

VORSPRUNG DURCH WISSEN



BERUFSBEGLEITENDE WEITERBILDUNG

Kontaktstudiengang

Public Relations

- mit optionaler Projektarbeit
- modular zum Weiterbildungsabschluss
„PR-Manager/in (VWA)“

Studienprogramm

DER KONTAKTSTUDIENGANG PUBLIC RELATIONS

In der heutigen Informations- und Mediengesellschaft ist es für Profit- wie Non-Profit-Unternehmen eine ständige Aufgabe, sich und ihre Produkte oder Dienstleistungen der Öffentlichkeit zu präsentieren. Neben klassischen Kommunikationsmaßnahmen wie Werbung oder Verkaufsförderung gewinnt Public Relations immer mehr an Bedeutung. PR trägt dazu bei, den Bekanntheitsgrad von Unternehmen und Organisationen zu erhöhen und deren Ansehen in der Öffentlichkeit positiv zu beeinflussen. Der Bedarf an Mitarbeitern, die mit dem Kommunikationsinstrument „Public Relations“ professionell umgehen können, nimmt daher weiter zu. Dies gilt gerade auch für kleinere und mittlere Unternehmen, bei denen PR-Aufgaben häufig neben sonstigen Fach- oder Führungsaufgaben wahrgenommen werden müssen.

Mit dem berufsbegleitenden Kontaktstudiengang Public Relations bietet die Württembergische Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA) ihren Absolventen und externen Interessenten die Möglichkeit, eine systematische Zusatzqualifikation im Bereich „PR“ zu erwerben. Der Kontaktstudiengang wurde in Zusammenarbeit mit Professorin Heike Bühler konzipiert.

STUDIENZIELE

Die Teilnehmer des Kontaktstudiengangs

- erwerben grundlegende Kenntnisse der Public Relations und des Journalismus;
- lernen die Arbeitsweise von und den Umgang mit Medienvertretern kennen;
- führen praktische Text- und Interviewübungen durch;
- erarbeiten insbesondere für unternehmens- bzw. wirtschaftsbezogene Sachverhalte PR-Konzepte und Lösungsansätze;
- werden insgesamt befähigt, in der Berufspraxis PR-Aufgaben professionell wahrzunehmen.

ZIELGRUPPE

VWA-Absolventen der Studiengänge

- Betriebswirt/in (VWA)
- Diplom-Betriebswirt/in (BA) bzw. B.A. / B.Sc.
- Fachkaufmann/-frau und Fachwirt/in (IHK)/(VWA)

sowie

- Absolventen anderer Studiengänge
- Interessenten mit vergleichbarem Kenntnisstand

Berufserfahrung im Bereich Marketing bzw. Werbung / Kommunikation ist von Vorteil.

METHODIK

Vorträge und Unterrichtsgespräche, Fallbeispiele, Übungen, Gruppenarbeiten sowie Projektarbeit (fakultativ).

Durch die vorgenannten methodischen Elemente sowie die optional angebotene Projektarbeit werden praxisrelevante Anwendungsbereiche der PR aufgezeigt und ein nutzenorientierter Lerntransfer in die betriebliche Praxis ermöglicht.

