



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

MASTER OF ARTS

**KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT
UND -ANALYSE**



WAS ERWARTET SIE HEUTE?

Das Institut für
Kommunikationswissenschaft

Der Studiengang M.A.
Kommunikationsmanagement und
-analyse

Das Bewerbungsverfahren

DAS INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONS- WISSENSCHAFT



DAS INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Institut für Kommunikationswissenschaft (540)



540 A
Prof. Dr. Jens Vogelgesang
Kommunikationswissenschaft, insb.
Medien- und Nutzungsforschung



540 C
Prof. Dr. Frank Brettschneider
Kommunikationswissenschaft, insb.
Kommunikationstheorie

540 F
Prof. Dr. Sabine Trepte
Kommunikationswissenschaft, insb.
Medienpsychologie



540 G
Prof. Dr. Wolfgang Schweiger
Kommunikationswissenschaft, insb.
Interaktive Medien- und Onlinekommunikation



540 E
Prof. Dr. Bertram Scheufele
Kommunikationswissenschaft, insb. Medienpolitik



Dr. Klaus Spachmann
LfBA – Lehrbereiche: Journalismus, Public Relations,
Unternehmenskommunikation



Honorarprofessor Dr. Ulrich Bihler
Lehrbereiche: Unternehmenskommunikation,
Reputationsmanagement, Corporate Journalism



DER STUDIENGANG M.A. KOMMUNIKATIONS- MANAGEMENT UND -ANALYSE



WARUM KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT UND -ANALYSE?

Der M.A. Kommunikationsmanagement und -analyse...

... kombiniert die Stärken **angewandter** und **universitärer** Studiengänge:

- praktische Skills für die strategische Konzeption, Produktion und Verbreitung von Kommunikationsinhalten und das Kommunikationsmanagement
- theoretische Grundlagen, methodische Kenntnisse und analytische Fähigkeiten
- Auswertung, Interpretation, Visualisierung und Vermittlung von Daten
→ Evaluation

... bereitet damit auf anspruchsvolle Führungs- und Planungsaufgaben in Kommunikation und Medien vor



ÜBERBLICK

Der M.A. Kommunikationsmanagement und -analyse...

...wird seit dem Wintersemester 2019/20 angeboten

...ist erfolgreich systemakkreditiert

Was zeichnet den Studiengang besonders aus?

- ✓ Große Wahlfreiheit und Möglichkeit zur Schwerpunktsetzung
 - ✓ Fundierte akademische Ausbildung mit hohem Praxisanteil
 - ✓ Projektorientiertes Arbeiten und Lernen
 - ✓ Gute Betreuungsrelation



STECKBRIEF ZUM STUDIENGANG



Abschluss:
Master of Arts



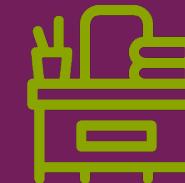
4 Semester
Regelstudienzeit



120 ECTS-Credits



Deutsch/
Englisch



60 Studienplätze



Auslands- und
Praxissemester

ZIELE

Das Studium vermittelt zahlreiche berufsrelevante Kompetenzen...

- ✓ **Strategisch-planerische Kompetenzen** in der Unternehmenskommunikation, der politischen Kommunikation und im Umgang mit wissenschaftlichem Wissen (Wissenskommunikation)
- ✓ **Analytische Kompetenzen** zur systematischen Durchdringung komplexer Problemfelder und Vorbereitung kreativer und nachhaltiger Entscheidungen
- ✓ **Methodische Kompetenzen** für die Erhebung, Aufbereitung und Präsentation von Daten zur Vorbereitung datenbasierter und fundierter Entscheidungen sowie der Evaluation bestehender Strategien, Prozesse und Strukturen
- ✓ **Wirtschaftliche Kompetenzen**, um Arbeitsfelder und deren Themen, Prozesse, Strukturen sowie Kulturen zu verstehen
- ✓ **Kommunikative Schlüsselkompetenzen** zur Vermittlung und Durchsetzung von Zielen und Strategien

