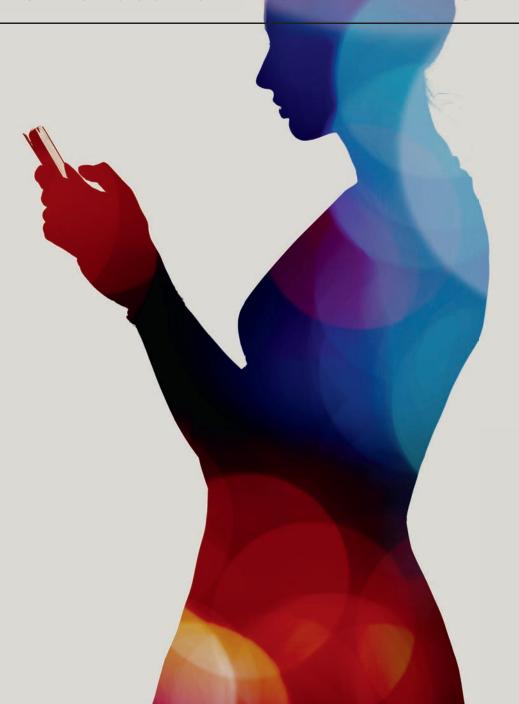
AKADEMIE DER DEUTSCHEN MEDIEN



SEMINARPROGRAMM 2020

PRINT • DIGITAL • PUBLIKUMS - UND FACHMEDIEN • CORPORATE MEDIA • MEDIENRECHT • MARKETING • MANAGEMENT



Twitch, TikTok und die Influencer

Schneller als alle anderen sozialen Netzwerke hat TikTok eine Milliarde monatlicher Nutzer erreicht. Gestartet im September 2016 nutzen inzwischen auch Millionen deutscher Teenager die chinesische Plattform. Neben Twitch – dem Youtube für Gamer – ist TikTok die neue relevante Plattform vor allem für junge Zielgruppen.

Die jüngeren Leser und User zwischen 18 und 24 Jahren steuern Medienprodukte und Markenwebsites meist nicht mehr gezielt an, sondern werden über Social-Media-Kanäle auf sie aufmerksam. Da auch die nachrichtenbezogene Internetnutzung in den sozialen Medien deutlich gestiegen ist, engagiert sich inzwischen neben Real Madrid und der Washington Post auch die Tagesschau auf TikTok.

Twitch und TikTok sind auch ein Beleg für die weiter steigende Bedeutung von Bild und Bewegtbild, die bereits von Youtube, Instagram und Pinterest eingeleitet wurde. Die neuen Kanäle mit ihren innovativen Storytelling- und Austauschmöglichkeiten sind eine Herausforderung für jede Kommunikationsabteilung und für jede Redaktion.

Da die Social-Media-Kanäle inzwischen zum festen Standard des Kommunikations- bzw. Marketing-Mixes gehören, stellt sich für die Verantwortlichen – auch vor dem Hintergrund drohender Shitstorms oder sonstiger Einflußnahmen – nicht mehr die Ob- sondern nur noch die Wie-Frage. Inzwischen weiß man, welche Kanäle sich dafür eignen, was zu kommunizieren, und welche Influencer sich für die Verbreitung welcher Markenbotschaften eignen.

Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Professionalisierung hat die Akademie ein umfangreiches themenspezifisches Angebot entwickelt. Neben dem grundlegenden "Social Media Manager" (S. 130) finden sich unter anderem die Seminare "Influencer Marketing" (S. 139), "Facebook & Instagram Ads Manager" (S. 134) und der Zertifikatskurs "Audience Development Manager" (S. 132), der einen qualifizierten Überblick vermittelt, wie Reichweite gesteigert, neue Nutzer generiert und wie Conversions optimiert werden können. Zum ersten Mal veranstalten wir am 26. März auch einen "Praxistag Social Media" (S. 36), im Rahmen dessen die angesprochenen Entwicklungen reflektiert werden.

Natürlich finden Sie im vorliegenden Programm noch viele weitere business-relevante Themen, die zu entdecken, ich Sie hiermit einladen möchte. Ich bedanke mich an dieser Stelle ganz herzlich für Ihr anhaltendes Vertrauen in die Akademie und wünsche ich Ihnen viel Spaß und Inspiration beim Blättern durch unser Seminarprogramm 2020!

Es grüßt Sie herzlich das Akademie-Team und

June Zack'

lhr

Bernd Zanetti

DIE AKADEMIE DER **DEUTSCHEN MEDIEN**

Die Akademie Unser Angebot Unsere Grundsätze Das sagen unsere Gesellschafter, Partner und Kunden Die Partner der Akademie Zertifikat "Verlagsmanager" Zertifikat "Digital Media Manager" Zertifikat "Digital Marketing Manager" Zertifikat "Lektor/Produktmanager" Das Inhouse-Programm Das E-Learning-Angebot Konferenzen und Praxistage Das Team der Akademie.	8 9 10 13 18 21 24 27 30 34 36
MANAGEMENT	
Managementkompetenzen ausbauen, Innovationskraft fördern	
MANAGEMENT - PROGRAMM	
Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen I + II – Ein Intensivkurs mit Zertifikat Z GESCHÄFTSMODELLENTWICKLUNG	44
UND INNOVATION	
Business Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 Digital Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 💿	
BWL UND CONTROLLING	
BWL kompakt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat Betriebswirtschaftliche Kennzahlen	50
FÜHRUNG	
Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag Neu als Führungskraft – Mitarbeiter souverän und partnerschaftlich führen Führen ohne Vorgesetztenfunktion Positive Leadership – Stärkenorientiert führen, Mitarbeiter motivieren © Achtsam führen und motivieren – So bleiben Sie und Ihr Team gesund und leistungsfähig ©	55 56 57
Erfolgreiche Steuerung von Teams und Gruppen – Potenziale stärken, Zusammenarbeit optimieren	60
AGIL TUTTI OF TUTTO THE LETT TO THE PARTY OF	UI

REDAKTION

Texte schreiben und redigieren: Journalistisch und verständlich, kundenorientiert und verkaufsstark

REDAKTION PRINT/ONLINE

Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung –
Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵
Digitale Schreibwerkstatt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 60
Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 60
Schreibtraining – Verständlich und zielgruppenorientiert texten
Schreibblockaden überwinden – Texte schneller und
effizienter auf den Punkt bringen
Fachtexte schreiben und redigieren –
Schreibtraining für Fachredakteure 💿
Themen finden und managen für Print- und Online-Medien
Werbetexter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵
Verkaufsstark texten für Mailings, Newsletter & Co
Texten fürs Web – Überschriften, Teaser, SEO
Crossmediale Content-Produktion – Geschichten für Print,
Online und Social Media planen und erstellen
Multimediale Inhalte mit dem Smartphone erstellen –
Webvideos, Bild- und Audio-Content für Social Media & Co. ⊚
Interviews professionell führen und schreiben –
Von der Terminanfrage bis zur Druckversion
RECHTSCHREIBUNG UND KORREKTORAT

REGITTS OF ROUND ROUND ROUND
Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen ◈ 8
Deutsche Grammatik – Die wichtigsten Regeln für fehlerfreies
Schreiben und gutes Deutsch ❖
Einheitliche Unternehmenstexte und Hausorthografien –
Die deutsche Rechtschreibung sicher anwenden ♦
Crashkurs Redaktionelle Qualitätssicherung und Schlusskorrektur 8