STUDIENINHALTE IM ÜBERBLICK

Grundlagen

Grundlagen der
Public Relations

Grundlagen des
Journalismus

Vertiefung

PR-Konzeption

Methoden und Mittel
journalistischen Arbeitens

PR-Vertiefung

Fachjournalismus und PR
für die Wirtschaftspresse

Praktische Anwendung und Lerntransfer: optionale Projektarbeit

STUDIENINHALTE UND DOZENTEN

1. Grundlagen der Public Relations (26 UE)

- Einführung in das Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - Aktuelle Berufsfelder – Perspektiven eines Berufsstandes
 - PR-Verbände und Organisationen: Imagegewinn und Profilierung
 - Überblick über PR-Studien-, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
 - Historische Entwicklung der Public Relations als Beruf
 - Feminisierung eines Berufsstandes
- Grundlagen der PR
 - Definitionen und theoretische Ansätze der PR und der Corporate Communications
 - PR im Kontext von Marketing und Marketing-Kommunikation / Werbung
 - Voraussetzungen für eine funktionierende PR
 - Bedeutung, Aufgaben und Funktionen der PR sowie Herausforderungen in der Zukunft
 - Ausgewählte Top-Instrumente der PR
 - PR und der Corporate Identity-Prozess
 - Die Bedeutung der PR für das Image
 - Organisationsformen der PR und Verortung mit Blick auf die Corporate Communications / Unternehmenskommunikation
 - PR und integrierte Kommunikation

- PR und zielgruppenorientierte Kommunikation
 - Definitionen: Zielgruppen, Teilöffentlichkeiten, Bezugs- und Anspruchsgruppen
 - Charakteristika der Medienarbeit und Bedeutung für die PR
 - Relevanz von Kommunikationsmodellen für die PR: Wie funktioniert Verständigung zwischen Personen und Gruppen?
- Strategische Planung der Public Relations: Die PR-Konzeption
 - Funktion einer PR-Konzeption
 - Konzeptionstypen
 - Elemente einer PR-Konzeption
 - * Analytische Phase: Situationsanalyse, Bewertung
 - * Strategischer Block: Ziele und Zielgruppen, Positionierung, Botschaften, Umsetzungsplanung
 - * Taktik und Maßnahmen, Budget und Zeitplanung, Evaluation
- Spot: Einführung in ausgewählte PR-Instrumente
 - Überblick: Medienarbeit sowie interne, externe und gemischte PR
 - Theorie und Praxis ausgewählter PR-Instrumente
 - * Die Pressekonferenz: Präsentation von Fallstudien
 - * Die Presseeinladung (mit Textübungen)
 - * Die Pressemitteilung: Aufbau, Relevanz, Verbreitung, Formulierung und Evaluation (mit Textübungen)
 - * Analyse verschiedener Beiträge und Formulierungsübungen: Der Weg vom Redemanuskript zur Pressemitteilung, Agenturmeldung, Medienmeldung, zum TV-Bericht
 - * Pressefahrt, Hintergrundgespräch, Kaminesgespräch
 - * Lobbying, Networking und Sponsoring (mit Übungen)
 - * Weblogs und PR, Podcasts und PR, Internet-PR
- Recht und Ethik in der PR
 - Einführung in das Presserecht: Landespressegesetze, Urheberrechtsgesetz etc.
 - Informationsansprüche und Auskunftspflichten
 - Kontroll-, Beschwerde- und Rügeinstanzen: Deutscher Presserat, Deutscher Rat für Public Relations, Deutscher Werberat, Rundfunkrat, Landesmedienanstalten
 - Ethik in der PR: Richtlinien
- Wording und Corporate Language als Bausteine der PR
 - Grundlagen und Einführung in die Wording-Methode
 - Strategien und Umsetzung des Wording im Kontext der Unternehmens-PR
 - Corporate Language: Anwendungsbeispiele und Übungen
- Ausblick: Die Zukunft der PR
 - Professionalisierung und Differenzierung
 - Chancen einer Profilierung
 - PR und „neue“ Medien



Professorin Heike Bühler M.A.