BERUFLICHE PERSPEKTIVEN



- **In Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Agenturen:**
Strategische Kommunikation und Public Relations, Interne Kommunikation und Change Management, Media Relations, Marketing und Werbung, Social-Media-Management, Community Management und SEO-Management.
- **In Redaktionen und Medienunternehmen:**
Journalist:in/Redakteur:in (TV, Print, Hörfunk, online), Verlags- und Medienmanagement, Werbevermarktung und Produktentwicklung, Medien-Marketing, Social-Media-Management und Community Management.
- **In Universitäten, Forschungsinstituten und Beratungsunternehmen:**
Angewandte Sozialforschung, Markt- und Mediaforschung, Akademische Kommunikationswissenschaft, Unternehmensberatung und Politikberatung.



AUFBAU DES STUDIUMS

FS	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie		Analyse & Evaluation		Ergänzung
1	Management & Strategie – KoWi-Ansätze	Management & Strategie – WiWi-Ansätze	Konzepte & Methoden	Datenanalyse	Freier Wahlbereich
Schwerpunktbereich					
2	Projekt	Projekt	Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
3			Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
4	Kolloquium		Masterarbeit		

GRUNDLAGEN – MANAGEMENT UND STRATEGIE

1. Fachsemester

Management & Strategie – kommunikationswissenschaftliche Ansätze

– ein Modul ist zu wählen

- Journalismus und PR im Medienwandel
- Kommunikationsmanagement am Beispiel von Bau- und Infrastrukturprojekten

Management & Strategie – wirtschaftswissenschaftliche Ansätze

– ein Modul ist zu wählen

- Verhandlungsmanagement
- Human Resources Management
- Integratives Wertschöpfungsmanagement
- Business Development
- Entrepreneurship

FS	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie		Analyse & Evaluation		Ergänzung
1	Management & Strategie – KoWi-Ansätze	Management & Strategie – WiWi-Ansätze	Konzepte & Methoden	Datenanalyse	Freier Wahlbereich
Schwerpunktbereich					
2	Projekt	Projekt	Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
3			Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
4	Kolloquium	Masterarbeit			

GRUNDLAGEN – ANALYSE UND EVALUATION

1. Fachsemester

Kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Methoden

– ein Modul ist zu wählen

- Gesellschaft & Öffentlichkeit
- Individuum & Gruppe

Datenanalyse

- Advanced Statistics

FS	6 Credits		6 Credits		6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie		Analyse & Evaluation				
1	Management & Strategie – KoWi-Ansätze	Management & Strategie – WiWi-Ansätze	Konzepte & Methoden	Datenanalyse			Freier Wahlbereich
Schwerpunktbereich							
2		Projekt	Projekt	Seminar	Seminar		Freier Wahlbereich
3				Seminar	Seminar		Freier Wahlbereich
4	Kolloquium			Masterarbeit			

SCHWERPUNKTE IM STUDIUM

Kommunikationsfelder

Unternehmens-
kommunikation

Politische Kommunikation

Wissenskommunikation

zwei Projekte

vier Seminare

PROJEKTE

2. und 3. Fachsemester – zwei Projekte sind zu wählen

Unternehmenskommunikation

- Online-Kommunikation analysieren und managen

Politische Kommunikation

- Kommunikation bei Bau- und Infrastrukturprojekten
- Transformation der öffentlichen Kommunikation

Wissenskommunikation

- Wissenskommunikation

FS	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie		Analyse & Evaluation		Ergänzung
1	Management & Strategie – KoWi-Ansätze	Management & Strategie – WiWi-Ansätze	Konzepte & Methoden	Datenanalyse	Freier Wahlbereich
Schwerpunktbereich					
2	Projekt	Projekt	Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
3			Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
4	Kolloquium				Masterarbeit

BEISPIELPROJEKT | UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

**WIE WIRKT
BRAND ACTIVISM?**
Eine empirische Untersuchung
am Beispiel des Unternehmens
„The Female Company“

The Female Company

ERGEBNISPRÄSENTATION
im Projektseminar „Online-Kommunikation analysieren und managen“
Bei Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Joanna Hammer, Gabriela Pereira, Madeleine von Au, Katharina Waeterae, Lorena Wind



