

TALENTS

IN ADVERTISING

wanted

we connect you!



STUDIENGANG
WERBUNG & MARKTKOMMUNIKATION

Wintersemester 2017/2018
18. Auflage | November 2017

INHALT

TALENTS IN ADVERTISING.

| | |
|---|-----|
| Vorwort | 4 |
| Konzept | 6 |
| Studiengang | 8 |
| Startertag | 10 |
| GWA Junior Agency Award | 14 |
| add | 18 |
| Projekte aus dem Studiengang | 22 |
| Curriculum Vitae | 34 |
| Praktikum | 37 |
| BA-Thesis/Werkstudentenstelle | 109 |
| Freiwilliges Praktikum/Trainee/Direkteinstieg | 159 |
| Impressum | 204 |

VORWORT



PROF. GABRIELE KILLE

Dekanin des Studiengangs
Werbung und Marktkommunikation

Die neue Ausgabe des Talents in Advertising stellt Ihnen dieses Wintersemester erneut motivierte und engagierte Studierende des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation vor. Wir freuen uns über das überaus positive Feedback, das wir in den letzten Jahren von Seiten der Kommunikationsagenturen und der Wirtschaft bekommen haben. Das große Interesse an unserem Lebenslauf-Booklet bestärkt uns als Studiengang, dieses zweimal im Jahr zu veröffentlichen. Wir hoffen, dass auch die 18. Auflage bei Ihnen und bei unseren Studierenden großen Anklang findet und zur Herstellung von Kontakten beiträgt.

Erfahren Sie mehr über die Interessen und Vorkenntnisse unserer konzeptionell und strategisch denkenden, sowie kreativen Studierenden, die sich Ihnen in diesem Booklet vorstellen. Sie lernen Studierende kennen, die sich für ein Pflichtpraktikum mit 26 Wochen (Praxissemester), eine Werkstudentenstelle, eine Bachelorthesis-Kooperation, ein freiwilliges Praktikum oder einen Direkteinstieg interessieren.

Für die Einblicke in die Berufspraxis und die damit verbundenen Chancen, die Sie unseren Studierenden bieten, möchte ich mich herzlich bedanken. Unsere jungen Nachwuchstalente freuen sich darauf, Sie in Ihrem Unternehmen unterstützen zu können.

Prof. Gabriele Kille
Studiendekanin

KONZEPT

Dieses Booklet soll dazu beitragen, eine wertvolle Verbindung zwischen Studierenden und Unternehmen zu knüpfen, von der beide Seite profitieren.

Zum einen gibt es unseren Studierenden die Chance, sich über bisherige Grenzen hinaus darzustellen und bekannt zu machen. Zum anderen bietet es Ihnen als Unternehmen die Möglichkeit, gezielt zu rekrutieren und unsere Studierenden nach Ihren jeweiligen Bedürfnissen anzusprechen. So sind die Voraussetzungen für effektive Kontakte und einen effizienten Austausch geschaffen.

UNSERE STUDIERENDEN BIETEN

- Motivation, Engagement, Ehrgeiz
- Eine gute fachspezifische Ausbildung
- Erfahrungen in Projektarbeiten und Teamwork
- Die Bereitschaft, sich zusätzliches Wissen schnell und zielorientiert anzueignen
- Freundlichkeit und Offenheit Ihren Angeboten gegenüber, zeitnahe Rückmeldungen inbegriffen

UNSERE STUDIERENDEN ERWARTEN

- Spannende Aufgaben und Projekte in Unternehmen und Kommunikationsagenturen
- Herausfordernde Tätigkeiten, aus denen sie für ihr Studium und ihren Berufsweg lernen
- Für Praxissemester und Bachelor-Thesis eine faire Vergütung
- Offenheit und angemessene Betreuung Ihrerseits

STUDIENGANG

WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION

Regelstudienzeit: 7 Semester

Die **HOCHSCHULE DER MEDIEN** ist eine der wenigen staatlichen Hochschulen in Deutschland, die alle Bereiche der klassischen und neuen Medien unter einem Dach vereint. Zudem zeichnet sie sich durch einen außergewöhnlich starken Praxisbezug aus. Studierende der Hochschule haben vielseitige Möglichkeiten, sich in fächer- und medienübergreifenden Projekten zu verwirklichen.