- Studium der Germanistik und Geschichte
- Ausbildung als Journalistin und Redakteurin
- Pressereferentin im Staatsministerium Baden-Württemberg
- Leiterin der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg
- Lehrbeauftragte an den Fachhochschulen Nürtingen und Pforzheim
- seit dem Wintersemester 2000/2001 Professorin für Public Relations an der Hochschule Pforzheim
- seit 2002 Mitglied der Prüfungskommission der DAPR in Wiesbaden
- seit 2008 Mitglied der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK)
- seit 2008 abgeordnet in das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg

2. Grundlagen des Journalismus (18 UE)

- PR und Journalismus: eine Symbiose?!
 - Wie arbeiten Journalisten?
 - Wie arbeite ich mit Journalisten zusammen?
 - Was muss ich im Umgang mit Printmedien, TV und Radio beachten?
 - Tageszeitung, Publikumszeitschrift und Fachzeitschrift
 - Journalismus und Multimedia
 - Presseverteiler
- Journalistische Texte
 - Meldung, Nachricht, Bericht
 - Feature, Reportage
 - Kommentar, Glosse, Rezension
 - Interview, Umfrage
- Schreibwerkstatt: Wie schreibe ich eine Pressemitteilung?
 - Sprache und Verständlichkeit
 - Regeln für Presstexte
 - Form und Inhalt
 - Redigieren von Texten
 - Pressekonferenz und Pressemappe



Dr. Theo Rombach

- Studium Geschichte, Soziologie und Wirtschaftswissenschaften, Abschluss: M.A.
- Aufbaustudium Kommunikationswissenschaft mit Promotion zum Dr. rer. soc.
- Volontariat und Tätigkeit als Zeitungsredakteur bei der Stuttgarter Zeitung
- seit 1991 Agenturinhaber und Geschäftsführer
- seit 1996 Mitinhaber und Geschäftsführer der PR- und Werbeagentur Rombach & Jacobi Kommunikation GbR in Esslingen

3. PR-Konzeption (8 UE)

- Grundlagen
 - Corporate Identity, Corporate Communication
 - Konzeptionstechniken, Strategien bzw. Strategieentwicklung
 - Elemente einer PR-Konzeption
- Analyse, Strategie und Umsetzung
 - Situationsanalyse, Bewertung
 - Kommunikationsziele und -inhalte, Zielgruppen
 - Mittel und Instrumente
- Zusammenarbeit mit Agenturen
 - Briefing-Tipps
 - Budget, Kalkulation
 - Booklet und Präsentation

Die Inhalte der PR-Konzeption werden anhand von Beispielen der Teilnehmer erarbeitet. Übergeordnetes Ziel ist, dass jeder Teilnehmer im Rahmen dieser „Einheit“ ein (grobes) PR-Konzept – möglichst für eine eigene Problem- oder Aufgabenstellung – erarbeitet.

4. PR-Vertiefung (24 UE)

- Krisen-PR ... beginnt vor der Krise
- Investor Relations: Geschäftsbericht, IR im Netz
- Online-PR: Anforderungen der Presse an einen Internetauftritt
- Events als PR-Instrument, PR für Events
- Sponsoring als PR-Instrument
- Messekommunikation, PR für Messen
- Human Relations, Mitarbeiterkommunikation: MA-Zeitung, Intranet, MA-Radio
- PR-Kosten: Kalkulation und Kosten-Controlling, Zusammenarbeit mit Agenturen

Die Aufstellung ist nicht bindend. Die Schwerpunkte der PR-Vertiefung werden auf der Basis der Veranstaltungen „Grundlagen der PR“ und „PR-Konzeption“ in Abstimmung mit den Teilnehmern festgelegt.



Professor Jörg Jacobi M.A.

- Studium der Germanistik, Politik und Geschichte
- Ausbildung zum und Tätigkeit als Zeitungsredakteur bei der Südwest Presse
- Redakteur bei Trans Aktuell – Zeitung für Transport, Verkehr und Wirtschaft
- Pressesprecher und persönlicher Referent des Oberbürgermeisters der Stadt Esslingen
- seit 1996 Mitinhaber und Geschäftsführer der PR- und Werbeagentur Rombach & Jacobi Kommunikation GbR in Esslingen
- seit dem Wintersemester 2001/2002 Professor für Unternehmenskommunikation und Public Relations an der Hochschule Furtwangen