PRODUKTMANAGEMENT/ LEKTORAT

Medienprojekte managen, Texte lektorieren

PROGRAMMPLANUNG	
Strategische Programmplanung – Gedruckt und digital	88
PRODUKT- UND PROJEKTMANAGEMENT IN VERLAGEN	
Lektorat kompakt	
Projektmanagement für Lektoren	
Produktmanagement in Fachverlagen	91
Produktideen für Ihren Content	92
AUTORENMANAGEMENT	
Autorenmanagement	93
Steuerung von Autorenteams	94
ARBEIT AM MANUSKRIPT UND TEXTEN	
Professionelle Manuskriptarbeit	95
Verständliche Sprache, klare Struktur – Fachmanuskripte prüfen	
und bearbeiten	96
LEKTORAT CROSSOVER	
Betriebswirtschaft für Lektoren und Produktmanager	97
FREIES LEKTORAT	
FREIES LEKTORAT	
Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100
Freies Lektorat II – Kunden finden und binden	101
Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	102

PR UND CORPORATE MEDIA

Professionell kommunizieren mit Unternehmensmedien: Print, online, mobil

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

PR- und Communications-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat ☑ Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews	
und Berichte schreiben	109
VERANSTALTUNGEN UND EVENTS	
Eventmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat Z Konzeption von Veranstaltungen – Kongresse, Tagungen, Seminare Rechtsfragen rund um Veranstaltungen, Events und	
Live-Entertainment 🗇	113
CORPORATE MEDIA – MANAGEMENT UND PROJEKTMANAGEMENT	
Corporate Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 💿	116
Digitales Content Marketing Projektmanagement im Corporate Publishing	
CORPORATE MEDIA – PRINT- UND DIGITALE MEDIEN ENTWICKELN	
Crashkurs Kunden- und Mitarbeitermagazine – So meistern Sie Refresh, Relaunch und Neuentwicklung	120
Crashkurs Corporate Media – So optimieren Sie Website, Instagram, Magazin und Blog	121
Interne Kommunikation – Crossmediale Strategien und Content-Konzepte für erfolgreiche Mitarbeitermedien ♦	122
Videos für Website und Social Media – Strategien, Formate und Storytelling ⊚	173
Expert of Storytelling – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
mit Geschichten inszenieren	126

SOCIAL MEDIA **E-LEARNING** Erfolgreiche Social Media-Strategien E-Learning-Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 158 entwickeln und Kampagnen planen E-Learning als Geschäftsmodell für Content-Anbieter -E-Learning-Angebote erfolgreich entwickeln -**SOCIAL MEDIA** Webinare entwickeln, planen und umsetzen – E-Learning-Basis für die Audience Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 132 Konzeption und Durchführung von Online-Seminaren 162 Facebook & Instagram Ads Manager -(ONLINE-)MARKETING UND Social Media Ads – Erfolgreich werben auf Facebook, Instagram, VERTRIEB Instagram for Business – Content erstellen, Communities aufbauen, Marketing- und Sales-Aktivitäten optimieren: Von klassisch bis digital Influencer Marketing für Unternehmen – Erfolgreiche Kampagnen **ONLINE-MARKETING** Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 166 Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen Google Ads- und SEO-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 170 DIGITALE MEDIEN E-Mail- und Newsletter-Marketing -Apps, Websites, Portale und E-Learning-Messenger Kommunikation für Unternehmen – WhatsApp, Angebote entwickeln und optimieren **DIGITAL MEDIA - PRODUKTENTWICKLUNG DATA MARKETING VON DIGITALEN MEDIEN** Manager Digitale Produktentwicklung -ANZEIGENVERKAUF/MEDIABERATUNG Design Thinking – Innovative Medienprodukte agil entwickeln 147 Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videos -Crossmedia Sales Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 180 Digital Media Sales – Die 7 Schlüsselkompetenzen für die Produkt- und Content Manager digital -Programmatic Advertising – Online-Werbung zielgruppengenau und WEBSITES, PORTALE UND DATENBANKEN Das ABC der Digitaltrends im B2B-Werbemarkt 2020 -Website- und Portalmanager − Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 152 Die zentralen Erfolgsfaktoren für Online-Marketing, digitale B2B-Usability Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 154

VERTRIEB UND VERKAUF

Erfolgreich verkaufen bei Amazon -

E-Commerce-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 186

GRAFIK, DESIGN UND **MEDIENGESTALTUNG**

Print- und digitale Medien herstellen und gestalten

MEDIENHERSTELLUN	

MEDIENHERSTELLUNG	
Basiswissen Medienherstellung 1 Kompaktseminar E-Books 1 '	
GESTALTUNG	
Layout und Gestaltung kompakt – Die wichtigsten Design-Prinzipien für Print- und digitale Medien 1¹ Grafik für Nicht-Grafiker 1¹ Designtrends in der Unternehmenskommunikation – Layout, Bild und Grafik für Corporate Media verstehen und beurteilen 1¹	9!
PROJEKT- UND PROZESSMANAGEMENT Projektmanagement-Know-how vertiefen, erfolgreich Projekte planen und steuern -	

PROJEKTMANAGEMENT

von klassisch bis agil

Der Projektleiter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 💿	200
Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 💠	202
Der agile Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	204
Projektmanagement kompakt 🗵	206

PROJEKTMANAGEMENT DIGITALE MEDIEN

Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 🛛	. 208
Projektmanagement für digitale Medien	. 210
Agiles Projektmanagement in der Redaktion –	
Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern ◈	. 211

ORGANISATION, PROZESSE UND WORKFLOWS

Die agile Organisation – Teams, Bereiche oder Unternehmen	
agil aufstellen	212
Workflow- und Prozessmanagement kompakt –	
Prozesse in Medienunternehmen gezielt optimieren	213

PERSÖNLICHE UND SOZIALE KOMPETENZEN

Arbeitsweisen optimieren, souverän kommunizieren

PERSÖNLICHE UND SOZIALE KOMPETENZEN

Projektmanagement und Zeitmanagement – Projektorientiert arbeiten, Fristen einhalten, Ziele erreichen	
Resilienz-Training – Leistungsfähigkeit und Widerstandskraft	
am Arbeitsplatz steigern	
Kreativitätstechniken – Ideen generieren, Innovation fördern	219
KOMMUNIKATION UND GESPRÄCHSFÜHRUNG	
Verhandlungsführung	<u> </u>
Konflikte konstruktiv lösen	221
Mehr Erfolg durch sicheres Auftreten	222
Professionelles Beschwerdemanagement –	
Probleme lösen, Kunden binden	223
MEDIENRECHT	
Medienrechtsfragen im Unternehmensallta	q
sicher beantworten	9
ALLGEMEINES VERTRAGSRECHT	
Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis ♦	226
URHEBERRECHT	
Bildrechte Intensivseminar – Lizensierung, Vertragsgestaltung,	_
Rights Management 2	
Bildrechte	
Bildrechte digital	
Urheberrecht – Grundlagen	
Urheberrecht – Das Jahres-Update ♦	231
Urheber- und Medienrecht in der Unternehmenskommunikation –	200
Bild-, Ton- und Textmaterial rechtssicher verwenden	232
LICENCING UND MERCHANDISING	
(Merchandising-)Lizenzen in der Praxis – Die Grundlagen der Vermarktung bekannter Themen. Charaktere. Kunst.	_