Auch der Studiengang **WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION** bedient sich dieser Vorzüge und bietet eine Verknüpfung von Disziplinen an, die sich an der Arbeitspraxis der Kommunikationsbranche orientiert. Die Studierenden werden bestens auf Tätigkeiten in Kommunikationsagenturen oder in Marketing- und PR-Abteilungen von Unternehmen, Organisationen und Institutionen vorbereitet.

Der Studiengang lehrt die Konzeption von Kommunikations- und Werbeinhalten und vermittelt dabei strategische, wirtschaftliche, inhaltliche und gestalterische Elemente gleichermaßen und über alle Werbemedien hinweg.

Dabei deckt das Studium den gesamten Kommunikationsprozess ab, der sich über Forschung und Analyse, Konzeption und Strategie bis hin zur Kreation und Produktion erstreckt.

INHALTE UND AUFBAU

Im Zuge der Umstellung auf den 7-semesterigen Bachelor wurde auch das Curriculum an aktuelle Entwicklungen der Kommunikationsbranche angepasst.

Das **GRUNDSTUDIUM** vermittelt Basiswissen in den Bereichen:

- Marktkommunikation
- Sozialwissenschaften
- Medien und Kommunikation
- Wirtschaft
- Gestaltung und Produktion

Darüber hinaus erwerben die Studierenden wissenschaftliche Methoden und soziale Kompetenzen.

Im **HAUPTSTUDIUM** steht die Vertiefung des Wissens in den Bereichen Konzeption und Strategie, integrierte Marktkommunikation, Online-Kommunikation sowie Kommunikations- und Sozialwissenschaften im Vordergrund. Weitere Vertiefungsfächer sind von den Studierenden frei wählbar.

Die Studierenden des Studiengangs werden nicht nur theoretisch und interdisziplinär ausgebildet, sondern setzen das erlernte Wissen in praxisorientierten Übungen und Kommunikationsprojekten in praktisches Know-how um. Der Praxisbezug wird zudem durch ein integriertes Praxissemester, Gastvorträge und Workshops von Experten aus der Wirtschaft sowie medienbezogene Exkursionen unterstrichen.

STARTERTAG

RÜCKBLICK WINTERSEMESTER 2017/2018

WELCHES PROJEKT ÜBERZEUGT DIE JURY AM STARTERTAG?

Jedes Semester veranstaltet der Studiengang Werbung und Marktkommunikation gemeinsam mit dem Medienmaster Unternehmenskommunikation seinen Startertag.

Studierende aus den beiden Studiengängen präsentieren eine bunte Mischung aus gelungenen Kampagnen, Projekten und Konzepten des vergangenen Semesters. Das vielfältige Programm zieht immer wieder viele Studierende an. Es werden Arbeiten aus den unterschiedlichsten Vorlesungen präsentiert.

Bewertet werden die Arbeiten nach Originalität, argumentativer Stringenz/Überzeugungskraft, Klarheit und Machart.

Der Startertag bietet eine gute Plattform für Professoren, Studierende und Externe aus der Kreativwirtschaft, Kontakte zu knüpfen und sich in einer entspannten Atmosphäre auszutauschen.

Nachdem im Sommersemester 2017 das neu eingeführte Konzept großen Anklang fand, wurde es nun im Wintersemester 2017/2018 fortgeführt. Innerhalb des **STARTERTAGS** wurde der **STARTER AWARD** verliehen. Kurz: die Konzepte, Projekte und Arbeiten wurden von einer Jury bewertet und am Ende honoriert.

Der ehemalige Audimax war bis auf den letzten Platz belegt – auch das ist ein Zeichen, dass der **STARTER AWARD** sich immer größerer Beliebtheit erfreut. Die vielen Interessierten drängten sich auf den Treppenstufen oder am Ende des Raumes zusammen, immer auf der Suche nach einem provisorischen Sitzplatz.