5. Methoden und Mittel journalistischen Arbeitens (14 UE)

- Medien im Vergleich
 - Arbeitsweise und Anspruch der verschiedenen Medien
 - Berichterstattung in Tageszeitung, Hörfunk, Fernsehen, Internet, Verbands- und Publikumspresse
 - Zielgruppe Leser/Hörer/Zuschauer
- Zielgruppenrelevante Kommunikation
 - Gleiches Thema anders verpackt
 - Was interessiert wen?
 - Recherche
 - Pressemappe und Pressefotos
- Übungen zu Sprache und Stil
 - Journalistische Sprache, guter Stil
 - Die Überschrift macht neugierig
 - Verfassen von Presseeinladungen, -mitteilungen und -berichten am Beispiel der Produkt- und Verbandspresse
- Keine Angst vor dem Interview
 - Die Neugier der Journalisten
 - Print-, Telefon-, Hörfunk-, Fernsehinterview
 - Gut vorbereitet ins Gespräch
 - Vorsicht Falle! Fragestrategien
 - Sprache und Stimme
 - Umgang mit der Technik
 - Interviewtraining mit Aufzeichnung

6. Fachjournalismus und PR für die Wirtschaftspresse (10 UE)

- Umgang mit der Fachpresse
 - Fachmedien und ihre Zielgruppen
 - Verbands- und Standortmagazine
 - Kontaktaufbau und Kontaktpflege
 - Fachjournalisten sind Branchenexperten
 - Formen der Produkt-PR
 - Der passende Anlass zur Berichterstattung
- Journalistische Aufbereitung von Wirtschaftsthemen
 - Top-Themen: Produkt und Hintergrund
 - Inhalte: Fakten, Namen und Bilanzen
 - Der Wirtschaftsteil der Tageszeitung



Hanna Meid

• Journalistische und technische Ausbildung (Tontechnikerin) sowie Tätigkeit als Korrespondentin beim Bayerischen Rundfunk • Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Eberhard Faber GmbH und der Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, dort auch persönliche Referentin des Oberbürgermeisters • Pressesprecherin der Bayerischen Landesgartenschau Neumarkt 1998 GmbH und der Elly-Heuss-Knapp-Stiftung, Deutsches Müttergenesungswerk • seit 2001 freie Journalistin und selbstständige PR-Beraterin sowie Dozentin und Lehrbeauftragte an Fach- und Hochschulen sowie Weiterbildungseinrichtungen

7. Praktische Anwendung und Lernttransfer: optionale Projektarbeit (fakultativ)

Die Projektarbeit ist ein optionales Angebot, das dem Teilnehmer die Möglichkeit des Transfers der Studieninhalte auf konkrete betriebliche Aufgabenstellungen ermöglichen soll. Die praxisnahe Ausrichtung der Arbeit bildet den Kern der Anforderung. Die Unterstützung durch den Arbeitgeber ist dabei von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich.

Ziel ist es, den Nutzen des Kontaktstudiengangs sowohl für die Studierenden selbst (Praxis-transfer, projektbezogene Betreuung, Erwerb eines zusätzlichen Projektzertifikats) als auch für Arbeitgeber (direkt umsetzbares Know-how des Mitarbeiters, Motivation und Bindung von leistungsbereiten Mitarbeitern) zu erhöhen. Zur Zielgruppe gehören neben Neustudierenden auch die Absolventen früherer Kontaktstudiengänge.

Nach Ende des Kontaktstudiengangs ist eine schriftliche Ausarbeitung der Projektarbeit nach bestimmten formalen Kriterien bei der VWA einzureichen. Diese wird ergänzt durch eine abschließende mündliche Präsentation vor dem betreuenden Dozenten. Sowohl die schriftliche als auch die mündliche Leistung werden bewertet und dem Teilnehmer in einem separaten Projektzertifikat bescheinigt (siehe Seite 8).

