

## Der **erste** Eindruck

Vier Wochen nach Start des neuen Dialogmarketing-Studiengangs in München ziehen Studenten der BAW ein erstes Fazit.

„Besonders spannend finde ich, dass nicht nur Marketing-Themen aufgegriffen werden, sondern auch andere Bereiche wie BWL, Jura, Technologie, Psychologie etc. – somit sind viele Sichtweisen und Herangehensweisen garantiert“, erklärt Ina

Paulweber, Marketingmanagerin bei der Tiroler Versicherung V.a.G, die sich zu dieser zehnmonatigen berufsbegleitenden Fortbildung angemeldet hat. „Für mich bieten die Vorlesungen viel Neues und führen doch alle zum selben Kern“, fährt sie fort.

Studierende des ersten Jahrgangs des neuen Dialogmarketing-Studiengangs nehmen einen positiven Eindruck von ihrem ersten Monat an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) mit.

„Allein schon die Kontakte, die man im Laufe des Studiums knüpft, sind Gold wert“, ergänzt Werbetexterin Jana Kupfer von wortSpiel 77. Darüber hinaus stünden Vorlesungsinhalte in direktem Bezug zum Arbeitsalltag und seien umsetzbar.

Seit Mitte September bildet die Münchner Akademie ([www.baw-online.net](http://www.baw-online.net)) erstmals „Dialogmarketing-Fachwirte BAW“ aus, Fachleute, die den professionellen Kundendialog über alle Medien führen.



**Engagiert** Jana Kupfer (o.) und Ina Paulweber (u.) wollen Dialogmarketing-Fachleute werden.