DIE JUROREN

Patrick Ringleib (Art Director Digital – design hoch drei), Florian Hubrich (Creative Director Art – Jung von Matt/Neckar), Janine Nemec (Geschäftsführerin – oddity S2) und José A. Diego (Geschäftsführer – Zum goldenen Hirschen Stuttgart) fanden den Weg an die HdM und bewerteten die Arbeiten der Studierenden nach Originalität, argumentativer Stringenz/Überzeugungskraft, Klarheit und Machart.

DIE GEWINNER

Am Ende wurde ein Gewinnerteam gewählt, bei dem einfach alles passte – von der Idee, über die Umsetzung bis hin zur Präsentation. Nach Gold beim GWA Junior Agency Award in München gab es nun auch den ersten Preis beim **STARTER AWARD** an der Hochschule der Medien. Markus Evers und Miriam Kempken präsentierten stellvertretend für das 20-köpfige Team ihre Semesterarbeit, die in Zusammenarbeit mit den Professoren Gabriele Kille und Andreas Baetzgen und der Agentur Jung von Matt/Neckar entstand. „Gold für Menschenrechte – Eine Kampagne für die IGFM“ überzeugte auch die Jury in Stuttgart. Es war ein eindeutiges Ergebnis, daher gab es von den Juroren nur lobende Worte. Die Idee war von vorne bis hinten durchdacht, die Präsentation unterhaltsam und es hat Spaß gemacht zuzuhören. „Gegenüber einer solchen Arbeit auf so hohem Niveau, mit einer durchdachten Umsetzung und spannenden und unterhaltsamen Inhalten, haben es die anderen Studierenden mit ihren durchaus tollen Projekten und Kampagnen schwer“, so Jurymitglied José A. Diego.

DIE JURY

oddity



JUNGVONMATT
AM NECKAR

Der Studiengang bedankt sich bei allen Jurymitgliedern und studentischen Teams für Ihr Kommen und sagt herzlichen Glückwunsch an die Gewinner!



GEWINNER!
STARTER AWARD WS 2017/2018



Juroren und Gewinner (v.l.n.r.): Janine Nemec | José A. Diego | Melanie Zeitz | Florian Hubrich | Patrick Ringleib | Miriam Kempken | Markus Evers | | Kim Kunze | Luis Martinez

Das gesamte Gewinnerteam: Miriam Kempken | Miriam Karcher | Marina Hudjec | Carolin Engmann | Melanie Schütz | Anna Weinlein | Laura Seifert | Philipp Koch | Anna-Licia Brancato | Luis Martinez | Thomas Lotter | Julian Bossert | Marcus Sies | Markus Evers | Annika Rupp | Carolin Kollberg | Marcel Buchstaller | Dominik Schulz | Kim Kunze

GWA

JUNIOR AGENCY AWARD

RÜCKBLICK SOMMERSEMESTER 2017

GWA JUNIOR AGENCY AWARD - DEUTSCHLANDS ANSPRUCHSVOLLSTER HOCHSCHULWETTBEWERB FÜR MARKETINGKOMMUNIKATION.



Marketing- und Designstudenten verschiedener Hochschulen erarbeiten innerhalb eines Semesters gemeinsam mit Werbeagenturen Kommunikationslösungen und Kampagnen für reale Kunden. Dabei begleitet und coacht die jeweilige Agentur das studentische Team von Beginn an: ob Recherche, strategische Planung und am Ende die Umsetzung der Leitidee in die Praxis - die Studierenden lernen nicht nur die unterschiedlichsten Disziplinen und Aufgaben einer Kommunikationsagentur an einem praktischen Beispiel kennen, sondern knüpfen persönliche Kontakte und stärken ihre Präsentations- und Umsetzungscompetenz.

