

Motor für Wirtschaft und Wissenschaft

20.06.2011, 17:46 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Institut für Werbung und Marktkommunikation der Hochschule der Medien GmbH*



Alles. Außer Reiner Theorie.

Kooperationen an Hochschulen für Angewandte Wissenschaften

Effektives und erfolgreiches Arbeiten geschieht am besten in einer ausgewogenen Kombination aus Theorie und Praxis. Dazu gehört auch eine enge Partnerschaft von mehreren Akteuren aus verschiedenen Wissens- und Anwendungsbereichen. So lassen sich unterschiedliche Kompetenzen bündeln und Ziele gemeinsam erreichen.

Die Zusammenarbeit der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften mit nationalen und internationalen Hochschulen, Institutionen, Organisationen und Unternehmen aus den unterschiedlichsten wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Bereichen kommen nicht nur den Studierenden und der Forschung, sondern auch Firmen und Organisationen zugute.

Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft

Theorie und Praxis bilden an den Hochschulen für Angewandte Wissenschaften eine starke Partnerschaft, in die beide Seiten ihre Kernkompetenzen einfließen lassen: Die Hochschulen liefern wissenschaftliches und Forschungs-Know-how, bilden zudem hoch qualifizierte Nachwuchskräfte heran, die gut aufgestellt und optimal ausgebildet für die spätere Berufspraxis sind. Umgekehrt steuern Unternehmen und Institutionen durch Dozenten mit langjähriger Berufserfahrung Problem- und Aufgabenstellungen aus der Praxis bei.

So entstehen starke Kooperationen mit regionalen und überregionalen Unternehmen, Institutionen und Organisationen, die von der Innovationskraft und Flexibilität dieser anwendungsorientierten Hochschulen profitieren: Die Partner können durch Entwürfe und Forschungsaufträge die wissenschaftliche Kompetenz der Hochschulen nutzen und so entstandene praxistaugliche Projekte und Produkte, direkt anwendbare Konzepte und Forschungsergebnisse verwerten.

Ganz gleich ob Dozenten aus der Praxis die Lehrveranstaltungen um Beispiele aus dem Berufsalltag bereichern oder ob Forschungsprojekte in enger Zusammenarbeit umgesetzt werden: Immer sind Hochschulen für Angewandte Wissenschaften die kompetenten Partner und bilden die optimale Brücke zwischen wissenschaftlichem und praktischem Know-how.

Hochschulen für Angewandte Wissenschaften – Alles. Außer Reiner Theorie.

Portrait

Das IWM (Institut für Werbung und Marktkommunikation der Hochschule der Medien GmbH) wurde im März 2007 gegründet. Es entstand aus der Idee, Dienstleistungen im Bereich der Markt- und Unternehmenskommunikation für Unternehmen, Organisationen und Institutionen anzubieten.

Vor allem mittelständische Betriebe sind aufgefordert mit dem IWM zu kooperieren, zumal jene Größenordnungen von Unternehmen und Organisationen im Bereich der Kommunikation wissenschaftliche und konzeptionelle Unterstützung benötigen. Von der ersten Idee an bis zur praktischen Umsetzung kann das IWM diesen beratend und operativ zur Seite stehen.

Das Institut für Werbung und Marktkommunikation ist ein sogenanntes wissenschaftliches An-Institut der Hochschule der Medien, Stuttgart (HdM) in privater Trägerschaft unter Beteiligung der Hochschule der Medien als Mitgesellschafter. Die Gesellschaftsform des Institutes ist die einer GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung) nach deutschem Recht.

Das Institut operiert wirtschaftlich unabhängig von der HdM, kann aber auf das konzeptionelle und technologische Know How sowie die wissenschaftliche Expertise der Hochschule der Medien zurückgreifen und ist mit dieser eng verzahnt.

Das IWM dient dem Wissenstransfer zwischen Wirtschaft und Hochschule.

News-ID: 547687 • Views: 191 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/547687/Motor-fuer-Wirtschaft-und-Wissenschaft.html>