Digitales Astroturfing

Persuasion, Emotion & Aufdeckung:
Effekte am Beispiel der Cannabis-
Legalisierung in Deutschland

Veranstaltung: Online-Kommunikation analysieren und managen (WiSe 2022/23)
Dozent: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger
Projekt-AG 4: Paulina Eisele, Moritz Klose, Jonathan Pflanzer, Ruben Renz & Philipp Völker

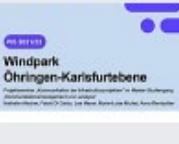
An illustration of a hand with a dark sleeve pulling on two thin strings. The strings are attached to a small green plant growing out of a rectangular base. The base is placed on a light-colored surface with a grid pattern, resembling a circuit board or a map.

Erfolgsfaktoren bei Brand-Activism- & CSR-Kampagnen

Annika Günther, Annika Mamat, Christine Oberwemmer,
Tobias Weißert, Dardane Zymberaj

BEISPIELPROJEKT | POLITISCHE KOMMUNIKATION

Projektseminar Kommunikation bei Bau- und Infrastrukturprojekten

Energie-Infrastruktur	Verkehrs-Infrastruktur	Stadtentwicklung
<p>Pumpspeicherwerk Attdorf</p> 	<p>Naturstromspeicher Galldorf</p> 	<p>Windenergie Malsch</p> 
<p>Windenergie Schurwald</p> 	<p>Hochmoselübergang</p> 	<p>Ausbau der Donau</p> 
<p>Biogutvergärungsanlage</p> 	<p>Windkraftanlagen am Goldboden</p> 	<p>Allgäu Airport Memmingen</p> 
<p>TransnetBW Daxlanden-Eichstetten</p> 	<p>Herrmann-Hesse-Bahn</p> 	<p>Flughafen Frankfurt</p> 
<p>Windpark Öhringen-Karlsfurtebene</p> 	<p>Stadt-Umland-Bahn</p> 	<p>Flüchtlingsunterkunft Sindelfingen</p> 
<p>Klärschlamm Anlage Walheim</p> 	<p>Nord-Ost-Ring Stuttgart</p> 	<p>Flüchtlingsunterkunft Feuerbach</p> 
<p>Kommunikation im Bau- und Infrastrukturprojekt</p> 	<p>Justizvollzugsanstalt Rottweil</p> 	<p>Bundesgartenschau 2023 Mannheim</p> 
<p>Kommunikation im Bau- und Infrastrukturprojekt</p> 	<p>Landesgartenschau 2020 Überlingen</p> 	<p>Wahrnehmungen zwischen Kommunikatoren und Öffentlichkeit</p> 

Screenshots von Deckblättern der Case Studies

BEISPIELPROJEKT | POLITISCHE KOMMUNIKATION

Projektseminar Kommunikation bei Bau- und Infrastrukturprojekten

Exkursion in den Rosensteintunnel



Exkursion zu Fraunhofer IAO - Virtual Reality im Baukontext



Exkursionen zu Stuttgart 21 Baustellen



BEISPIELPROJEKT | WISSENSKOMMUNIKATION

Let's talk about Sex - Eine Studie zur Wirkung von sexueller Aufklärung auf TikTok am Beispiel von @doktorsex

Forschungsfrage:

Ist das Angebot von @doktorsex auf TikTok dazu geeignet, das Verhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Bezug auf ihre sexuelle Gesundheit positiv zu beeinflussen?