Höhepunkt ist der GWA Junior Agency Tag, an dem alle teilnehmenden Teams zusammenkommen: 2017 war die Macromedia Hochschule in München Gastgeber der einzigartigen Veranstaltung. Unter dem Motto „Ready to rumble“ wurden der Jury die Ideen und Lösungen in einem 25minütigen Pitch präsentiert. Die Jury setzt sich aus Agenturmanagern, Marketingexperten aus Unternehmen, Professoren und Journalisten zusammen, bewertet die Präsentationen und vergibt den Junior in Gold, Silber und Bronze.

Das Team Stuttgart hat nach 2015 unter Leitung von Prof. Dr. Andreas Baetzgen und Prof. Gabriele Kille wieder Gold geholt! Das Team wurde von der Agentur Jung von Matt/Neckar unterstützt. Herzlichen Glückwunsch!

Beim 30. GWA Junior Agency Award in München gewann das Team unserer Studierenden zusammen mit deren Betreuer Prof. Gabriele Kille und Prof. Dr. Andreas Baetzgen. Coaching-Agentur des Teams war Jung von Matt/Neckar. Außerdem darf sich die Gruppe über den Gewinn des Making-Of-Awards freuen!

Das Team entwickelte eine Kommunikationslösung für die internationale Gesellschaft für Menschenrechte (IGFM). Die Kampagne bezieht sich auf die Ausrichtung der Fußball WM 2018 in Russland und die damit entstandenen Verletzungen der Menschenrechte beim Ausbau von Stadien und der Infrastruktur in den teilnehmenden Städten. Mit dem Claim „Bestich die FIFA“ sollen über die Social-Media-Kampagne Spendengelder gesammelt werden. Die Jury lobt besonders den herausragenden strategischen Ansatz, sich auf die Fußball WM zu beziehen, da so eine große Zielgruppe angesprochen wird. Ein herausragendes Storytelling sowie die umfangreiche Recherche der Studenten runden die Entscheidung für die Gold-Platzierung ab.



Wir freuen uns riesig mit dem Team, das eine beeindruckende Kampagne für Menschenrechte entwickelt und mit großer Überzeugung und Leidenschaft präsentiert hat. (Zitat Prof. Dr. Andreas Baetzgen)

Insgesamt fünf Teams aus ganz Deutschland stellten sich im Sommersemester 2017 dem Hochschulwettbewerb für Marketingkommunikation. Die Studierenden aus den Bereichen Marketing und Gestaltung entwickelten Kommunikationslösungen für reale Kundenaufgaben und präsentierten diese beim Junior Agency Tag. Unterstützt wurden sie dabei jeweils von einer Coaching-Agentur.

Die neunköpfige Jury aus Agenturexperten, Wissenschaftlern und Marketingverantwortlichen aus Unternehmen bewertete alle Präsentationen. „Wir haben sehr lange und ausgiebig diskutiert, konnten den Gold-Gewinner aufgrund des starken Gesamtbilds jedoch sehr schnell festlegen. Insgesamt ist die Leistung von allen Teilnehmern sehr beeindruckend. Einige Teams zeigten in der Strategie Hochleistung, andere haben die kreative Exekution nicht sehr stark umgesetzt. Für die Jury war dieses Mal viel Überraschendes dabei“, sagt Christian Waitzinger, Juryvorsitzender und Executive Creative Director und Vice President Kontinentaleuropa bei SapientRazorfish.

Gastgeber des Junior Agency Tags war die Hochschule Macromedia in München, die die Veranstaltung unter dem Motto „Ready to Rumble“ gestaltete.

Der Studiengang Werbung und Marktkommunikation freut sich über diese herausragende Leistung der Studierenden und gratuliert herzlich!

GOLD!

30. GWA JUNIOR AGENCY AWARD



Team Stuttgart: Miriam Kempken | Miriam Karcher | Marina Hudjec | Carolin Engmann | Melanie Schütz | Anna Weinlein | Laura Seifert | Philipp Koch | Anna-Licia Brancato | Luis Martinez | Thomas Lotter | Julian Bossert | Marcus Sies | Markus Evers | Annika Rupp | Carolin Kollberg | Marcel Buchstaller | Dominik Schulz | Kim Kunze

add

CONNECTING CREATIVES

RÜCKBLICK SOMMERSEMESTER 2017

TALENT IST DIE WÄHRUNG DER KREATIVBRANCHE.