Der geplante zeitliche Ablauf der Projektarbeit kann der Rückseite des beiliegenden Terminplans entnommen werden. Weitere Einzelheiten (z. B. Anmeldung, inhaltliche und formale Anforderungen) werden zu Beginn des Kontaktstudiengangs bekannt gegeben. Absolventen setzen sich bei Interesse bitte mit den im Programm genannten VWA-Ansprechpartnern in Verbindung.

STUDIENBESCHEINIGUNG / PROJEKTZERTIFIKAT

Teilnehmer, die an mindestens 70 % der Veranstaltungstermine teilgenommen haben, erhalten nach Beendigung des Kontaktstudiengangs eine detaillierte Studienbescheinigung. Teilnehmer, die die Projektarbeit erfolgreich absolviert haben, erhalten zusätzlich zur Studienbescheinigung ein qualifiziertes Projektzertifikat.

PRÜFUNGSMÖGLICHKEIT

Bei nachfolgender Belegung der beiden thematisch miteinander verbundenen Kontaktstudiengänge „Integrierte Unternehmenskommunikation“ und „Public Relations“ sowie erfolgreicher Absolvierung bestimmter Prüfungsleistungen (zwei Projektarbeiten mit Präsentation sowie abschließende mündliche Prüfung) wird der Weiterbildungsabschluss „PR-Manager/in (VWA)“ vergeben.

GEBÜHREN / ANMELDUNG

Die Studiengebühr beträgt für Absolventen von Studiengängen der VWA und der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart (vormals Berufsakademie) **1.350,- €**, für sonstige Teilnehmer **1.450,- €**.

In der Gebühr sind die schriftlichen Begleitmaterialien bereits enthalten. Eine verbindliche Anmeldung mit der Verpflichtung zur Zahlung der Studiengebühr wird unter Verwendung des Anmeldeformulars (Zulassungsantrag) vorgenommen.

Bei Durchführung einer Projektarbeit beträgt die zusätzliche Projektgebühr **500,- €**.

Die Projektgebühr, die die Betreuung und Bewertung der Projektarbeit sowie die Abnahme der Präsentation mit mündlicher Prüfung beinhaltet, wird erst nach verbindlicher Beantragung der Projektarbeit erhoben.

FÖRDERUNG

ESF-Förderung

Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg gewährt aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) einen Zuschuss für ausgewählte VWA-Kontaktstudiengänge. Sie erhalten 30 % bzw. – sofern Sie spätestens im Verlauf des Kurses zumindest das 50. Lebensjahr vollenden werden – 50 % Ermäßigung auf die in diesem Programm genannten Studiengebühren, wenn Sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen.

Weitere Informationen sowie das Antragsformular erhalten Sie unter www.w-vwa.de beim jeweiligen Kontaktstudiengang.



Unterstützt durch das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds.

Bildungsprämie

Die Bildungsprämie besteht aus zwei Komponenten: Prämiegutschein und Weiterbildungssparen. Einen Prämiegutschein in Höhe von maximal 500,- € können alle Erwerbstätigen erhalten, deren zu versteuerndes Jahreseinkommen 25.600,- € (51.200,- € bei gemeinsam

Zahlt sich aus: Die Bildungsprämie

Veranlagten) nicht übersteigt. Mindestens die gleiche Summe müssen sie selbst für die Weiterbildung aufbringen. Kombinieren lässt sich der Prämiegutschein mit dem Weiterbildungssparen. Weitere Informationen sind unter www.bildungspraemie.info erhältlich. Dieses Vorhaben wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und aus dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union gefördert.

Steuerliche Möglichkeiten

Die Aufwendungen für das VWA-Studium können als Werbungskosten bei der Festsetzung der Lohn- bzw. Einkommenssteuer geltend gemacht werden, sofern die Kosten nicht anderweitig erstattet werden. Weitere Auskünfte erteilt das Finanzamt.