Untersucht wurde der Einfluss der Nutzung auf

- das sexuelle Schamgefühl
- das sexuelle Gesundheitswissen und
- die sexuelle Selbstwirksamkeit sowie
- die Rolle von Spannungserleben



SEMINARE

Unternehmenskommunikation

- Ausgewählte Schnittstellen zwischen Journalismus und PR
- Unternehmenskommunikation in der Praxis
- Strategische Online-Kommunikation
- Anwendungsfelder der Unternehmenskommunikation
- Reputationsmanagement

Wissenskommunikation

- Aktuelle Perspektiven der Journalistik
- Target Audience Research
- Forschung für die Praxis – PRtransfer.de
- Social Media Communication
- Behavior Change

FS	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie		Analyse & Evaluation		Ergänzung
1	Management & Strategie – KoWi-Ansätze	Management & Strategie – WiWi-Ansätze	Konzepte & Methoden	Datenanalyse	Freier Wahlbereich
Schwerpunktbereich					
2			Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
3	Projekt	Projekt	Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
4	Kolloquium	Masterarbeit			

Politische Kommunikation

- Anwendungsfelder der politischen Kommunikation
- Analysieren, Argumentieren, Diskutieren
- Schlüsselkompetenzen in der politischen Kommunikation
- Aktuelle Perspektiven der Persuasion
- Social Network Analysis
- Issues Management und Social Listening

FREIER WAHLBEREICH

Module Ihrer Wahl

- Module aus dem Master-Angebot der Fakultät WiSO
- Ein Portfoliomodul
 - Sprachkurse
 - F.I.T.-Kurse
 - Module aus dem Ausland
 - ggf. Module anderer Universitäten, die zum Studienprogramm passen

FS	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits	6 Credits
	Management & Strategie	Management & Strategie	Analyse & Evaluation		Ergänzung
1	Management & Strategie – KoWi-Ansätze	Management & Strategie – WiWi-Ansätze	Konzepte & Methoden	Datenanalyse	Freier Wahlbereich
Schwerpunktbereich					
2	Projekt	Projekt	Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
3			Seminar	Seminar	Freier Wahlbereich
4	Kolloquium	Masterarbeit			

MÖGLICHKEITEN IM STUDIUM AN DER UNI HOHENHEIM

Auslandssemester

- Partneruniversitäten in Europa
- Partneruniversitäten in Übersee
- Unterstützung durch Universität
- Förderung durch Programme

Praktikum

- Praktikabörse der Universität
- Unterstützung bei der Planung durch Praktikantenamt