Am 31. Mai 2017 ging es um das Thema Talentmanagement: Was erwarten Studierende heute vom Berufsleben? Mit welchen Herausforderungen sieht sich die Kreativwirtschaft konfrontiert und wie bleibt man relevant, trotz aller Veränderungen? Thematisiert wurden demografische, technologische und soziale Herausforderungen der Kreativbranche.

Die Antworten gab es innerhalb von Workshops und Vorträgen mit hochkarätigen Speakern. Weiterhin hatten die Studierenden die Möglichkeit, sich auf Gespräche mit Professionals zu bewerben und Kontakte für die Zukunft zu knüpfen. Das Motto „Connecting Creatives“ wurde am Veranstaltungstag direkt in die Praxis umgesetzt und gelebt:

Studentisch, locker und inspirierend!

Einen ausführlichen Bericht und weitere Bilder vom Veranstaltungstag gibt es hier:

<http://mw.hdm-stuttgart.de/werbung-und-marktkommunikation/addtalent-connecting-creatives/>

<http://add-conference.de/>



REFERENTEN & WORKSHOPS U.A. VON:

METADESIGN **GOOGLE**

ACCENTURE **BERTELSMANN**

STRICHPUNKT DESIGN

SAATCHI & SAATCHI



VORTRÄGE **WORKSHOPS**

GET-TOGETHER **TALKRUNDE**

WIE SEXY IST DIE KREATIVBRANCHE?

HOCHKARÄTIGE SPEAKER

KREATIVTRENDS



IM SOMMERSEMESTER 2018

PLANEN WIR DIE NÄCHSTE add!

INTERESSE?!

SAVE THE DATE: 06/06/2018

PROJEKTE

ARBEITEN AUS DEM STUDIENGANG.

Neben theoretisch-wissenschaftlichem Know-how vermittelt der Studiengang Werbung und Marktkommunikation vor allem Praxiskompetenz. So werden in Lehrveranstaltungen wie DTP, Werbung, Bildsprache & Fotodesign oder in Kommunikationsprojekten praktische Aufgabenstellungen erarbeitet.

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir Ihnen ausgewählte studentische Arbeiten, die im vergangenen Sommersemester 2017 im Studiengang entstanden sind.

GRUNDLAGEN GESTALTUNG UND TYPOGRAFIE

BILDSPRACHE & FOTODESIGN: EXPRESS YOURSELF

BILDSPRACHE & FOTODESIGN: FOTOGRAFISCHE ERZÄHLUNG

VISUELLE KOMMUNKATION



GRUNDLAGEN GESTALTUNG UND TYPOGRAFIE

In der Lehrveranstaltung „Grundlagen und Typografie“ von Fjodor Zarmutek wurde im Sommersemester 2017 das aktuelle Thema „Startup-Trends“ thematisiert. Ob Seife mit Erdbeer-/Mandelstückchen, Bier mit Ingwer-/Zimt Geschmack, neue Eissorten wie »Beton«, Turnbeutel aus Hanffasern oder Kosmetikprodukte mit selbst gesammelten Kräutern - die Anzahl der Produkte, die sich vom Massenmarkt absetzen wollen und auf DIY, Individualität und gute Zutaten setzen, ist in den letzten Jahren stark angestiegen. Nach einem Brainstorming in den Kleingruppen ging es an die Gestaltung und Umsetzung. Ziel war es, am Ende ein real produzierbares Produkt für die urbane Zielgruppe auf einem Marktplatz anbieten zu können. Entstanden sind Logo, Etikett, Verpackung, Produktmuster und Plakate.