Förderung durch den Arbeitgeber

Manche Arbeitgeber sind bereit, die berufsbegleitende Weiterbildung ihrer Mitarbeiter finanziell (Studiengebühren, Fahrtkosten, Lernmittel) oder in anderer Form (z. B. Sonderurlaub) zu fördern. Es ist deshalb grundsätzlich zu empfehlen, den Arbeitgeber über eine beabsichtigte Weiterbildung zu informieren und Möglichkeiten einer Förderung zu erörtern.

RÜCKTRITT

Ein Rücktritt muss gegenüber der VWA schriftlich erklärt werden. Bei Nichtteilnahme ohne vorherigen Rücktritt bleibt der Anspruch auf die volle Studiengebühr bestehen.

Nach verbindlicher Anmeldung durch den Teilnehmer und erteilter Zulassungsbestätigung durch die VWA ist bei einem Rücktritt bis zwei Wochen vor Beginn des Studiengangs eine Rücktrittsgebühr von 10 % der Studiengebühr zu entrichten. Bei einem Rücktritt bis Ende der zweiten Woche nach Beginn des Studiengangs wird eine Rücktrittsgebühr von 20 % der Studiengebühr erhoben. Erfolgt ein Rücktritt danach, ist die volle Studiengebühr zu bezahlen.

Wir behalten uns vor, einen Studiengang bis zu zwei Wochen vor Beginn wegen zu geringer Teilnehmerzahl abzusagen.

IHRE ANSPRECHPARTNER



Christa Gall

☎ 0711 21041-35

GallC@w-vwa.de

Information und Anmeldung



Wolfhard Binder

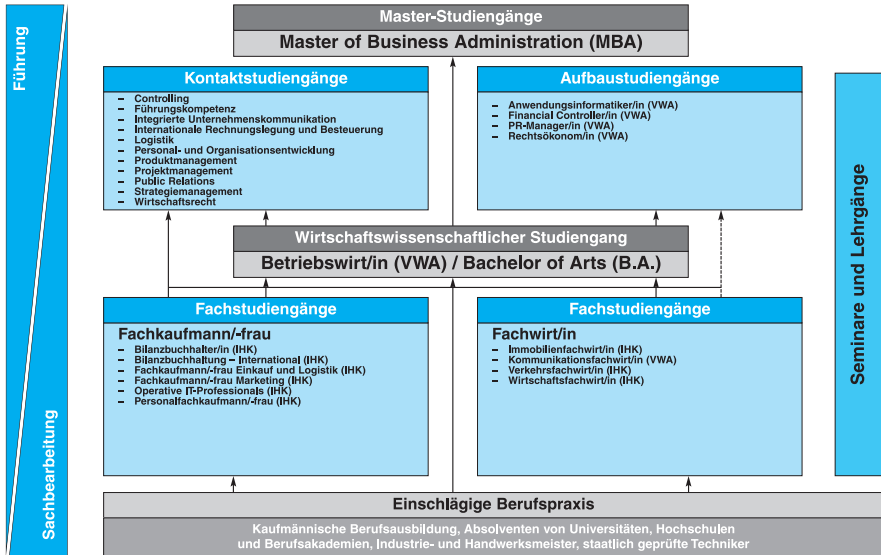
☎ 0711 21041-30

BinderW@w-vwa.de

Organisation und Beratung

Weiterbildungskonzeption der VWA

Die Württembergische Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA) vermittelt Fach- und Führungskräften aus Wirtschaft und Verwaltung in ihren berufsbegleitenden Studiengängen die für eine erfolgreiche Berufstätigkeit notwendige Handlungskompetenz. Sie begleitet ihre Teilnehmer auf dem Weg in Führungspositionen mit einem systematischen Konzept und bietet deshalb mit ihrem wissenschaftlich fundierten sowie praxisorientierten Angebot eine Alternative zu einem Vollzeitstudium an einer Hochschule. Lehrgänge und Seminare ergänzen gezielt das Studienangebot und bieten zusätzlich Möglichkeiten, Fachkenntnisse zu vertiefen und die Methoden- und Sozialkompetenz auszubauen.