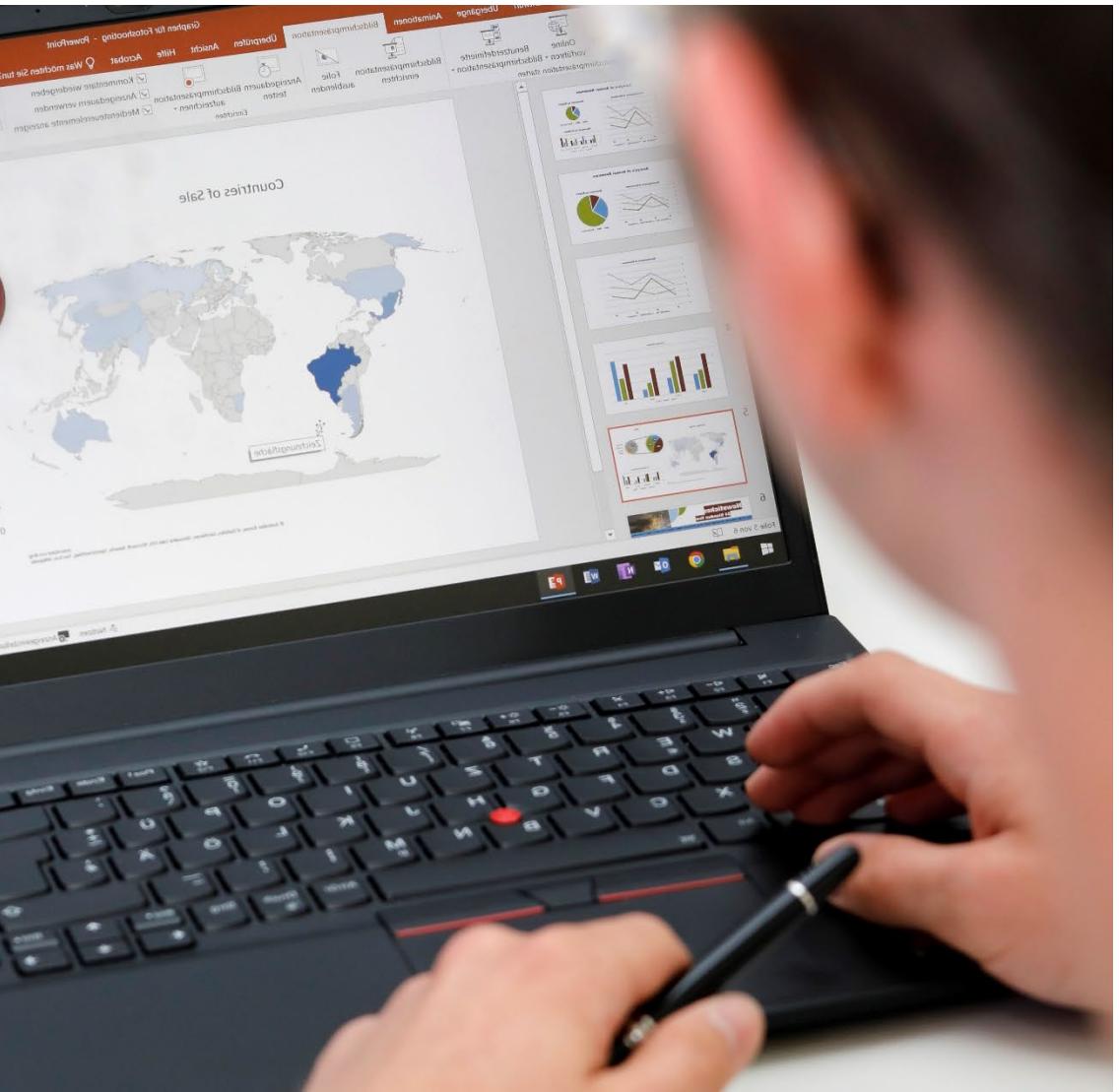
Sprachen lernen

- Sprachenzentrum an der Universität
- 9 Sprachen: Chinesisch, Englisch, Italienisch, Französisch, Portugiesisch, Russisch, Schwedisch, Spanisch, Deutsch als Fremdsprache

Zusatzangebote

- Career Center: Bewerbungstraining
- F.I.T.-Kurse: z.B. Softwareprogramme lernen

BEWERBUNGS- VERFAHREN



BEWERBUNG: ONLINE ÜBER DAS BEWERBUNGSPORTAL

So bewerben Sie sich

1. Schritt: Informieren

Bitte lesen Sie die untenstehenden Informationen zu den Voraussetzungen und den Bewerbungsunterlagen in Ruhe durch.

2. Schritt: Dokumente zum Hochladen vorbereiten

Im Bewerbungsportal müssen Sie folgende Dokumenten in pdf-Format hochladen. Bitte bereiten Sie das vor.

- Hochschulzugangsberechtigung (optional)
- Zeugnis der Hochschule inklusive Transcript of records (verpflichtend)
- Zeugnisse der berufspraktischen Tätigkeiten (gesammelt als ein PDF-Dokument)

3. Schritt: Online-Bewerbung

Sie bewerben sich ausschließlich online. Alle notwendigen Unterlagen werden im Bewerbungsportal hochgeladen. Sie müssen keine Unterlagen an die Hochschule senden.

Hinweis: Ihre Zeugnisse und sonstigen Nachweise müssen zum Zeitpunkt der Einschreibung im Original vorgelegt werden.

Bewerbungsfristen

1. Fachsemester

nur zum Wintersemester: 15.6.

Höhere Fachsemester

zum Wintersemester: 15.6.

zum Sommersemester: 15.1.

