- **Erweiterung und Festigung der operativen Kommunikationskompetenzen**
- **Auf- und Ausbau persönlicher Spezialkompetenzen**



# IHR PROFIL

Die Vielschichtigkeit des Begriffs «Kommunikation» ist Ihnen als Professional hinreichend bekannt. Deshalb stehen für Sie zwei Weiterbildungsziele gleichzeitig im Raum: Einerseits wollen Sie sich eine umfassende Allrounderbasis auf Hochschulniveau als Autorisierung für neue Karriereschritte aneignen. Andererseits möchten Sie sich auf einem Spezialgebiet profilieren.

## Zielgruppe

Das Studium MAS Business Communications richtet sich an Kommunikationsfachleute, die sich aufgrund einer entsprechenden Vorbildung (siehe Aufnahme ins MAS-Studium) und einer qualifizierten Berufserfahrung im Bereich Kommunikation auf höherer Stufe in fachlicher, methodischer und persönlicher Hinsicht fundiert weiterbilden wollen. Den Begriff Kommunikation fassen Sie bewusst breit, unter Einbezug aller Anspruchsgruppen und Funktionen. Sie sind eine dialogstarke Persönlichkeit, die ihre konzeptionellen Stärken und ihr interdisziplinäres Denken zielgerichtet einzusetzen weiss. Sie streben weitere Führungsverantwortung oder fachliche Herausforderungen an. Mit Blick auf Ihre spezifischen Karriereziele möchten Sie sich in einer konkreten Fachrichtung vertiefte Kompetenzen aneignen.

## Aufnahmebedingungen

Entscheidend für die Zulassung sind Vorbildung, Berufserfahrung und Führungspraxis.

### Aufnahme ins MAS-Studium

- Personen mit vorhergehendem Studium wie einem Bachelor oder einem äquivalenten Abschluss (HWV, FH, Uni, ETH etc.) und mindestens zwei Jahren studienrelevanter Berufs- und Führungserfahrung (haupt- oder nebenamtlich).
- Personen mit Abschlüssen von TS, HF und höheren Fachprüfungen mit eidg. Diplom können «sur dossier» aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre studienrelevante Berufs- und Führungserfahrung (haupt- oder nebenamtlich) verfügen.

### Transfer von Kreditpunkten

Personen mit entsprechenden akademischen Leistungsnachweisen können für die jeweiligen Module dispensiert werden. Insbesondere werden auch gleichwertige CAS anderer Hochschulen anerkannt. Personen mit den geforderten praktischen Leistungsnachweisen können für die jeweiligen Module Teildispensen erhalten, müssen aber den akademischen Leistungsnachweis des MAS erbringen (z. B. in Form von Prüfungen, Projekten und einer Master Thesis). Mindestens 50 Prozent der zu erwerbenden ECTS-Punkte (inkl. der Master Thesis) müssen im Rahmen des Studiums an der HWZ erworben werden.

# INHALTLICHER AUFBAU

Was den MAS Business Communications der HWZ als Studiengang auszeichnet, ist sein mehrdimensionaler konzeptioneller Ansatz: Unternehmensführung, strategisches und operatives Fachwissen sowie Spezialisierung werden in einer Kompetenzdichte und -breite integriert, die wegweisend ist. Hier sind Sie definitiv richtig, wenn Sie Ihre Weiterbildungszeit nicht nur zum Rosinenpicken, sondern auch zum Vorwärtkommen nutzen wollen.

## Konzept

Ein integriertes und managementorientiertes Verständnis von Kommunikation bildet den Kern des Masters of Advanced Studies (MAS) in Business Communications. Dieser unternehmerische Ansatz qualifiziert für vielseitige Kaderaufgaben in der Unternehmens- und Marketingkommunikation sowie in allen kommunikationsorientierten Managementfunktionen. Das Studienprogramm ist nach neuesten Erkenntnissen aus Wissenschaft und Praxis konzipiert und beruht auf den europaweit anerkannten Bologna-Grundsätzen.

## Aufbau

Das Studium MAS Business Communications ist in vier Präsenzmodule gegliedert und schließt mit einer Master Thesis im fünften Semester ab. Die Module sind in sich geschlossene thematische Lehrgänge in Form von Certificates of Advanced Studies (CAS). Diese verlaufen im halbjährlichen Semesterrhythmus und unterliegen je eigenständigen Leistungsnachweisen mit Abschlusszertifikat. Nach Absprache können die Module in individueller Abfolge belegt werden.

