

»Riesenschilf« und »Spargelwand«

Gespickt wie ein Akupunktur-Patient präsentiert sich der Campus Weihenstephan in diesem Sommer: Die Nadeln, drei Meter lange Baum-pfähle, markieren für die Dauer der BUGA zehn Orte, die durchaus einen zweiten Blick wert sind. So wächst am Mensaweier »Riesenschilf«, auf dem Rang eine »Spargelwand«. Die auffälligen Installationen sind Teil einer Campusführung, mit der sich Landschaftsarchitektur-Studierende der TUM und der FH Weihenstephan am Regionalprogramm der BUGA 2005 beteiligen; Motto: »Einblicke - Ausblicke«. Wer der Aufforderung folgt und genauer hinsieht, erhält Einblick in die professionelle Ideenschmiede Weihenstephan (wo Landschaftsarchitektur gelernt wird) und Ausblicke auf Designprodukte angehender Landschaftsgestalter (wo Landschaftsarchitektur gemacht wird). Während sich die FH-Studierenden im Rahmen einer Studienarbeit an dem Projekt beteiligten, waren ihre TUM-Kommilitonen freizeitmäßig und in Eigenregie dabei und bewiesen damit, dass man durchaus mit Spaß und Kreativität für den »beruflichen Ernstfall« proben kann!

Eva v. Falkenstein

Fotos:
Janne Lieven und
Stefanie Schwalm

Executive MBA in Communication and Leadership

Innerhalb der Qualifizierungsinitiative ¡communicate! der TUM ist im Mai 2005 der erste Executive MBA-Studiengang erfolgreich gestartet. Die von Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Daimler Chrysler-Fonds und TU München gemeinsam ins Leben gerufene Initiative bildet Manager in einem berufsbegleitenden 15-monatigen Studiengang zu wirtschaftlichen Themen mit einem Fokus auf Communication and Leadership aus.

18 hoch qualifizierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus ganz Deutschland und dem angrenzenden Ausland hatten sich in einem mehrstufigen Bewerbungsverfahren gegen die große Anzahl an Mitbewerbern durchgesetzt und für den ersten Studiengang qualifiziert. Voraussetzungen sind unter anderem mindestens fünf Jahre Berufserfahrung, ausgezeichnete Englischkenntnisse und der Wunsch, sich intensiv mit den Themen Kommunikation und Führung auseinander zu setzen. Die Erfahrungshorizonte der Teilnehmer sind sehr unterschiedlich: Manager mit betriebswirtschaftlichem oder technischem Hintergrund und Fachleute aus der Unternehmenskommunikation und der PR-Branche bringen in Diskussionen und Gruppenarbeiten ihre unterschiedlichen Sichtweisen und Meinungen ein. Die Teilnehmer werden in fünf Blöcken, die jeweils sieben bis zwölf Tage dauern, von mehr als siebenzig Dozenten unterrichtet - von Wissenschaftlern, prominenten Wirtschaftsvertretern, professionellen Trainern. Themen der ersten Präsenzzeit waren interkulturelle Kommunikation, Mikro- und Makroökonomie, Wirtschafts- und Medienrecht sowie das deutsche Mediensystem.

Die fünf Module zu den Themen Management Foundations, Integrated Market and Corporate Communications, Communication Ma-

agement and Media, Organizational Communication and Change und Leadership Communication and Strategies werden nicht nacheinander behandelt, sondern greifen ineinander und werden in den verschiedenen Präsenzzeiten immer wieder aufgegriffen. ¡communicate! ist das erste MBA-Programm, das einen »Running Case« über die gesamte Dauer des Studiengangs behandelt. Ein Unternehmen wird aus den verschiedenen Modulperspektiven betrachtet; zum Beispiel werden sowohl klassische betriebswirtschaftliche Kennzahlen als auch Fragen zur integrierten Unternehmenskommunikation diskutiert. Dieses neue Konzept wurde von den Teilnehmern sehr positiv aufgenommen, denn immer wieder sind Rückschlüsse auf das eigene Unternehmen und die persönliche Arbeitsweise gegeben.

Susanne Beeck

Weitere Informationen unter:
www.communicate-program.de

Claudia Paul-Helten
Executive Director
Programm ¡communicate!
Tel.: 089/289-28474
contact@communicate.tum.edu