PRESSERECHT

Medien- und Presserecht – Rechtsfragen in Redaktion, PR und Corporate Communications ❖	. 23
BUCHVERLAGE	
Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht – Grundlagen	
MUSIKBRANCHE	
Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft –	
Einführung für Corporate and Editorial Usages	
Das internationale Musikgeschäft und die großen Auswerter – Wie YouTube,	
Spotify und Co. die Vertrags- und Geschäftspraxis verändern	. 23
GEMA, GVL & Co. – Kollektive Rechtewahrnehmung im nationalen und	
internationalen Musikneschäft	24

FILM, FERNSEHEN, HÖRFUNK

Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel – Grundlagen	242
Filmproduktion und Filmlizenzhandel – Das Jahres-Update 🖘	243
von Product Placement	244
ARBEITSRECHT	
Künstlersozialabgabe – Fit für die nächste Betriebsprüfung!	245
DATENSCHUTZ	
Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen ❖	246

● Neues Seminar◆ Neues KonzeptZ Zertifikat



DIE AKADEMIE

Die gemeinnützige Akademie der Deutschen Medien zählt mit über 4.500 Teilnehmern pro Jahr zu den führenden Medienakademien in Deutschland. Mit ihrem Seminar- und Tagungsprogramm hat sie sich als zentraler Ansprechpartner für systematische Weiterbildung und Qualifizierung rund um Medien, Marketing, Digital Change, Innovation und E-Business etabliert. Chancen von Digitalisierung und agilem Arbeiten zu verstehen und zu nutzen, stehen bei ihrem interdisziplinären Ansatz im Mittelpunkt.

Die Akademie ist eine Non-Profit-Organisation. Sie wurde 1993 gegründet und ist seit 1999 eine gemeinnützige GmbH mit aktuell zwölf Gesellschaftern. Zudem unterstützt das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus die Akademie. Diese breite Trägerschaft bietet Freiraum für differenzierte Programmarbeit und umfassende Seminarangebote in allen Kernbereichen der Publishing- und Medienarbeit.

Ihren Gründungsauftrag, den Strukturwandel in der Medienbranche zu begleiten, verfolgt die Akademie bis heute: Mit der passenden Weiterbildung und Beratung werden Verlage und Medienhäuser dabei unterstützt, den digitalen Wandel erfolgreich zu bewältigen – vom Magazin zur digitalen Community, vom Fachbuch zum Online-Portal. Kontinuierlich hat die Akademie ihr Angebotsspektrum in den Bereichen Business Development, Digital Media, Content- und Online-Marketing weiter ausgebaut.

Denn heute stehen Mitarbeiter und Führungskräfte aus allen Branchen, die neue Technologien implementieren, dynamische Märkte erschließen und rasant wechselnde Kundenbedürfnisse befriedigen müssen, vor großen Herausforderungen. Zum einen beeinflusst die Digitalisierung Geschäftsmodelle und -prozesse radikal und zwingt Unternehmen dazu, agile Organisationsstrukturen einzuführen. Zum anderen verändern soziale Netzwerke und digitale Medien die Unternehmenskommunikation und die Produktvermarktung ganz grundsätzlich. So wird jedes Unternehmen einer gewissen Größe heute zu einem Medienunternehmen in eigener Sache.

Daher bleibt die Begleitung und Unterstützung von Unternehmen bei der digitalen Transformation auch in Zukunft ein wichtiger Schwerpunkt der Akademie. Kooperationen mit renommierten Verbänden und Partnern wie BVDW, VDZ, Content Marketing Forum, DDV, Deutsche Fachpresse, Mediennetzwerk Bayern und dem Marketing Club München unterstreichen diese Ausrichtung.

Themenbereiche

MANAGEMENT UND FÜHRUNG Management- und Leadership- Wissen vertiefen und systematisieren	PRODUKTMANAGEMENT UND LEKTORAT Medienprojekte managen, Texte lektorieren	REDAKTION Texte schreiben und redigieren – journalistisch und verständlich, kundenorientiert und verkaufsstark	DIGITALE MEDIEN Apps, E-Books, Websites, Portale und Datenbanken entwickeln und vermarkten
MARKETING UND VERTRIEB Marketing- und Sales-Aktivitäten optimieren – von klassisch bis digital	SOCIAL MEDIA Social Media-Know-how aufbauen, Strategien und Kampagnen entwickeln und umsetzen	PR- UND CORPORATE MEDIA Professionell kommunizieren mit Unternehmensmedien – ob Print, online oder mobil	GRAFIK, DESIGN UND MEDIENHERSTELLUNG Print- und digitale Medien herstellen und gestalten
PROJEKT- UND PROZESS- MANAGEMENT Projektmanagement-Expertise auf- bauen, Projekte erfolgreich planen und steuern – von klassisch bis agil	MEDIENRECHT Medienrechtsfragen im Unter- nehmensalltag sicher beantworten	PERSÖNLICHE KOMPETENZEN Arbeitsweisen optimieren, Projekte effizient managen	INHOUSE-PROGRAMM Alle Angebote unseres Jahres- programms als Inhouse-Training oder Workshop buchbar.

Zu jedem dieser Bereiche bieten wir Ihnen Veranstaltungen mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten an. Unser Seminarprogramm ist dabei modular aufgebaut, um Ihren individuellen Lernbedürfnissen – ob als Fach- oder Führungskraft, Mitarbeiter oder Teamleiter – gerecht zu werden. Zudem bieten wir jährlich über 50 neue Seminare und Schulungen an, die Sie ebenfalls in den genannten Themenbereichen finden. Gerne helfen wir Ihnen bei der Auswahl des für Sie passenden Qualifizierungsangebots.

UNSER ANGEBOT

OFFENE SEMINARE

- Qualifizierung für Ihren Weg im Medien-, Marketing und Digital-Business
- Über 250 unterschiedliche Schulungsthemen
- Rund 100 Zertifikatskurse, die in drei bis zehn Tagen fit machen für die neuen Herausforderungen und Berufsbilder im Medien- und Digital-Business
- Unterschiedliche Formate vom 1-tägigen Crashkurs zum 25-tägigen Management-Training

KONFERENZEN UND KONGRESSE

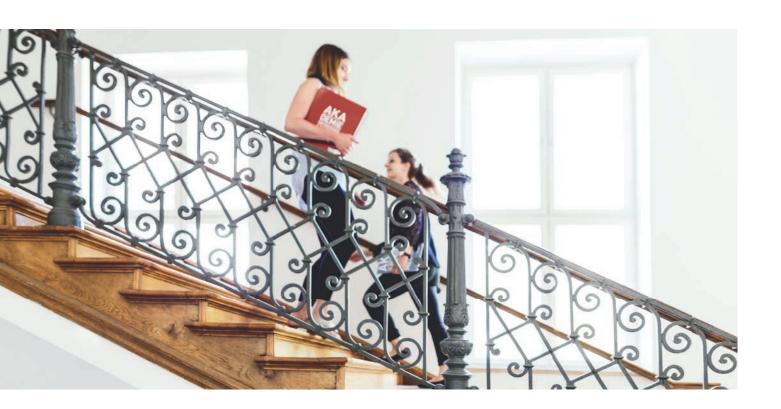
- Keynotes, Case Studies und Success Stories von visionären Medien- und Digital-Experten
- Rund 15 Konferenzen j\u00e4hrlich zu aktuellen Trends und Entwicklungen des Media- und Digital-Business, wie z. B. Zukunftsforum Zeitschriften, Kindermedienkongress, Corporate Learning Konferenz, HR Future Day
- Hochkarätige Netzwerkveranstaltungen und anerkannte Branchenforen zum Austausch zwischen Experten und Praktikern