Jedes Modul (CAS) kann auch einzeln, ohne Verpflichtung zur Absolvierung des ganzen Master-Programms, gebucht werden.

### CAS Unternehmensführung

Sie erhalten einen umfassenden Einblick in die Kommunikationsthemen der Unternehmensführung und erwerben die Fähigkeiten, Kommunikationsverantwortung aus Leadership-Optik kompetent zu übernehmen und alle anderen Aspekte der Kommunikation in Relation zu diesen übergeordneten Rahmenbedingungen zu stellen.

### CAS Strategisches Kommunikationsmanagement

Strategisches Kommunikationsmanagement mit Fokus auf Kommunikationskonzeption, Ressourcenmanagement und funktionale Kernkompetenzen.

### CAS Corporate Communications

Corporate Communications mit Fokus auf die Analyse und Best Practice ihrer Teilbereiche und operativen Kommunikationsherausforderungen.

### CAS zu einer Vertiefungsrichtung

Teilnehmerspezifische Vertiefung nach persönlicher Affinität oder individuellem Bedarf. Es stehen fünf Vertiefungsrichtungen (CAS) zur Wahl:

- CAS Kundenkommunikation
- CAS Interne Kommunikation
- CAS Professionelle Medienarbeit
- CAS Politische Kommunikation
- CAS Rhetorik und Moderation

Darüber hinaus können auch weitere CAS von Partnern oder anderen Hochschulen anerkannt werden. CAS können nach Absprache und bei Bedarf und Verfügbarkeit auch einzeln gebucht bzw. zeitversetzt absolviert werden. Die HWZ und ihre Partner behalten sich vor, Vertiefungsrichtungen nur bei genügender Teilnehmerzahl durchzuführen bzw. neue Angebote bereitzustellen.

### Master Thesis

Erarbeitung der Master Thesis nach spezifizierten formalen Vorgaben. Vorbereitungskurs bei Bedarf.

### Leistungsnachweise

Jeder CAS beinhaltet Leistungsnachweise. Diese werden in Form von schriftlichen oder mündlichen Prüfungen, Gruppen- oder Projektarbeiten oder einem Testat absolviert. Die Leistungsnachweise werden nach Festlegung des jeweiligen Modulbeschriebs entweder während oder am Ende eines CAS durchgeführt. Die Vergabe des Master-Diploms setzt voraus, dass alle CAS mit einer genügenden Note abgeschlossen worden sind.

### Master Thesis

Im Studiengang erhalten Sie alle grundlegenden Kompetenzen für das erfolgreiche Verfassen der wissenschaftlichen Master Thesis. Diese ist innerhalb eines Semesters im begleiteten Selbststudium als Einzelarbeit oder im Team bis zu maximal drei Studierenden bei einem Aufwand von 300 bis 360 Stunden zu erarbeiten.

# ÜBERSICHT STUDIUM

CAS Unternehmensführung	CAS Strategisches Kommunikationsmanagement	CAS Corporate Communications <sup>1)</sup>
Strategisches Management (Stakeholder View)	Kommunikations-Verfassung & -Organisation	Leitung & Integration
Leadership	Brand & Branding, inkl. Sponsoring <sup>3)</sup>	Customer Relations
Kultur, Identität & HR	Change Management	Employee Relations
Kunden & Märkte (Strategic Marketing)	Crisis Communications	Investor Relations
Struktur & Organisation	Teamführung & Projektmanagement	Media Relations
Finance	Networking & Pitching	Public Affairs
Governance & Risk	Wertbeitrag, Planung & Reporting	Kanäle & Instrumente
Gesellschaft, Reputation & Issues	Kommunikationsrecht	Branchen-Besonderheiten
ca. 360 Std. Studienaufwand / 12 ECTS; jeweils im Frühlingsemester (Jan.-Juni)	ca. 360 Std. / 12 ECTS; jeweils im Herbstsemester (Aug.-Dez.)	ca. 360 Std. / 12 ECTS; jeweils im Frühlingsemester (Jan.-Juni)



«Unternehmenskommunikation ist ein Tätigkeitsfeld mit vielfältigen Anforderungen. Der interdisziplinäre Ansatz und der modulare Aufbau des Studiums MAS Business Communications sind deshalb besonders wertvoll. So ist es möglich, sich berufsbegleitend relevantes Know-how anzueignen und es in der Praxis umzusetzen.»