Team: „Mischugge - wir mischen auf!“

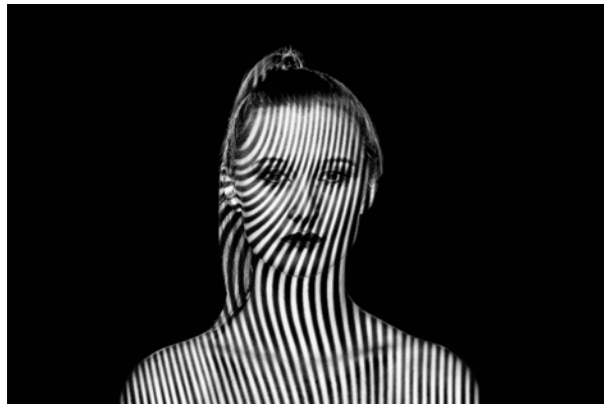
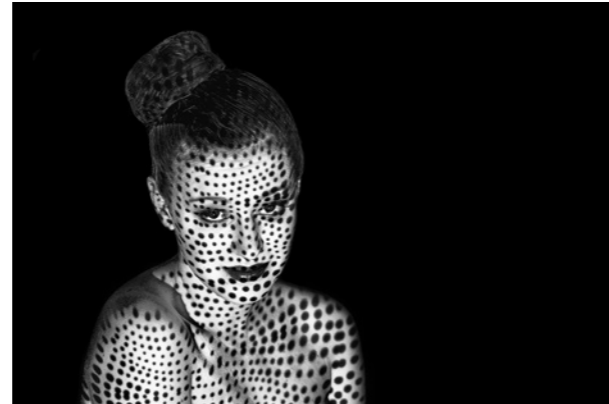
Michel Bergmann | Frieder Griem | Lena Häfner | Florian Schroeder | Max von Valtier



Team: KOKUA

Jessica Werner
Anne Martin
Vincenta Peifer
Xenia Lang
Céline Schwarz



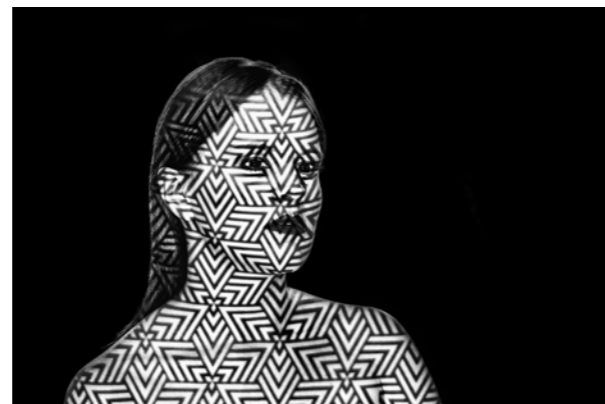


In der Lehrveranstaltung von Prof. Gabriele Kille, Thomas Weccard, Kristof Lange und Jörg Rohrbacher wird den Studierenden zunächst das nötige Basiswissen in Kamera- und Beleuchtungstechnik, Aufnahme und Bildbearbeitung vermittelt. Darauf aufbauend findet das Fotoshooting statt, in dem die einzelnen Komponenten schließlich zusammenfließen.

BILDSPRACHE & FOTODESIGN - EXPRESS YOURSELF

Team „Schattenspiel“

Christina Rädlein
Annalena Resack
Corinna Semmler
Sybille Stamp



Bei „Express Yourself“ stehen die Studierenden selbst im Mittelpunkt der Aufgabenstellung. Innerhalb eines Viererteams sollen sie ein Bild von sich, in einem frei wählbaren gemeinsamen Kontext, erstellen. Ist das Konzept abgestimmt und umsetzbar, werden im Anschluss die Feinheiten jeder einzelnen Aufnahme herausgearbeitet. Hier geht es um Atmosphäre, um Lichtstimmung, aber auch um die Requisiten, das Styling, Outfit und Make-Up.