INHOUSE-SEMINARE, COACHINGS UND BERATUNGEN

- Maßgeschneiderte Lösungen für Ihre firmeninterne Weiterbildung von der Einzelschulung bis zum mehrstufigen Trainingsprogramm
- Individuelle Qualifizierungsprogramme für Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter
- Organisationsberatung und Prozessbegleitung
- Blended Learning und Managed Events
- Umfassende Erfahrung bei der firmeninternen Durchführung von Seminaren und Zertifikatskursen mit über 1.500 Schulungsteilnehmern pro Jahr

ABENDGESPRÄCHE

- Impulsvorträge, Success Stories und Best Cases
- Hochkarätige Speaker aus dem Medien- und E-Business
- Intensives Networking bei Abendgesprächen mit Snacks und Drinks



Unsere Grundsätze

Aus der Praxis für die Praxis

Im Mittelpunkt unserer Angebote stehen Fragestellungen und Arbeitsbeispiele aus der Praxis. Unsere Referenten sind Führungskräfte, die Verantwortung im operativen Geschäft tragen und die aktuellen Probleme der Teilnehmer kennen, sowie professionelle Trainer mit langjähriger Seminarpraxis.

Interaktive Vermittlung

Unsere Qualifizierungsangebote binden die Teilnehmer aktiv ein. Theorievermittlung und die Arbeit an Fallbeispielen wechseln sich ab. Die Teilnehmer sind dazu eingeladen, eigene Fragestellungen mit den Referenten und Fachkollegen zu diskutieren.

Wissenstransfer

Strategien und Konzepte für sich und das eigene Unternehmen nutzbar machen, so lautet das vorrangige Ziel aller Veranstaltungen. Vorgestellt werden dabei Ideen und Methoden, die für das Medien- und Digital-Business interessant sind.

Qualitätssicherung

Bei den Veranstaltungen findet eine intensive Vor- und Nachbereitung statt. Unsere Dozenten stimmen ihre Trainingskonzepte auf den aktuellen Wissensstand der Teilnehmer ab. Jedes Teilnehmerfeedback fließt in unsere laufende Programmplanung und Organisationsoptimierung ein.

Aktualität

Wir reagieren schnell auf Veränderungen im Medien- und Digital-Business oder sich wandelnde Berufsbilder und nehmen laufend Veranstaltungsangebote zu aktuellen Themen und Trends in unser Programm auf.

Was wir Ihnen bieten – Vorteile auf einen Blick

- Systematische Qualifizierung und verlässliche Weiterbildung für Fach- und Führungskräfte rund um die Themenfelder Medien, Digitalisierung und Marketing
- Unternehmenslösungen für innovative Personal- und Organisationsentwicklung
- Coaching und Consulting für Ihren Erfolg ob als Unternehmen oder als Mitarbeiter
- ► Hohe Expertise rund um **Digitalisierung und digitale Transformation**
- ► Einen umfassenden **Pool an Trainern und Coaches** mit hoher Expertise in den Bereichen Medien, Marketing, Digitalisierung und E-Business
- ► Nachhaltige Verknüpfung von Theorie und Praxis
- ► Hervorragende Netzwerkmöglichkeiten
- ► Hohe Service- und **Kundenorientierung**
- ► Große Kunden- und Teilnehmerzufriedenheit
- ► Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

300 Seminare und Zertifikatskurse	Trainer-Pool: 500 Referenten, Speaker und Coaches	Expertenwissen rund um Medien, Marketing und E-Business	Über 4.500 Teilnehmer pro Jahr
Hohe Digitalisierungsexpertise	Inhouse- Qualifizierungsprogramme	Hohe Kundenzufriedenheit	50 neue Trainings- und Seminarprodukte
Optimaler Praxistransfer	Qualifizierung für Ihre Arbeit in der digitalen Welt	Hochkarätige Netzwerktreffen	Impulsvorträge, Success Stories und Best Cases



GESCHÄFTSFÜHRUNG

Bernd Zanetti Tel.: +49 89 291953-61

E-Mail: bernd.zanetti@medien-akademie.de

DAS SAGEN UNSERE GESELLSCHAFTER, PARTNER UND KUNDEN



"Technologische Neuerungen, schnell wechselnde Kundenbedürfnisse und dynamische Märkte: Die Akademie begleitet und unterstützt Unternehmen erfolgreich dabei, die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern und die Chancen der digitalen Transformation zu nutzen. Der digitale Wandel lässt den Bedarf an Qualifizierung, Erfahrungsaustausch und Orientierung unablässig steigen. Diesem Bedarf trägt die Akademie mit ihren hochaktuellen und stets praxisorientierten Veranstaltungen Rechnung. Erfahrene und engagierte Referenten mit hohem Fachwissen und umfassenden methodisch-didaktischen Kompetenzen machen Fach- und Führungskräfte fit für die Anforderungen neuer Berufsbilder im digitalen Media-Business."

Helmut Graf, Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Akademie der Deutschen Medien



BELTZ

"Die Akademie ist der größte Anbieter von digitalen Themen für unsere Branche. Ob Gewohntes und Zukünftiges, für alles finden wir Seminare und zu allen Themen werden uns Referenten für Inhouse-Trainings angeboten. Die Begleitung durch die Akademie beim Briefing firmeninterner Seminare ist sehr gut, nur so ist gewährleistet, dass ein Seminar zu den individuellen Anforderungen des Hauses passt. Man kennt die Branche sehr genau, geht auf die Herausforderungen unserer Produkt-Zukunft ein und nimmt die Notwendigkeiten der digitalen Möglichkeiten auf. Zugleich hat man im Offenen Seminarprogramm einen Abgleich mit anderen Firmen der Medienlandschaft. Die Mitarbeiter unserer Verlagsgruppe berichten anerkennend davon, dass es ein auter Austausch ist, wenn nicht nur Buch-Menschen in den Seminaren aufeinandertreffen, sondern dass man auch andere Branchen der Medien kennenlernt. Darüber hinaus stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis. Kurzum: Die Akademie ist ein verlässlicher Partner."

Marianne Rübelmann, Verlegerin und Geschäftsführerin, Verlagsgruppe Beltz | Julius Beltz | Campus Verlag





"Die Welt digitalisiert und verändert sich in einem atemberaubenden Tempo. Um hier den Überblick zu behalten, Orientierung zu bekommen und die neuesten Trends und Tools kennenzulernen, bietet die Akademie ein hervorragendes Programm an. Es gibt im deutschsprachigen Bereich keinen anderen Anbieter, dessen Veranstaltungsportfolio diese Bedürfnisse so umfassend und in der Tiefe abdeckt."

Nikolaus Hürlimann, Managing Partner, CrossMediaConsulting



▲ STERNWALD°

"Die digitale Transformation stellt alle professionell publizierenden Unternehmen vor große Herausforderungen. Wir freuen uns, dass wir mit der Akademie der Deutschen Medien einen Partner haben, der das benötigte Wissen mit seinem herausragenden Programm für alle Teilnehmer der Medienbranche zur Verfügung stellt, wichtige Impulse setzt und somit die Zukunft des digitalen Publizierens mitgestaltet."

