

## Es passiert viel in der Akademie

Es gibt sicherlich mehr als einen Weg, eine Institution wie die Akademie für Marketing-Kommunikation einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen und in den Köpfen präsent zu bleiben. Wir haben den Weg der vielfältigen Aktivitäten gewählt, weil dieser uns einerseits liegt und weil in der Akademie auch viel passiert. Dieser Newsletter ist ein besonderer Beleg dafür.

Ihr  
**Mike Barowski**  
komm. Leiter der Akademie

## Aktiv für FRAKK

Wie die Studenten aus den Lehrgängen L96 und L97 werden Sie sich auch fragen, wer oder was ist **FRAKK**. Hinter der Abkürzung FRAKK verbirgt sich der gemeinnützige Verein **Frankfurter Kultur Komitee e.V.**, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, Kultur, Wirtschaft und Politik einander näher zu bringen und damit das Kulturschaffen und -verständnis in Frankfurt zu fördern.

Im Rahmen der **Praxisarbeit PR** entwickelten die Studierenden verschiedenste Ansätze zur öffentlichkeitswirksamen Förderung der Arbeit des Frankfurter Kultur Komitees.

**Herr Prof. Dr. Manfred Pohl** (im Bild), der Vorstandsvorsitzende des FRAKK, würdigte im Anschluss an die Präsentationen die Arbeiten der Studierenden.



## Seminar IMPROVED READING



Im Informationszeitalter, in dem wir uns befinden, ist nicht nur die wirksame Abgabe von Informationen wesentlich, sondern auch die Aufnahme. Um mit der Flut der Informationen fertig zu werden und auch die „Spreu vom Weizen“ trennen zu können, ist richtiges Lesen unumgänglich.

Erstmals fand ein Seminar zum Thema **IMPROVED READING** in der Akademie statt.

Bei Interesse an diesem Thema wenden Sie sich bitte direkt an:

**Improved Reading Germany**  
**Telefon: 06198-577537**



## Bester 2005

Es ist schon einige Zeit her, dass die staatliche Prüfung zum Kommunikationswirt mit dem Traumdurchschnitt 1,0 von einem Absolventen geschafft wurde. Immerhin besteht die Prüfung aus einer umfangreichen Examensarbeit, sieben 2-stündigen Staatsklausuren und einer mündlichen Prüfung.

Unser Glückwunsch zum Traumdurchschnitt 1,0 und damit zur Auszeichnung für den besten Abschluss 2005 geht an **Jürgen Kramer (Bischoff-Verlag)**.

## 3 Arbeiten für die EDITION

Die Examensarbeiten im Rahmen der staatlichen Abschlussprüfung stellen hohe Anforderungen an die Absolventen. Innerhalb von zwölf Wochen gilt es, entsprechend dem Thema zu recherchieren, zu analysieren und schließlich das Ganze auf ca. 30 Seiten mit eigenen Schlussfolgerungen zu verarbeiten. Die Arbeiten werden von zwei Prüfern unabhängig voneinander gelesen und benotet.



Auszeichnungen für die jeweils **beste Examensarbeit 2005** und die Aufnahme in die **EDITION** der Akademie gab es für:

**Sabine Leiendecker (Messe Frankfurt)**

**Thema:** „Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird verstärkt über die Vor- und Nachteile antizyklischer Werbung diskutiert. Analysieren Sie diese Thematik mit einer abschließenden Handlungsempfehlung.“

**Ingrid Picard (selbständige Art Directorin)**

**Thema:** „Never change a winning horse. Die wirklich erfolgreichen Marken waren und sind schon durch langfristige Kontinuität in ihrer Kommunikation erfolgreich. Analysieren und verifizieren Sie anhand von Beispielen diese These.“

**Heinz Schneider (Heraeus Kulzer GmbH)**

**Thema:** „Braucht klassische B-to-B-Kommunikation mehr Kreativität? Eine kritische Analyse.“

## **Oscar4You – Impressionen vom Abschlussfest 2005**