Christoph Kronig, Leiter Unternehmenskommunikation,  
Matterhorn Gotthard Bahn, Brig

#### Vertiefungssemester: ein CAS nach Wahl

CAS Kundenkommunikation

CAS Interne Kommunikation <sup>1)</sup>

CAS Professionelle Medienarbeit <sup>2)</sup>

CAS Politische Kommunikation <sup>4)</sup>

CAS Rhetorik und Moderation <sup>2)</sup>

je ca. 360 Std. / 12 ECTS;  
jeweils im Herbstsemester (Aug.-Dez.)

#### Master Thesis

Die Master Thesis ist nach Massgabe der entsprechenden HWZ-Richtlinien innerhalb von vier Monaten zu verfassen, in der Regel anwendungsorientiert und als Einzelarbeit aus dem beruflichen Umfeld der Diplomandin bzw. des Diplomanden.

ca. 300 bis 360 Std. / 12 ECTS;  
in der Regel im Frühlingssemester

<sup>1)</sup> mit Partner SPRI <sup>2)</sup> mit Partner MAZ <sup>3)</sup> mit Partner Branding-Institut <sup>4)</sup> am IAM (ZHAW)

# NACHHALTIGER LERNEFFEKT

Der MAS Business Communications beinhaltet Kompetenzfelder von strategischer Unternehmensführung bis Leadership, von Corporate Finance bis Projektmanagement. Die Umsetzbarkeit und Weiterentwicklung des Gelernten sowie der situativ optimale Einsatz der angeeigneten Methoden stehen im Vordergrund. Anwendungsbezug lautet die Maxime.

## **Integraler Ansatz**

Mit seiner Struktur und seinen Inhalten orientiert sich der Studiengang MAS Business Communications konsequent an den umfassenden Ansprüchen und zukünftigen Bedürfnissen der Kommunikationsauftraggeber. Mit dem Studiengang an der HWZ sichern Sie sich ein ganzheitliches, integriertes und managementorientiertes Verständnis für die Gestaltung, Umsetzung und Weiterentwicklung der Unternehmens- und Marketingkommunikation.

## **Praxisbezug**

Im Studiengang MAS Business Communications an der HWZ verbinden sich Theorie und wissenschaftliche Fundierung stets mit konkreter Auseinandersetzung und praktischer Anwendung. Sach- und Fachkompetenzen stehen gleichwertig neben Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenzen. Im gesamten Studium ist es ausdrücklich erwünscht, dass sich Studierende mit eigenen Fragestellungen und tätigkeitsbezogenen Cases einbringen. Das Aufnehmen von Fragen, Anliegen und Problemen der Teilnehmenden ist den Dozierenden ein zentrales Anliegen. Mit diesem Vorgehen werden die theoretischen Erkenntnisse in einen direkten Zusammenhang zur realen Umsetzung gestellt.

## **Lernmethoden**

Alle Inhalte werden nach neuesten Lernmethoden und in vernetzter Anwendung vermittelt und gemeinsam behandelt. Vorträge, Fallbeispiele und Fachdebatten – auch im Rahmen von Exkursionen und Gastvorlesungen – prägen den Präsenzunterricht. Im Selbststudium, in Gruppenarbeiten und begleitetem Lernen wird das erworbene Fachwissen reflektiert und angewendet. Die unterschiedlichen Denkart und Berufswelten der Teilnehmenden sind eine wichtige Bereicherung der gesamten Lernerfahrung.

## **Leadership und Sozialkompetenz**

Das Anforderungsprofil von Kommunikatorinnen und Kommunikatoren fordert echte Leadership-Qualitäten: angefangen bei der Fähigkeit zu interdisziplinärer Kommunikation und Zusammenarbeit mit und in unterschiedlichen Gremien bis hin zur proaktiven Klarlegung von Optimierungspotenzialen. Verlangt sind aber auch eine Motivation für unbequeme Veränderungen sowie die Fähigkeit zur kontrollierten Durch- und Umsetzung getroffener Unternehmensentscheidungen. Der Master-Studiengang legt deshalb auch grossen Wert auf die Entwicklung Ihrer Führungspersönlichkeit und Sozialkompetenz.