Christof Zahneissen, Geschäftsführer, Sternwald Creations





"Medienformate und -angebote unterliegen vielfältigen dynamischen Entwicklungen und Trends. Die Akademie der Deutschen Medien ist ein einzigartiger Anbieter, der mit seinen spezifischen Fortbildungen und Veranstaltungen relevante Kenntnisse für Mitarbeiter aus tradierten und neuen Medienbereichen vermittelt und vertieft. So gelingt aktueller, zielgruppenbezogener Know-how-Transfer."

Dr. Ilas Körner-Wellershaus, Verlagsleiter, Ernst Klett Verlag





"Wir schicken gerne unsere Mitarbeitenden zu diversen Veranstaltungen der Akademie, da uns dort der hohe Qualitätsstandard gefällt und wir überzeugt sind, dass Wissen und Motivation wesentliche Schlüsselgrößen für ein erfolgreiches Medienunternehmen sind!"

Bernd Müller, Geschäftsführer, Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage



BAUER PREMIUM

"Im Zukunftskreis der Akademie werden die Themen der Medienwirtschaft von morgen diskutiert – auf höchstem Niveau. Viermal im Jahr wirklich inspirierend."

Robert Sandmann, Verlagsgeschäftsführer, Bauer Premium





"Ich schätze die verschiedenen Angebote der Akademie der Deutschen Medien als absolut notwendige und immer wieder höchst anregende Anstöße, um den aktuellen Medienwandel besser zu verstehen und insbesondere als Buchverlag zukunftsorientiert agieren zu können. Ob es sich um Fortbildungen oder Fachkongresse, große Tagungen oder kleine Gesprächsrunden handelt – die Akademie beweist ein gutes Gespür für die richtigen Themen und bringt so die richtigen Menschen miteinander ins Gespräch."

Thomas Rathnow, Vorsitzender der Geschäftsführung/CEO, Verlagsgruppe Random House



ШЕКА

"Die Medienakademie bietet mit den unterschiedlichen Konferenzen einen guten Überblick über die aktuellen Entwicklungen der Branche. Persönlich schätze ich den Austausch im Zukunftskreis sehr."

Werner Pehland, Group Director, WEKA Holding



BOMMERSHEIM CONSULTING

"Seit 2013 veranstalten wir mit der Akademie der Deutschen Medien jährlich die Fachkonferenz "HR Future Day", um Zukunftsthemen wie Leadership im digitalen Zeitalter, Innovationsmanagement und New Work zu adressieren. Das im Laufe der Jahre stetig wachsende Interesse von Führungskräften und HR-Verantwortlichen aus unterschiedlichsten Branchen bestätigt das Konzept und die Notwendigkeit, auch im HR-Bereich Innovationen im Blick zu behalten. So erweist sich die Akademie auch in diesem Themenfeld als hochkompetenter Ansprechpartner und Begleiter in Zeiten der digitalen Transformation. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit."

Dr. Kirsten Steffen und Helena Bommersheim, Geschäftsführende Gesellschafterinnen, Bommersheim Consulting



Rid | Stiftung
Wir stiften Zukunft!

"Wir freuen uns sehr darüber, seit einigen Jahren mit der Akademie der Deutschen Medien als einem herausragenden Weiterbildungsanbieter zusammenzuarbeiten, u. a. im Rahmen unseres Rid Zukunftskongresses, um gemeinsam im bayerischen Einzelhandel Themen wie Kund*innenorientierung, Innovation, Digitalisierung und E-Commerce aktiv voranzutreiben."

Michaela Pichelbauer, Vorständin, Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel



"Für mich liegt die Kraft der Akademie der Deutschen Medien zum einen im Angebot qualitativ hochwertiger Weiterbildung in klassischen und innovativen Medienbereichen. Zum anderen – und das gerade auf Führungsebene – im Austausch zwischen den Teilnehmern. Ich habe Kontakt zu Führungskräften aus mir bis dahin vollkommen unbekannten Medienmarken in Nischenmärkten geknüpft und so neue Erkenntnisse und Perspektiven gewonnen. In Summe: Absolut empfehlenswert."

Angela Kesselring, Leitung Kooperationsmanagement, Süddeutsche Zeitung



Mayr

"Die Transformation des Arbeitsmarktes ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit, für Unternehmen wie Arbeitnehmer: eine stetig wachsende Komplexität durch neue Medien und Technologien. Wer die Chancen nutzen will, die sich jetzt bieten, findet in der Akademie der Deutschen Medien den perfekten Partner. Die Medienakademie sorgt für Orientierung bei den Herausforderungen der Zukunft und begleitet den Wandel mit einem umfangreichen crossmedialen Programm."

Markus Mayr, Inhaber, MAYR PR



muehlhausmoers -

"Arbeiten in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Institutionen bedeutet permanente Veränderung. Die Erfolgsfaktoren von heute sind schnell die von gestern, theoretisches Wissen alleine reicht nicht. Praxisnaher Erfahrungsaustausch mit innovativen Experten aus der Digital- und Medienbranche hilft, auf der Höhe der Zeit zu bleiben. Dafür steht die Akademie der Deutschen Medien."

Hans-Jürgen Moers, Geschäftsführender Gesellschafter, muehlhausmoers corporate communications gmbh



"Qualität, Weitblick und Zuverlässigkeit, so habe ich die Akademie der Deutschen Medien in 15 Jahren Zusammenarbeit stets erlebt. Hinter den Kulissen ein wunderbares Team, das mit viel Leidenschaft und Energie für die Kunden da ist. Ich bin stolz darauf, ein Teil davon zu sein."

Prof. Dipl.-Des. Tim Bruysten, Geschäftsführender Gesellschafter, richtwert und Prodekan Gamedesign MD.H University of Applied Science, Düsseldorf

DIE PARTNER DER AKADEMIE

Die Akademie der Deutschen Medien hat starke Partner an ihrer Seite, die sie dabei unterstützen, ein aktuelles, zielgruppenrelevantes und thematisch breit aufgestelltes Weiterbildungsangebot für Unternehmen und Medienhäuser sicherzustellen.

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben oder deren Wertschöpfung auf dem Einsatz digitaler Technologien beruht. Als Impulsgeber, Wegweiser und Beschleuniger digitaler Geschäftsmodelle vertritt der BVDW die Interessen der Digitalen Wirtschaft gegenüber der Politik und setzt sich für die Schaffung von Markttransparenz und innovationsfreundlichen Rahmenbedingungen ein. Sein Netzwerk von Experten liefert mit Zahlen, Daten und Fakten Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Mit Mitgliedern aus verschiedensten Branchen ist der BVDW die Stimme der Digitalen Wirtschaft. Weitere Informationen finden Sie unter www.bvdw.org.



Mitglieder des BVDW erhalten 15 % Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

Content Marketing Forum - CMF

Das Content Marketing Forum ist der Unternehmensverband der führenden medialen Dienstleister im deutschsprachigen Raum. Mit mehr als 100 Mitgliedsagenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ist das CMF der größte Verband dieser Mediendisziplin in Europa. Das CMF vertritt eine Mediensparte, die pro Jahr rund acht Milliarden Euro umsetzt. Die Mitglieder des Forums entwerfen für ihre Kunden wegweisende Content-Marketing-Strategien und produzieren wirksame Inhalte für alle Mediengattungen einschließlich Print, Video, Mobile und Online. Seit der Gründung im Jahr 1999 versteht sich das Forum in seiner strategischen Ausrichtung als kompetente Marketingplattform für qualifizierte Dienstleister. Der Zweck des Verbandes besteht neben der Unterstützung seiner Mitglieder vor allem im Gattungsmarketing für die am schnellsten wachsende Kommunikationsdisziplin – Content Marketing.

