

LSoM-Beirat für Masterstudiengang Corporate Publishing gegründet



Zum Start des neuen Studienjahrs hat sich an der Leipzig School of Media (LSoM) der Fachbeirat des Studiengangs Corporate Publishing konstituiert. Namhafte Corporate Publisher aller Branchen beraten die LSoM bei der kontinuierlichen Anpassung der Inhalte des Masterstudiums an die

professionellen Bedürfnisse des Berufsfelds und helfen bei der Optimierung des Studiengangs.

„Corporate Publishing übernimmt heute im Marketing und in der Kommunikation zentrale Aufgaben und beschränkt sich nicht mehr nur auf die klassischen Print- und Online-Aufgabenfelder. Der Fachbeirat ergänzt und stimuliert die weitere inhaltliche Ausrichtung des Studiengangs“, beschreibt Matthias Steybe, Daimler AG und Mitglied des Fachbeirats, einen der Schwerpunkte der Beiratsarbeit.

Zu den Mitgliedern des 16-köpfigen Beirats gehören außerdem unter anderem Toni Lösch, Leiter Unternehmenskommunikation der Siemens AG; Dr. Christian Fill, Geschäftsführer Burda Yukom, und Prof. Dr. Günter Bentele, Universität Leipzig. Auch Frank Trurnit, Trurnit Verlag, ist Mitglied des Beirats. Sein Unternehmen hatte mit einem Anschub-Sponsoring die Etablierung des Studiengangs im Jahr 2009 überhaupt erst angeschoben. Sprecherin des Beirats ist Frauke Riva, Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation Stadtwerke Leipzig, ihr Stellvertreter ist Michael Schmitz, Publicis Publishing.



Foto (v.l.r.): Jan Spielhagen, Prof. Dr. Günter Bentele, Dr. Christian Fill, Michael Geffken, Dr. Marco Olavarria, Frank Trurnit, Liane Scheinert, Michael Schmitz, Frauke Riva, Dr. Tobias Liebert (hinten) und Matthias Steybe

Der neu geschaffene **Fachbeirat des Masterstudiengangs** soll zudem die Sicherung der Qualität der berufsbegleitenden Aus- und Weiterbildung an der Leipzig School of Media gewährleisten. „Die Mitglieder des Fachbeirates freuen sich darauf, diesen zukunftssträchtigen Studiengang zu unterstützen. Klares Ziel ist es, den Teilnehmern in Fragen der Ausbildung beratend zur Seite zu stehen und ein vielseitiges, innovatives Studienprogramm zu fördern“, sagt Riva.

Der berufsbegleitende **Masterstudiengang Corporate Publishing** ist 2009 im deutschsprachigen Raum als erstes universitäre Masterprogramm im gestartet. Die Vermittlung strategischer und journalistischer Fähigkeiten sowie Fertigkeiten stehen dabei im Fokus. Die Schulung im Bereich der medialen Gestaltung sowie der technischen Umsetzung befähigt die Studierenden, den Prozess des Corporate Publishing eigenverantwortlich zu gestalten. Das Studium schließt ab mit dem international anerkannten Mastertitel der Universität Leipzig.

„Corporate Publishing wird als herausragende Form der Unternehmenskommunikation immer bedeutender. Die Anforderungen in diesem Bereich steigen ständig. Es ist ein wichtiges Signal und eine kluge Entscheidung, dass die Leipzig School of Media mit einem originären Studiengang Corporate Publishing dieser Entwicklung Rechnung trägt. Hier wird die Unternehmenskommunikation der Zukunft gelehrt“, sagt Jan Spielhagen, Mitglied des Fachbeirates und Chefredakteur von DB MOBIL von G+J Corporate Editors.

Die **Leipzig School of Media** ist ein Tochterunternehmen der Medienstiftung der **Sparkasse Leipzig** in Zusammenarbeit mit der **Universität Leipzig** und der **Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig**.

(bmw) 10.11.2011