## **Business-Netzwerk**

Das Studium an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich öffnet Ihnen ein Beziehungsnetz, das den Lehrgang selbst überdauert. Die intensive Zusammenarbeit mit Teilnehmenden aus verschiedenen Branchen und Unternehmen sowie Dozierende mit einem breiten Hintergrund praktischer Erfahrung helfen Ihnen, Ihren Horizont zu erweitern, Fragestellungen anderer Unternehmen zu verstehen und Erkenntnisse aus anderen Konstellationen für das eigene Umfeld gewinnbringend zu nutzen – Kontakte, die zum Mehrwert für Ihren weiteren Karriereweg werden können.

## **Alumni-Organisation**

Die von HWZ-Absolventinnen und -Absolventen getragene Alumni-Organisation ermöglicht es Ihnen, untereinander in Verbindung zu bleiben und Kontakte mit Ehemaligen unserer Hochschule zu knüpfen. Zu diesem Zweck finden verschiedene Veranstaltungen statt, insbesondere zu aktuellen Wirtschaftsthemen.



### Organisatorisches

#### ■ **Berufsbegleitender Studiengang**

100%ige Berufstätigkeit möglich (Erfahrungswerte seit 2007)

#### ■ **Studienbeginn**

Jeweils im Januar mit dem CAS Unternehmensführung. Nach Absprache ist auch ein zeitversetzter Beginn mit einem anderen Modul (CAS) möglich.

Aktuelle Termine auf [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

#### ■ **Dauer**

4 CAS von je einem Semester Dauer sowie die Master Thesis, die im fünften Semester verfasst wird. Studienzeit 2,5 Jahre (kann mit Studienunterbrüchen auf maximal 5 Jahre ausgedehnt werden).

#### ■ **Zeitaufwand**

10 zwei- oder dreitägige Präsenzkurse pro CAS in zwei- bzw. dreiwöchigem Abstand (in Ausnahmefällen einwöchig). Jeweils Freitag und Samstag oder von Donnerstag bis Samstag von 8.15 Uhr bis 16.45 Uhr. Dazu kommt Selbststudium von maximal gleichem Umfang.

#### ■ **Studiengruppe**

Üblicherweise bis 26 Personen

#### ■ **Unterrichtssprache**

i.d.R. Deutsch. Gute Englischkenntnisse («advanced level») werden vorausgesetzt.

#### ■ **Studienort**

HWZ, Sihlhof, Lagerstrasse 5, 8021 Zürich

(5 Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich)

#### ■ **ECTS-Credits**

60 ECTS-Punkte. Pro CAS 12 ECTS-Punkte. Master Thesis 12 ECTS-Punkte. (ECTS steht für «European Credit Transfer System» und ermöglicht die internationale Vergleichbarkeit von Studiengängen. Ein ECTS-Punkt entspricht einer mit Leistungsnachweis versehenen Studienleistung von 25 bis 30 Stunden.)

#### ■ **Aktuelle Informationsveranstaltungen und Studiengebühren**

[www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

# IHRE EXPERTEN

Kompetenz, Praxiserfahrung und zeitgemässe Lehrmethoden zeichnen die HWZ-Dozierenden in jedem Fachgebiet aus. Setzen Sie für Ihren Master auf Experten, die sich an der Spitze ihres Fachs bewegen.

## Studienleitung

- **Cyril Meier**  
M.A./EMBA



Cyril Meier führt das HWZ Center for Communications (CfC) seit der Gründung im Jahr 2004 und ist Mitglied der Hochschulleitung. Zusammen mit seinem Team leitet er die unter dem Dach des Centers angebotenen Aus- und Weiterbildungsstudiengänge, fördert die Lehre, intensiviert die Forschung und realisiert Projekte. Seine Ausbildung umfasst ein Studium der Amerikanistik und der Neuen Geschichte an der Universität Zürich sowie einen Executive MBA an der Universität St. Gallen. Berufliche Stationen waren Journalismus (Radio 24, Ringier), Senior Consultant und Teamleiter bei Farner PR, Chief Communications Officer des Sulzer-Konzerns sowie Leiter Marketing & Communications von Andersen Schweiz. Er ist Mitglied im HarbourClub, in der IAA (International Advertising Association) sowie in der SGKM (Schweiz. Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft).