Team „Das Tier in mir“

Fabienne Engel
Jonas Wurster
Giovanni Basile
Nina Kleiner



Aufgabe: Die Studierenden hatten im Sommersemester 2017 die Aufgabe, ein frei wählbares Zitat aus dem Roman „Der Sohn“ von Jo Nesbo über die beschriebenen Inhalte hinaus zu interpretieren (Stimmung, Umfeld, Personen, Handlungsszenen...). In fotografischer Erzählweise sollte beschrieben werden, was sich in der Geschichte entwickeln könnte.



Das Keuchen kam von dem Neuen. Er lag auf dem Boden von Johnny abgewandt und aus den Kopfhörern, die er aufgesetzt hatte drangen ein synthetischer Rhythmus und eine roboterartige, monotone Stimme. Der Junge machte Liegestütze. Im Licht, das durch die Gardine fiel und auf die Wand traf, sah er ein Bild, das der junge Mann aufgehängt haben musste. Ein Mann in Polizeiuniform.



BILDSPRACHE & FOTODESIGN - FOTOGRAFISCHE ERZÄHLUNG

Team:

Kathrin Wurst
Saskia Hörmann
Evelina Ivanova
Jannika Seybold





Team: Daria Efremenko | Isabel Kritzer | Julia Winning | Sarah Krader



„Hauptkommissar Kefas?“ Er sah auf. Und legte den Kopf in den Nacken. Die Frau, die vor seinem Tisch stand, war groß. Sehr groß. Und hager. Dünne Beine ragten unter dem Business-Rock hervor. „Mein Name ist Kari Adel. Man hat mir gesagt, dass ich Ihnen helfen soll. Ich wollte Sie schon am Tatort ansprechen, aber Sie waren plötzlich weg.“





VISUELLE KOMMUNIKATION ENTWICKLUNG EINES KOMMUNIKATIONSKONZEPTS

Klimaschutz – eine anspruchsvolle Kooperation des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation mit Herr Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher, Herr Prof. Achim Bubenzer, Herr Prof. Dr. Dr. Bastian Kaiser und der Initiative „Gemeinsam für Klimaschutz“ waren Gegenstand der Lehrveranstaltung „Visuelle Kommunikation“ bei Prof. Gabriele Kille im Sommersemester 2017.

Die Studierenden waren dabei aufgefordert, ein Kommunikationskonzept und eine Kampagnenidee zu entwickeln, die die interessierte Bevölkerung aktiviert, sich einerseits zum Klimaschutz zu bekennen und die andererseits einen politischen Willen entwickelt, der dieses globale Problem auf der politischen Agenda verankert.

Das erklärte Ziel der Kommunikationsaufgabe war es, die Menschen für Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu interessieren, falsche Vorstellungen auszuräumen und zum aktiven Handeln zu gewinnen.

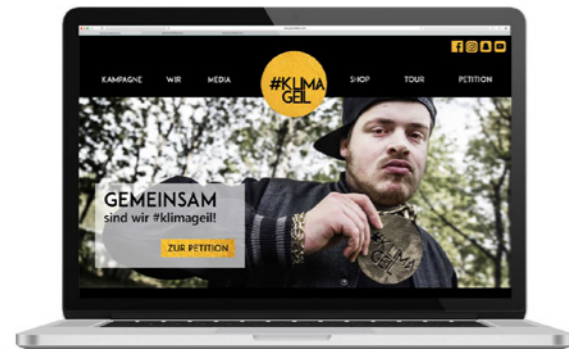
Team #KLIMAGEIL

Jan Albeck
Anna-Sophia Bauer
Karina Götz
Lena Hirning
Jannika Seybold



INSIGHT:

„Klimaschutz ist schon wichtig, aber es gibt so viele Probleme auf der Welt, dass man gar nicht weiß, wo man anfangen soll. Ich allein kann da sowieso nichts bewirken.“



FACEBOOK

CURRICULUM

VITAE

DIE STUDIERENDEN STELLEN SICH VOR.

Erfahren Sie auf den folgenden Seiten mehr über die Studierenden des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation und entdecken Sie wertvolle Talente.