Folgende Abschlüsse werden unterschieden:

- **Betriebswirt/in (VWA) / Bachelor of Arts in Business Administration (B.A.)**
sechsemestriger, wirtschaftswissenschaftlicher Studiengang in hochschulähnlicher Form zum Generalisten mit der Möglichkeit des zusätzlichen Parallelabschlusses als Bachelor
- **Fachkaufmann/-frau (IHK)**
viersemestrige, praxisorientierte Fachstudiengänge in Seminarform zum Funktionsspezialisten
- **Fachwirt/in (IHK)/(VWA)**
viersemestrige, praxisorientierte Fachstudiengänge in Seminarform zum Branchenspezialisten
- **Aufbaustudiengänge**
drei- bis viersemestrige Qualifikationen in Seminarform mit Abschlussprüfung für Weiterbildungs- und Hochschulabsolventen
- **Kontaktstudiengänge**
einsemestrige Zusatzqualifikationen in Seminarform mit optionaler Projektarbeit für Weiterbildungs- und Hochschulabsolventen

Württembergische Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA) – Aus- und Weiterbildung von Fach- und Führungskräften –

Die Württ. VWA ist eine Institution der beruflichen Erwachsenenbildung in der Rechtsform eines als gemeinnützig anerkannten eingetragenen Vereins (e. V.). Seit 1928 dient sie der Aus- und Weiterbildung von Fach- und Führungskräften in Verwaltung und Wirtschaft. Mitglieder der Akademie sind u. a. das Land Baden-Württemberg, Städte und Landkreise, die Industrie- und Handelskammern, Verbände der Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung sowie Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen.

Das Angebotsspektrum umfasst vielfältige Möglichkeiten zur berufsqualifizierenden Aus- und Weiterbildung. An den Studienorten in Stuttgart, Heidenheim, Heilbronn, Ravensburg, Tübingen und Ulm sowie zahlreichen weiteren Seminarorten finden jährlich etwa 1.000 Veranstaltungen statt, die von rund 25.000 Teilnehmern besucht werden. Qualifizierte Dozenten aus Hochschule, Wirtschaft und Verwaltung, hohe inhaltliche und organisatorische Qualität sowie Preiswürdigkeit charakterisieren das VWA-Angebot. Mit ihrem umfassenden Spektrum an Studiengängen, Lehrgängen und Seminaren nimmt die VWA in Baden-Württemberg und darüber hinaus eine Spitzenposition in der beruflichen Aus- und Weiterbildung ein.



Präsidium (Vorstand):

Günther Benz,
Ministerialdirektor
im Innenministerium
Baden-Württemberg

Andreas Richter,
Hauptgeschäftsführer
der IHK Region Stuttgart

Studienleiter:

Professor
Dr. rer. pol. habil. Ernst Troßmann,
Universität Hohenheim

Geschäftsführung:

Hauptgeschäftsführer Rolf Salzer
Geschäftsführer Bernd Schimek

Der Terminplan mit den genauen Orts- und Zeitangaben liegt dem Studienprogramm bei.
Stand: Juli 2010 – Änderungen bleiben vorbehalten.



Württembergische
Verwaltungs- und
Wirtschafts-Akademie e.V.

Hauptgeschäftsstelle:
Urbanstraße 36
70182 Stuttgart

☎ 0711 21041-0
☎ 0711 21041-71
info@w-vwa.de
www.w-vwa.de

Wir sind für Sie erreichbar:
Montag bis Donnerstag
8:00 bis 18:00 Uhr
Freitag
8:00 bis 16:00 Uhr



Mitglied im Bundesverband
Deutscher Verwaltungs- und
Wirtschafts-Akademien e. V.