- **Stefan Eggenberger**  
Betriebsökonom FH;  
eidg. dipl. PR-Berater/SPRV



Stefan Eggenberger ist Studienleiter des Masters of Advanced Studies in Business Communications an der HWZ. Der Betriebsökonom FH mit einem Nachdiplomabschluss in PR begann seine berufliche Tätigkeit als Leiter des Ressorts Public Relations der Zürich-Versicherungen Schweiz. Danach übernahm er die Geschäftsführung der AZ & Partner AG, Unternehmensberatung für Marketing und Kommunikation, Zürich. Anschliessend trat er, nach einem längeren Auslandsaufenthalt, in die Geschäftsleitung der Toby E. Rodes Consultants AG, Agentur für internationale Kommunikation und Marketing, in Basel ein. Später gründete er das Beratungsunternehmen Conclusiocom und leitete das Public Relations Department der FIFA, Fédération Internationale de Football Association. Er ist Mitglied des Schweizerischen Public Relations Verbandes SPRV, langjähriger Dozent, Kursleiter und Prüfungsexperte.

## Dozentinnen und Dozenten

Die Dozierenden sind namhafte Persönlichkeiten sowie Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Wissenschaft. Sie sind am Puls des Unternehmens und Kommunikationsgeschehens tätig und stehen für einen aktuellen, fundierten und anwendungsorientierten Unterricht.

- **Prof. Richard Beswick**  
Marketing-Management,  
Kunden und Märkte
- **Dr. Mark-Steffen Buchele**  
Wertbeitrag, Planung und Reporting
- **Marco Casanova**  
lic. rer. pol.; Branding
- **Albert-Thomas Flammer**  
MAS Controlling; Governance und Risk
- **Max Meister**  
Betriebsökonom FH;  
Markenführung, Sponsoring
- **Sandra Messina**  
lic. phil. I, Psychologin FSP;  
Teamentwicklung
- **Matthias Mölkeny**  
HR-Management, Change Management
- **Dr. phil. René Nicolodi**  
Corporate Governance



«Durch das Studium MAS Business Communications konnte ich meine Kompetenzen weiter vertiefen und verbreitern. Zudem brachte der hohe Praxisbezug viele interessante Ansätze, die für meine Kundenarbeit sehr wertvoll sind.»

Tanja Hollenstein, Beraterin und Mitglied der Geschäftsleitung, Agentur Paroli AG, Zürich

■ **Marc Pfiffner**

Betriebsökonom FH, MBA,  
Projektmanagement

■ **Dr. rer. pol. Daniel Rentsch**

Corporate Finance

■ **Prof. Dr. em. Hans Ruh**

Gesellschaft, Reputation und Issues

■ **Prof. Dr. oec. Sybille Sachs**

Strategisches Management

■ **Dr. disc. pol. Dieter Schmid**

Leadership

■ **Prof. Dr. oec. publ. Ruth Schmitt**

Gesellschaft, Reputation und Issues

■ **Prof. Dr. Antoinette Weibel**

Kultur, Identität und Human Resources  
Management

■ **Dr. Jon White**

Crisis Communications

Stand Oktober 2010; aktuelle Angaben  
siehe [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

**Beiräte**

Die Beiratsmitglieder und ihre Unternehmen prägen den Studiengang mit, indem sie den Lehrplan aktiv mitgestalten, Case Studies beitragen und dem Studiengang auch als Dozierende höhere Relevanz verleihen. Der Einbezug von Experten aus verschiedenen Branchen und Funktionen entspricht den Bedürfnissen der Studierenden und jenen des Arbeitsmarktes gleichermaßen.