Weitere Informationen finden Sie unter www.content-marketing-forum.com.



Mitglieder des CMF erhalten auf ausgewählte Seminare 15 % Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.



DDV Der Deutsche Dialogmarketing Verband e.V.

Der Deutsche Dialogmarketing Verband ist einer der größten nationalen Zusammenschlüsse von Dialogmarketing-Unternehmen in Europa und gehört zu den Spitzenverbänden der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Als die treibende Kraft der Data Driven Economy repräsentiert der DDV Unternehmen, die Daten generieren oder für den professionellen datenbasierten und kundenzentrierten Dialog nutzen. Gemeinsam mit seinen Mitgliedern will der DDV substanzielle Mehrwerte durch individuelle Beziehungen zwischen Menschen, Marken und Unternehmen in einer vernetzten Welt schaffen. Schwerpunkte des Verbandsengagements sind politische Arbeit, Informationsaustausch, Qualitätssicherung und Nachwuchsförderung.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ddv.de.



Mitglieder des DDV erhalten auf ausgewählte Seminare 15 % Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

Design Offices

Design Offices wurde 2008 von Michael O. Schmutzer gegründet und ist heute Deutschlands führender Anbieter für Corporate Coworking mit mehr als 30 Standorten deutschlandweit. Das Angebot umfasst flexible Büros und Coworking-Bereiche mit hohem Design-Anspruch sowie inspirierende Räume für Workshops, Trainings, Kreativmeetings oder vertrauliche Gespräche. Gestaltet als variable Arbeitslandschaften findet man hier den perfekten Ort für Kreativität, Innovation und produktives Teamwork. Und auch als Eventlocation überzeugen die Standorte mit exklusiver Atmosphäre, stilvoller Einrichtung und umfangreichem Service on demand.

Weitere Informationen finden Sie unter www.designoffices.de.

DESIGN OFFICES

Die Akademie der Deutschen Medien veranstaltet in Kooperation mit den Design Offices eine Abendgesprächsreihe, die in regelmäßigen Abständen Einblicke in die neuesten Trends und Entwicklungen rund um zukunftsfähige Content- und Kommunikationskonzepte gibt. Weitere Informationen finden Sie auf S. 38.

Deutsche Fachpresse

Die Deutsche Fachpresse ist die zentrale Marketing- und Dienstleistungsplattform für alle Anbieter von Fachinformationen im beruflichen Umfeld. Sie repräsentiert 350 Mitgliedsunternehmen in einer Branche mit mehr als 5.500 Titeln und einem Umsatz von mehr als 7,73 Milliarden Euro. Durch vielfältige Leistungen macht die Deutsche Fachpresse ihre Mitglieder am Markt noch erfolgreicher. Sie fördert die gemeinsamen wirtschaftlichen und politischen Anliegen der Mitgliedsunternehmen und vermittelt aktuelles Branchenwissen. Mit gattungsspezifischen Kontaktplattformen schafft sie Beziehungsnetzwerke und positioniert Fachmedien als zuverlässige Informationsquellen und effiziente Werbeträger. Die Deutsche Fachpresse wird vom Fachverband Fachpresse im VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (Berlin) und der IG Fachmedien im Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Frankfurt/M.) getragen.
Weitere Informationen finden Sie unter www.deutsche-fachpresse.de.



Ausgewählte Seminare der Akademie mit den Themenschwerpunkten Fachmedien und Fachinformation werden in Kooperation mit der Deutschen Fachpresse durchgeführt. Mitglieder der Deutschen Fachpresse erhalten einen Rabatt von 15 % auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

EBZ Akademie

Für die Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft ist die EBZ Akademie ein wichtiger Partner bei der Kompetenzentwicklung ihrer Mitarbeiter. Kern der EBZ Akademie ist das offene Bildungsprogramm mit jährlich fast 400 Bildungsangeboten für die Mitarbeiter und Führungskräfte von Wohnungsunternehmen, Maklern, Immobilienverwaltern, Bauträgern, Facility Management und Property Management Unternehmen. Dabei bietet die EBZ Akademie ein breites Spektrum von fachlichen und überfachlichen Themen an. Die Bildungsformate variieren sehr stark. Je nach Bildungszweck und Kundenpräferenz bietet sie Webinare, Seminare, Führungsforen, Qualifizierungsprogramme oder Zertifikatslehrgänge an. Die Präsenzveranstaltungen werden schwerpunktmäßig in Bochum, im Rheinland (Düsseldorf/Köln) und im Rhein-Main-Gebiet durchgeführt. Weitere Informationen finden Sie unter www.e-b-z.de/akademie.html.



Die Akademie der Deutschen Medien und die EBZ Akademie wollen durch ihre Kooperation die Wissensvermittlung für die Fach- und Führungskräfte der Wohnungs- und Immobilienbranche in den Bereichen Marketing, Mediengestaltung und Digitalisierung fördern.

IG Digital im Börsenverein

Die IG Digital ist die zentrale Kommunikations- und Austauschplattform im Börsenverein des Deutschen Buchhandels zu allen relevanten Themen im Umfeld der digitalen Transformation in Handel und Verlagen. Sie ist 2016 aus dem Arbeitskreis Elektronisches Publizieren (AKEP) und dem Arbeitskreis E-Books und E-Commerce im Buchhandel (AK ECOM) entstanden. Der grundlegende Auftrag der IG Digital ist die Interessenvertretung sowie Kompetenzstärkung der Branchenteilnehmer und Unternehmen, die Förderung von Innovation sowie ganz allgemein die Unterstützung bei der Umsetzung digitaler Transformation in Unternehmen, Darreichungsform und Distribution. Die IG ist organisiert in mehrere Peergroups, in denen Themen wie z. B. Markt und Marketing, Content-Entwicklung, Distribution, Produktion sowie Vertrieb und Handel intensiv bearbeitet und entsprechende Informationen daraus den Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden.

Weitere Infos zur Arbeit der IG Digital finden Sie unter www.iqdigital.de.



Mitglieder der IG Digital erhalten auf ausgewählte Seminare 15 % Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

Lausen Rechtsanwälte

Die Kanzlei Lausen Rechtsanwälte ist spezialisiert auf alle für die Medienbranche wesentlichen Rechtsgebiete. Sie ist vertraut mit den neuesten wirtschaftlichen und technischen Entwicklungen der Branche und schafft damit die Grundvoraussetzung für eine umfassende und kompetente Beratung. Das zeigt die Auszeichnung mit dem JUVE-Award zur "Kanzlei des Jahres für Medien" im Jahr 2007 und 2018. Lausen Rechtsanwälte wurde zudem aufgenommen in die Focus-Liste der Top-Wirtschaftskanzleien für Medien und Presse 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018 sowie von Media Law International durchgehend seit 2014 als eine von drei Kanzleien in der Top-Kategorie "tier 1" gelistet.

Lausen Rechtsanwälte Lausen Rechtsanwälte ist Kooperationspartner für die Seminare der Kategorie "Medienrecht". Vertreter aus renommierten (Medien-)Unternehmen unterstützen die Rechtsanwälte der Kanzlei Lausen als Gastreferenten bei den Medienrechtsseminaren der Akademie.