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN UND AUSWAHLVERFAHREN

Zugangsvoraussetzungen

- BA in Sozialwissenschaften (z.B. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften)
- **Mind. 15 Credits** im Bereich sozialwissenschaftlicher Methodenlehre
- Abschlussnote mind. gut (2,5)
- Deutschkenntnisse: C1
- Englischkenntnisse: mind. B2

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN UND AUSWAHLVERFAHREN

Zugangsvoraussetzungen

- BA in Sozialwissenschaften (z.B. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften)
- **Mind. 15 Credits** im Bereich sozialwissenschaftlicher Methodenlehre
- Abschlussnote mind. gut (2,5)
- Deutschkenntnisse: C1
- Englischkenntnisse: mind. B2

LEHRVERANSTALTUNGEN IM BEREICH SOZIALWISSENSCHAFTLICHE METHODENLEHRE

Veranstaltungen, die sich explizit empirischen Methoden und Analyseverfahren widmen, z.B.

- Quantitative oder qualitative Forschungsmethoden
- Module zu einzelnen Methoden oder Forschungsdesigns z.B. Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment
- Datenauswertung
- Statistik
- Auch: wissenschaftliches Arbeiten

Veranstaltungen, in denen empirische Forschung eigenständig durchgeführt wurde und dabei zusätzliche Methodenkenntnisse vermittelt wurden, z.B.

- Forschungsprojekte
- Seminare
- Übungen

SOZIALWISSENSCHAFTLICHE METHODENLEHRE IM ONLINE-PORTAL

Studienbewerbung

1. Studiengang: Master of Arts Kommunikationsmanagement und -analyse

[« Zurück zur Übersicht](#)

Zulassungsvoraussetzungen Kommunikationsmanagement und -analyse - Lehrveranstaltungen (Master of Arts Kommunikationsmanagement und -analyse 1. FS)

Bitte geben Sie hier die Informationen zu Ihrem sozialwissenschaftlichen Vorstudium (z.B. Bachelor-Studiengang in Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft gemäß §3 (1) 3. der [Zulassungsordnung](#) an).

- i** Bitte geben Sie an, welche Lehrveranstaltungen Sie als Nachweis Ihrer Kenntnisse sozialwissenschaftlicher Methoden geltend machen möchten und markieren Sie diese bitte zusätzlich auf Ihrem Transcript of Records. Es müssen mindestens 15 ECTS-Credits nachgewiesen werden – zur Überprüfung werden ausschließlich Ihre hier gemachten Angaben herangezogen!
- Bitte geben Sie den Titel der Lehrveranstaltung sowie die erreichten ECTS-Credits an.
 - Falls aus dem Veranstaltungstitel nicht hervorgeht, dass Kenntnisse der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre vermittelt wurden (z.B. „Projektseminar“, „Case Study“), beschreiben Sie bitte kurz, welche Kenntnisse zu sozialwissenschaftlichen Methoden vermittelt wurden.

* Titel der Lehrveranstaltung (i)

* erreichte ECTS-Credits

Kurzbeschreibung der Lehrveranstaltung

i Weitere Lehrveranstaltung

* Titel der Lehrveranstaltung

* erreichte ECTS-Credits

Kurzbeschreibung der Lehrveranstaltung

i Weitere Lehrveranstaltung

* Titel der Lehrveranstaltung

* erreichte ECTS-Credits

* Kurzbeschreibung der Lehrveranstaltung

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN UND AUSWAHLVERFAHREN

Zugangsvoraussetzungen

- BA in Sozialwissenschaften (z.B. Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Psychologie, Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften)
- **Mind. 15 Credits** im Bereich sozialwissenschaftlicher Methodenlehre
- Abschlussnote mind. gut (2,5)
- Deutschkenntnisse: C1
- Englischkenntnisse: mind. B2