■ **Stephan Baer**

Unternehmer

■ **Frank Bodin**

Chairman & CEO Euro RSCG;  
Vorstandsmitglied Art Directors Club  
Schweiz und BSW Swiss Leading  
Agencies sowie IAA International  
Advertising Association

■ **Sylvia Egli von Matt**

Direktorin MAZ – Die Schweizer  
Journalistenschule; Mitglied zahlreicher  
Branchengremien

■ **Andreas Hildenbrand**

Lic. oec. HSG; eidg. dipl. PR-Berater;  
Partner, Lemongrass Communications AG

■ **Matthias Mölleney**

HR-Manager und Consultant  
Leiter des Centers für Human Resources  
Management & Leadership an der HWZ

■ **Prof. Dr. Sybille Sachs**

Universität Zürich; Leiterin Center for  
Strategic Management/Stakeholder  
View an der HWZ

■ **Marion Starck**

Inhaberin Starck Public Relations,  
Stiftungsratspräsidentin SPRI

■ **Fritz Sutter**

Vorstandsmitglied ICTswitzerland und  
Schweizerischer Telekommunikations-  
verband

■ **Gaby Tschofen**

Eidg. dipl. PR-Beraterin; Chief Commu-  
nications Officer Barry Callebaut;  
Mitglied HarbourClub «50 Chief  
Communications Officers»

Stand Oktober 2010; aktuelle Beiratsliste  
siehe [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)



«Ich suche stets neue Herausforderungen in der Kommunikation. Es macht mich zufrieden, wenn ich mit meiner Erfahrung und meinem Wissen zum Ziel komme. Mein Masterstudium leistet hierfür einen wesentlichen Beitrag.»

Edith Aepli, Senior Manager Marketing & Communications,  
Uster Technologies AG

### Partnerschaften

Um ihren Studierenden ein Optimum an Kompetenz zu sichern, setzt die HWZ auch auf langfristige Partnerschaften mit renommierten Ausbildungsinstituten und Fachorganisationen.

#### spri

Das Schweizerische Public Relations Institut SPRI ([www.spri.ch](http://www.spri.ch)), 1969 vom Schweizerischen Public Relations Verband SPRV gegründet und 1980 in eine unabhängige Stiftung mit Hauptsitz in Zürich umgewandelt, ist fokussiert auf die praxisorientierte berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung von PR-Fachleuten in Wirtschaft, Verbänden, Non-Profit-Organisationen, öffentlicher Verwaltung und Beratung. Das Angebot des Instituts reicht von Grundlagenausbildungen und Seminaren bis hin zu Lehrgängen mit eidgenössischen Abschlüssen (PR-Fachleute, PR-Berater/in) und Postgraduate-Studiengängen (CAS) in Kooperation mit Hochschulen. Die Aus- und Weiterbildungen am SPRI werden jährlich von über 800 Absolventinnen und Absolventen besucht.

**spri**

#### maz

Das MAZ in Luzern ([www.maz.ch](http://www.maz.ch)) ist die führende Schweizer Journalistenschule. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen für Medienschaffende an und trainiert Führungskräfte in Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie PR- und Informationsverantwortliche in professioneller Medienarbeit. Das MAZ, 1984 gegründet, ist eine Stiftung der SRG SSR idée suisse, des Verbandes Schweizer Presse, der Journalisten-Organisationen Impressum und Comedia sowie der Stadt und des Kantons Luzern. Über 1500 Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer besuchen jährlich das MAZ.

**maz**

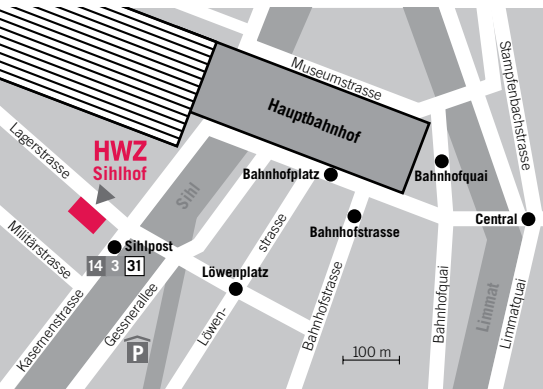
DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

#### BRANDING-INSTITUTE CMR

Das Branding-Institute ([www.branding-institute.ch](http://www.branding-institute.ch)) setzt sich zum Ziel, für seine Kunden stets Standards im marken- und reputationsorientierten Stakeholder-Management zu setzen. Das Branding-Institute ist u. a. auch Initiant der Interessengemeinschaft IG Branding, einer Plattform, auf der sich die Markenverantwortlichen von Unternehmen wie ABB, Allianz, Bayer, Kuoni, Mercedes-Benz, Novartis, Siemens, Shell, Swisscom und UBS zum regelmäßigen Fachaustausch treffen.