Studierende des 4. Semesters, die das Grundstudium erfolgreich abgeschlossen haben und nach einem Pflichtpraktikum von 26 Wochen suchen, um ihr theoretisches Wissen praktisch umzusetzen und zu festigen (ab Seite 37).

Studierende höherer Semester, die bereits praktische und fachbezogene Erfahrungen gesammelt haben. Sie sind auf der Suche nach einer Werkstudententätigkeit, interessanten Themen und Unternehmen für ihre Bachelorthesis (ab Seite 109) oder Chancen für ihren Berufseinstieg, sei es durch Traineeships oder Direkteinstiege (ab Seite 159).

PRAKTIKUM

26 Wochen im Rahmen des Praxissemesters



Durch meine Kommunikationsfähigkeit, mein Organisationstalent und mein lösungsorientiertes Denken sehe ich mich im Bereich Kundenberatung oder Projekt Management.



ICH SUCHE

Praktikum im Bereich Kundenberatung ab 08/2016

FREMDSPRACHEN

Englisch (sehr gut), Spanisch (gut),
Französisch (Grundkenntnisse)

ENGAGEMENT

Seit 2015 Mitglied der Verfassten Studierendenschaft
(VS) an der HdM

INTERESSEN

Fotografie, Reisen, Lesen

GEBURTSTAG

23. Juni 1991

KONTAKT:

Mobil 0160 / 12344550
ww007@hdm-stuttgart.de

WANDA

STUDIUM

10/2014 – heute

Hochschule der Medien, Stuttgart
Werbung und Marktkommunikation (Bachelor of Arts)
4. Semester, voraussichtlicher Abschluss 02/2018

Ausgewählte Projekte (und Bachelor-Arbeit):

- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie und Gestaltung der Kommunikationsmittel für die Marke Aqua Römer
- Konzeption einer Imagekampagne für eine Non-Profit Organisation im Rahmen der Vorlesung Visuelle Konzeption

PRAXISERFAHRUNG

02/2014 – 05/2014

Vorest AG, Pforzheim
Angestellte im Marketing
Planung, Erstellung und Abwicklung von Werbeprojekten im Bereich Direktmarketing: Erarbeitung und Umsetzung zielgruppenspezifischer Aktionen (Newsletter, Mailing), Erstellen von Statistiken zur Überwachung des Werbeerfolgs und des Suchmaschinenmarketings

07/2011 – 08/2011

Maxmedia Werbeagentur GmbH, Karlsruhe
Praktikum im Bereich Kreation

AUSLANDSERFAHRUNG

06/2014 – 09/2014

Au-pair in Barcelona (Spanien)

BERUFSAUSBILDUNG

09/2011 – 01/2014

Vorest AG, Pforzheim
Ausbildung zur Kauffrau für Marketingkommunikation, Abschlussnote 1,6

SCHULAUSBILDUNG

09/2002 – 06/2011

Albert-Einstein-Gymnasium, Karlsruhe
Allgemeine Hochschulreife
Sprachlicher Schwerpunkt
Abschlussnote 1,9

WERBER



BA-THESIS WERKSTUDENTEN- STELLE



FREIWILLIGES PRAKTIKUM TRAINEE DIREKTEINSTIEG

IMPRESSUM

HERAUSGEBER



Fakultät Electronic Media
Studiengang Werbung und Marktkommunikation

Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

Telefon 0711 / 8923 - 10
Telefax 0711 / 8923 - 11

info@hdm-stuttgart.de
www.hdm-stuttgart.de

ANSPRECHPARTNER IM STUDIENGANG WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION

Prof. Gabriele Kille
Studiendekanin
Werbung und Marktkommunikation (B.A.)
Telefon 0711 / 8923 - 2225
kille@hdm-stuttgart.de

www.hdm-stuttgart.de/wm

Verantwortlich für Konzeption und Inhalt:
Silke Hörmann
Werbung und Marktkommunikation (B.A.)
Telefon 0711 / 8923 - 2627
hoermann@hdm-stuttgart.de

