

Management – ganz praxisnah

Management-Aufgaben sind vielfältig, abwechslungsreich und alles andere als langweilig. An der Cologne Business School (CBS) haben Studierende nicht nur die Möglichkeit, umfassendes Fachwissen in sechs unterschiedlichen Studienschwerpunkten zu erwerben. Vielmehr können sie die erlernte Theorie auch gleich praxisnah anwenden. So zum Beispiel bei der Teilnahme am Creative Marketing Award.

Englischsprachige Lehrveranstaltungen, intensive Fremdsprachen-Trainings, Auslandspraktika und fakultative Auslandssemester bereiten die Absolventen der Cologne Business School auf eine internationale Management-Karriere vor. In nur sechs Semestern erwerben die Studierenden den staatlich anerkannten Hochschulabschluss »Bachelor of Arts in International Business«. Dabei können sie zwischen den Fachrichtungen »European Management«, »Asian Pacific Management«, »Media Management«, »Tourism Event Hospitality Management« sowie den beiden neu eingeführten Schwerpunkten »Import & Export Management« und »Management Consulting« wählen. Der Stundenplan der Vertiefung »Management Consulting« wurde in Zusammenarbeit mit erfahrenen Unternehmensberatern erarbeitet und ist speziell auf die Bedürfnisse der wachsenden Beraterbranche ausgerichtet. Der Schwerpunkt »Import & Export Management« vermittelt umfassende Außenhandelskompetenzen, die im International Business immer wichtiger werden.

Die erlernte Theorie können die Studierenden an der CBS auch gleich in die Praxis umsetzen. Praktika im In- und Ausland sowie Projekte an der Schule selbst geben zahlreiche Gelegenheiten dazu. Der Creative Marketing Award (CMA), den die Hochschule seit vier Jahren gemeinsam mit wechselnden Unternehmenspartnern vergibt, ist eine solche Gelegenheit. Hier können die angehenden Management-Profis ihre Fachkompetenz und Kreativität unter Beweis stellen.

Aufgabe des CMA 2008 war es, einen neuen TV-Spot oder Strategien zur Kundenfrequenzsteigerung für die E-Geschäfte der ElectronicPartner Handel GmbH, dem diesjährigen Unternehmenspartner des CMA, zu entwickeln. Im April präsentierten die Teilnehmer ihre Ergebnisse einer vierköpfigen Jury, die die nicht ganz einfache Aufgabe hatte, die Wettbewerbsbeiträge anhand der Kriterien Kreativität, Umsetzbarkeit und Einbindung des Corporate Designs zu bewerten.

Mit ihren Präsentationen zeigten die Studierenden, dass sie sowohl die kreative als auch die kaufmännische Seite des Marketings beherrschen – und dass sie, neben einer Menge Arbeit, auch viel Spaß an der realen Aufgabenstellung hatten. Letztlich entschied sich die Jury, den ersten Preis zweimal zu vergeben, denn die Teams »Spot Crew« und »Ideenfabrik« überzeugten mit ihren TV-Spots auf ganz unterschiedliche Art und Weise. Während die »Spot Crew« mit professionell gezeichneten Scribbles ihren Protagonisten – Walter und Andi, zwei engagierten EP-Verkäufern – Charme und Leben einhauchte, punktete die »Ideenfabrik« mit ihrem selbst gedrehten Video und der Idee, weibliche Entscheidungsträger als neue Zielgruppe anzusprechen.