**BRANDING-INSTITUTE CMR**  
REPUTATION DRIVES PERFORMANCE





# HWZ HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT ZÜRICH

Mit rund 1800 Studierenden und 300 Dozierenden ist die HWZ die grösste ausschliesslich berufsbegleitende Hochschule der Schweiz. Sie profitieren auf Schritt und Tritt von der jahrzehntelangen Erfahrung der HWZ, wenn es darum geht, berufliche Auslastung und hochqualifizierte Weiterbildung unter einen Hut zu bringen.

## Standort

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt direkt beim Hauptbahnhof Zürich. Parkplätze befinden sich wenige Gehminuten entfernt im Parkhaus Gessnerallee. Nebst moderner Infrastruktur bietet der «Sihlhof» einen auch architektonisch wertvollen Weiterbildungsrahmen: Das HWZ-Gebäude wurde von der Stadt Zürich mit einer Auszeichnung für gute Bauten geehrt.

## Angebot

Die HWZ wurde 1986 als berufsbegleitende HWV Zürich durch den KV Schweiz und die Stiftung Juventus-Schulen Zürich gegründet. Als Teil der Zürcher Fachhochschule konzentriert sich die HWZ auf die Fachbereiche Betriebsökonomie, Kommunikation und Wirtschaftsinformatik.

## Bachelor-Studiengänge

- Bachelor in Business Administration
  - General Management\*
  - Banking & Finance\*
  - Accounting & Controlling
  - Treuhand & Revision
  - Marketing
- Bachelor Kommunikation
- Bachelor in Business Information Technology

## Master-Studiengänge

- MSc Master of Science in Business Administration
- MAS Master of Advanced Studies in Accounting & Finance
- MAS Master of Advanced Studies in Controlling
- MAS Master of Advanced Studies in Business Analysis and Information Engineering
- MAS Master of Advanced Studies in Business Communications
- MAS Master of Advanced Studies in Business Consulting
- MAS Master of Advanced Studies in Business Engineering
- MAS Master of Advanced Studies in Health Care Management
- MAS Master of Advanced Studies in Human Resources Leadership
- MAS Master of Advanced Studies in Live Communication
- MAS Master of Advanced Studies in Project Management
- MAS Master of Advanced Studies in Quality Leadership
- MAS Master of Advanced Studies in Real Estate Management
- Executive MBA – Marketing
- Executive MBA – General Management
- Executive MBA & MBA – International Business; Double Degree EMBA-MBA (USQ) (in Englisch)
- DBA Doctor of Business Administration (USQ) (in Englisch)

## Auskunft

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich  
 Master-Sekretariat  
 Sihlhof, Lagerstrasse 5  
 CH-8021 Zürich  
 Telefon +41 43 322 26 88  
 Fax +41 43 322 26 33  
 master@fh-hwz.ch  
 www.fh-hwz.ch

Für spezifische Fragen werden Sie an die Studienleitung weitergeleitet.

## Studiengebühren

Aktuelle Studiengebühren auf [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

## Informationsveranstaltungen

Mehrere Veranstaltungen für jeden Studiengang. Aktuelle Daten auf [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

## Anmeldung

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular, das auch als Download auf der Website verfügbar ist.

\* Programme auch in Englisch

## Impressum

Projektleitung: Martina Schönenberg Bächler, HWZ  
 Text: Andrea Jaermann, Stefan Eggenberger, Cyril Meier  
 Gestaltung: Daniel Straub, Digicom Digitale Medien AG  
 Druck: Sonderegger Druck AG

**MANAGEN  
SIE IHRE  
PERSPEKTIVEN.**

Unsere Partner

**BRANDING-INSTITUTE CMR**  
REPUTATION DRIVES PERFORMANCE

**maz spri**  
DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

**HWZ** | Hochschule für  
Wirtschaft Zürich

Mitglied der Zürcher Fachhochschule

Lagerstrasse 5  
Postfach, CH-8021 Zürich  
Telefon +41 43 322 26 88, Fax +41 43 322 26 33  
master@fh-hwz.ch, www.fh-hwz.ch