Marketing Club München e. V.

Der Marketing Club München e. V. ist der Berufsverband der Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing & Vertrieb für den Großraum München. Seine mehr als 800 Mitglieder aus 500 Unternehmen kommen aus den unterschiedlichsten Branchen: Industrie und Handel, Banken & Versicherungen, Werbe-, PR- und Kommunikationsagenturen, Unternehmensberatungen sowie Forschung und Lehre. Sie sind selbständige Unternehmer, Vorstände und Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter sowie Produktmanager, Werbe- und Kommunikationsfachleute. Allen gemeinsam ist das Thema "Marketing". Mit über 50 Fach- und Netzwerkveranstaltungen jährlich bietet der Marketing Club München eine professionelle Plattform für Weiterbildung, Austausch und Begegnung. Im bundesweiten Verbund mit 65 weiteren Clubs trägt er den Deutschen Marketing Verband – mit insgesamt über 14.000 Mitgliedern.

Weitere Informationen finden Sie unter www.marketingclub-muenchen.de.



Mitglieder des Marketing Club München erhalten 15 % Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

MedienNetzwerk Bayern

Das MedienNetzwerk Bayern ist eine Initiative zur Stärkung des Medienstandorts Bayern. Es vernetzt die Medienbranche in Bayern untereinander, aber auch mit anderen Branchen wie der Automobil-, Finanz und Versicherungsbranche oder dem Bereich Medizin. Zudem bildet es die wichtigsten Entwicklungen am Medienstandort Bayern ab. Dem MedienNetzwerk gehören sieben Partner an: der Freistaat Bayern, die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), der Bayerische Rundfunk, der FilmFernsehFonds Bayern, der Bayerische Industrie- und Handelskammertag e. V., der MedienCampus Bayern, die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft. Durch eigene Veranstaltungen und die Unterstützung der Partner schafft das MedienNetzwerk eine Plattform für den Austausch zu Trends und Herausforderungen der digitalen Transformation: Dazu gehören etablierte Formate wie die Local Web Conference, das Digital Media Camp und Book meets Film sowie geschlossene Round Tables und das monatliche Networking-Format Media Date. Die Konferenzreihe media meets bringt die Medienbranche gezielt mit einem anderen Wirtschaftszweig zusammen, zu dem durch die Digitalisierung vielfältige neue Anknüpfungspunkte zur Medienbranche entstanden sind. Einen Überblick über wichtige Entwicklungen und Medienunternehmen mit Sitz in Bayern gibt das MedienNetzwerk vor allem auf seiner Website und in den sozialen Medien. Mit dem Medienkalender Bayern informiert es über die Branchenveranstaltungen im Freistaat. Seit 2016 ist das MedienNetzwerk Bayern bei der BLM angesiedelt. Es wird von der Bayerischen Staatskanzlei gefördert.



Unter dem Motto "Media meets…" kooperiert die Akademie der Deutschen Medien mit dem MedienNetzwerk Bayern zu ausgewählten branchenübergreifend Veranstaltungen.



Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband SBVV

Der SBW ist ein Branchenverband und Dienstleister für rund 500 organisierte Mitglieder, von der Quartierbuchhandlung über den Zwischenbuchhandel bis zum Großverlag inklusive assoziierten Mitgliedern wie Verlagsvertretern und Literaturagenturen. Mit seiner über 160-jährigen Tätigkeit ist der SBW einer der ältesten Verbände der Schweiz. Er vertritt die Interessen der Deutschschweizer Buchhandelsbranche gegenüber Behörden und Politik in kultur- und wirtschaftspolitischen Belangen, betreibt Marketing-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (zum Beispiel mit dem Schweizer Buchpreis), gibt das monatliche Branchenmagazin "Schweizer Buchhandel" und den wöchentlichen Newsletter heraus, kümmert sich um die Promotion des Schweizer Buchschaffens im Ausland und ist verantwortlich für die Aus- und Weiterbildung von Buchhändler*innen und Verlagsmitarbeitenden.

Weitere Informationen finden Sie unter www.sbvv.ch.



Mitglieder des SBVV erhalten 10 % Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

VDZ Akademie

1993 vom VDZ – Verband Deutscher Zeitschriftenverleger gegründet, ist die VDZ Akademie eines der führenden Aus- und Weiterbildungsinstitute für Zeitschriftenverlage im deutschsprachigen Raum. Sie bietet kontinuierliche Wissensvermittlung und Performancesteigerung für Fach- und Führungskräfte aus der Medien- und Verlagsbranche. Die VDZ Akademie verfügt über ein nationales und internationales Netzwerk an Experten aus Medien und Verlagen sowie verwandten Branchen. Gemeinsam mit ihnen identifiziert sie medienspezifische Zukunftsthemen und entwickelt auf dieser Basis ein breit gefächertes, praxisorientiertes Bildungsangebot, das aktuelle Top-Themen aus verschiedenen Perspektiven vermittelt. Das Angebot umfasst Seminare, Zertifikatskurse, Expertenforen und Kongresse, internationale Verlegerreisen sowie eine Vielzahl weiterer Services und Dienstleistungen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.vdz-akademie.de / www.publishingexperts.de.



Die Akademie der Deutschen Medien und die VDZ Akademie wollen im Rahmen ihrer Zusammenarbeit die systematische Weiterbildung und Qualifizierung von Fach- und Führungskräfte der Zeitschriftenbranche fördern.

Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren (VFLL) e. V.

Der im Jahr 2000 gegründete Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren (VFLL) ist der Berufsverband für alle, die freiberuflich an der Qualität von Texten arbeiten. Seine rund 950 Mitglieder genießen viele Vorteile: persönliches Unternehmensprofil auf www.lektor-in-finden.de, Rabatte auf Fachliteratur, günstige Fortbildungen und Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung, kostenlose Rechts- und KSK-Beratung – und ein lebendiges Netzwerk für den kollegialen Austausch.

Weitere Informationen finden Sie unter www.vfll.de.

Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren e.V. Für VFLL-Mitglieder reduziert sich die Teilnahmegebühr bei Seminaren der Rubrik "Freies Lektorat" um 100 €. Bei allen anderen Veranstaltungen der Akademie erhalten Verbandsmitglieder einen Rabatt von 50 %, sofern noch Plätze verfügbar sind. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.

MODULARE ZERTIFIKATSKURSE

"Verlagsmanager"

Management-Know-how für Führungskräfte in Verlagen

Die Anforderungen an Führungskräfte in Verlags- und Medienunternehmen sind in Zeiten des Digital Change enorm gewachsen. Denn Verlagsmanager müssen heute nicht mehr nur etablierte Geschäftsfelder möglichst profitabel weiterführen bzw. diese kontinuierlich optimieren. Um die Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens zu sichern, müssen sie auch valide neue Geschäftsmodelle entwickeln und diese in bestehende Verlagsstrukturen integrieren.

Genau hier setzt das Qualifizierungsprogramm "**Verlagsmanager"** der Medienakademie an: Es bereitet (angehende) Führungskräfte auf die komplexen Herausforderungen im Publishing- und Content-Business vor und vermittelt neben traditionellen Management-Kompetenzen rund um Unternehmensführung, Finanzen & Controlling, Leadership und Programmplanung fundiertes Fachwissen in den Bereichen neue Märkte, digitale Technologien und innovative Business-Modelle.