Bildung der Rangliste

BA-Note: 70%

Praktika & Berufserfahrung: 30%

BEWERTUNGSKRITERIEN FÜR BERUFSPRAKTISCHE ERFAHRUNGEN

- **Drei Punkte** für das Vorliegen einer abgeschlossenen Berufsausbildung oder einer mind. 12 Monate andauernden Berufstätigkeit in einem der folgenden anerkannten Ausbildungsberufe (Liste in der Zulassungssatzung)
- **Jeweils ein Punkt** für eine mind. einmonatige fachspezifische praktische Tätigkeit in einem der folgenden Bereiche:
 - Verlags- und Medienmanagement, Markt- und Kommunikationsforschung, Kommunikationsmanagement und Public Relations, Journalismus, Politikberatung und politische Kommunikation, Marketing und Werbung.
 - max. vier Praktika = 4 Punkte
- **Ein Punkt für Internationalität:** praktische Tätigkeit im Ausland oder Auslandssemester (mindestens ein Monat Dauer)
- **Ein Punkt für Vielfalt:** wenn die praktischen Tätigkeiten in mind. zwei verschiedenen anrechnungsfähigen Bereichen vergeben wurden
- **12 Monate** anerkennungsfähiger fachspezifischer Berufserfahrung außerhalb einer Berufsausbildung und außerhalb einer Berufstätigkeit in einem anerkannten Ausbildungsberuf führen zur Vergabe der **Maximalpunktzahl von 6 Punkten.**

BEWERTUNGSKRITERIEN FÜR BERUFSPRAKTISCHE ERFAHRUNGEN

Die Punkte werden nach folgender Tabelle in Noten umgerechnet:

Punkte	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
Note	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,6	1,8	1,9	2,0	2,3

BERUFSPRAKTISCHE ERFAHRUNGEN IM ONLINE-PORTAL

Studienbewerbung

1. Studiengang: Master of Arts Kommunikationsmanagement und -analyse

[« Zurück zur Übersicht](#)

Zulassungsvoraussetzungen Kommunikationsmanagement und -analyse - Berufserfahrung (Master of Arts Kommunikationsmanagement und -analyse 1. FS)

- i** Bitte geben Sie an, welche berufspraktischen Erfahrungen im Auswahlverfahren berücksichtigt werden sollen.

Hinweis: Ohne Nachweise mit genauer Angabe des Beschäftigungszeitraums und einer Beschreibung von Art und Umfang der Tätigkeiten können berufspraktische Erfahrungen im Zulassungsverfahren nicht berücksichtigt werden.

* Berufsfeld

* Art der Tätigkeit

* Wo haben Sie Ihre berufliche Tätigkeit ausgeübt?

* Organisation / Arbeitgeber

* Dauer der Tätigkeit in Monaten

* Kurzbeschreibung der Tätigkeit



- i** Weitere berufspraktische Erfahrung

* Berufsfeld

* Art der Tätigkeit

* Wo haben Sie Ihre berufliche Tätigkeit ausgeübt?

* Organisation / Arbeitgeber

* Dauer der Tätigkeit in Monaten

* Kurzbeschreibung der Tätigkeit



- i** Weitere berufspraktische Erfahrung

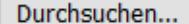
BERUFSPRAKTISCHE ERFAHRUNGEN IM ONLINE-PORTAL

Weitere berufspraktische Erfahrung

* Berufsfeld	bitte auswählen	
* Art der Tätigkeit	bitte auswählen	
* Wo haben Sie Ihre berufliche Tätigkeit ausgeübt?	bitte auswählen	
* Organisation / Arbeitgeber	bitte eintragen / please enter	
* Dauer der Tätigkeit in Monaten	bitte eintragen / please enter	
* Kurzbeschreibung der Tätigkeit	maximal 2000 Zeichen / maximum 2000 characters	

 Hinweis: Bitte denken Sie daran, Ihre Unterlagen vollständig hochzuladen. Ohne entsprechende Nachweise können berufspraktische Erfahrungen im Zulassungsverfahren nicht berücksichtigt werden.

Bitte laden Sie die Nachweise zu den vorgenannten
Tätigkeiten hier hoch

 Durchsuchen...

Keine Datei ausgewählt.



 Keine Dokumente zugeordnet.

[Zurück](#)

[Speichern und weiter](#)

BERATUNG

M.Sc. Agatha Maisch
Telefon: 0711 / 459-24323
E-Mail: kma@uni-hohenheim.de



BEWERBUNGSSCHLUSS
15. JUNI 2025

VIEL ERFOLG!