Programmziel

In dem berufsbegleitenden Zertifikatsprogramm, das sechs zentrale Management-Module umfasst, lernen die Teilnehmer sofort anwendbare Methoden und Instrumente professionellen Verlagsmanagements kennen: von der (digitalen) Geschäftsmodellentwicklung über relevante finanzwirtschaftliche Zielund Steuerungsgrößen bis hin zu den zentralen Erfolgsfaktoren strategischer Programmplanung und effektiver (Digital-) Vermarktung. Zudem setzen sich die Teilnehmer mit ihrer persönlichen Führungsrolle auseinander und erfahren, wie sie ihre Kompetenzen als Führungskraft weiterentwickeln.

Dabei bietet das **Qualifizierungsprogramm** den Teilnehmern die Möglichkeit, je nach Interesse individuelle Schwerpunkte zu setzen.

Zielgruppe

(Nachwuchs-)Führungskräfte, angehende Manager (vor allem aus den Bereichen Lektorat/Redaktion, Produktmanagement, Marketing, Vertrieb, Herstellung, E-Business/IT) sowie Projektund Teamleiter in Verlagen und Medienhäusern, die bereits erste übergeordnete Management-Aufgaben übernommen haben. Alle Führungskräfte, die ihr verlagsspezifisches Wissen in den Bereichen Unternehmensführung, Programmplanung, Organisation, Marketing und Sales sowie Führung und Selbstmanagement aufund ausbauen bzw. systematisieren wollen.

Daten und Fakten im Überblick

Zertifikat	Verlagsmanager
Dauer	in der Regel 24 bis 36 Monate Die Seminare sollten innerhalb eines Zeitraums von zwei bis max. drei Jahren besucht werden.
Aufwand	25 Seminartage/Präsenztage bzw. 250 Credit-Points
Module	6 Module/Themenblöcke , die in 3- bis 5-tägigen Seminaren erarbeitet werden
Startzeitpunkt	flexibler Beginn 2020 Die Kurse können in der von Ihnen gewünschten Reihenfolge und an den für Sie passenden Terminen besucht werden!
Veranstaltungsort	München
Gesamtpreis	€ 8.999,- (Mehrwertsteuer-befreit)
Preisvorteil	€ 1.571,- (gegenüber der Buchung der Einzelseminare) Hinweis: Rabatte können nicht kumuliert werden.

Das Programm wird bei erfolgreicher Teilnahme mit dem Zertifikat "Verlagsmanager" abgeschlossen, das die erworbene Qualifikation dokumentiert.

ONLINE-ANMELDUNG UND WEITERE INFORMATIONEN www.medien-akademie.de/zertifikate

Themenschwerpunkte



Durch Absolvieren des Zertifikatsprogramms "Verlagsmanager"...

- erfahren Sie, wie Sie innovative Geschäftsmodelle entwickeln bzw. bestehende optimieren können.
- werden Sie in die Lage versetzt, die wesentlichen BWL-Begriffe zu verstehen, betriebswirtschaftliche Ziele zu setzen und Entscheidungen daraus abzuleiten.
- erkennen Sie die Notwendigkeit zum strategischen Wandel und sind in der Lage, daraus resultierende Chancen für Ihren Verlag zu identifizieren.
- lernen Sie die praxisorientierte Anwendung nützlicher Werkzeuge der Strategieentwicklung kennen.
- lernen Sie die zentralen Tools einer strategisch orientierten Programmplanung in Print und digital kennen.
- erarbeiten Sie sich das Know-how zur Entwicklung innovativer Produkt- und Vermarktungsstrategien für Content-Angebote.
- lernen Sie die wesentlichen Tools im Online-Marketing kennen und erfahren, wie Sie die einzelnen Instrumente optimal nutzen.
- setzen Sie sich intensiv mit Ihrer Rolle als Führungskraft auseinander.
- ▶ überprüfen Sie Ihren Führungsstil und erfahren, wie Sie Ihre Mitarbeiter noch zielgerichteter führen und motivieren.

Ihre Erfolgsfaktoren

- Berufsbegleitendes Trainingsprogramm in kompakten Blöcken
- Vermittlung von Management-Qualifikationen für Führungspositionen in Verlags- und Medienhäusern
- Stärkung der fachlichen und persönlichen Kompetenzen für Führungsaufgaben
- Hohe Praxisnähe: Verlagsspezifische Inhalte und übertragbare Modelle aus anderen Branchen
- Peer-Learning und starker Networking-Charakter: Fokus auf Präsenzlehre zur Stärkung des persönlichen Kontakts
- Kollegiales und anspruchsvolles Seminarumfeld
- Optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form
- Individuelle Schwerpunktsetzung möglich
- Höchste Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte
- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- Flexibler Starttermin: Einstieg jederzeit möglich
- Teilnehmergebühren sind MwSt.-befreit
- Vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten



"VERLAGSMANAGER" – MANAGEMENT-KNOW-HOW FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN VERLAGEN

Modul	Credits	Seminar	Seite	Termine
Strategische Unternehmensführung	50	Business Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	46	24.02. – 28.02.2020 bzw. 13.07. – 17.07.2020
Programm	30	Strategische Programmplanung – Gedruckt und digital	88	10.02. – 12.02.2020
Finanzielle Führung und Controlling	40	BWL kompakt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	50	17.02. – 20.02.2020 bzw. 17.08. – 20.08.2020
Organisation und Innovation	50	Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	208	09.03. – 13.03.2020 bzw. 22.06. – 26.06.2020 bzw. 07.09. – 11.09.2020 bzw. 30.11. – 04.12.2020
Marketing und Sales	50	Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166	03.02. – 07.02.2020 bzw. 30.03. – 03.04.2020 bzw. 25.05. – 29.05.2020 bzw. 17.08. – 21.08.2020 bzw. 12.10. – 16.10.2020
Führung und Selbstmanagement	30	Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag	54	02.03 04.03.2020 bzw. 08.09 10.09.2020
Erforderliche Credit-Points insgesamt	250			

→ UNSER KOSTENLOSER BERATUNGSSERVICE

Interessenten haben die Möglichkeit, im Rahmen des Qualifizierungsprogramms **individuelle Schwerpunkte** zu setzen. Gerne beraten wir Sie unverbindlich in einem kostenlosen Info-Gespräch. So können wir auf Ihre persönliche Situation eingehen und Ihre Fragen zu den Seminarinhalten, zum Ablauf des Programms und zur Finanzierung beantworten. Nutzen Sie unsere persönliche Teilnehmerberatung im Vorfeld. Wir unterstützen Sie gerne bei der Auswahl der richtigen Weiterbildungsmaßnahmen.

→ CREDIT-POINTS DER MEDIENAKADEMIE

Teilnehmer, die das Management-Programm "Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen" (siehe Seiten 44 – 45) erfolgreich absolviert haben, erhalten bei Anmeldung zum "Verlagsmanager" bereits gesammelte Credit-Points voll angerechnet. Für den Erwerb des Zertifikats "Verlagsmanager" sind insgesamt 250 Credit-Points erforderlich.



BERATUNG UND ANMELDUNG Ihre Ansprechpartnerin für das Zertifikatsprogramm

Dr. Johanna Platter Tel.: +49 89 291953-56

E-Mail: johanna.platter@medien-akademie.de

"Digital Media Manager"

Digital-Know-how für Medien- und Kommunikationsprofis

Egal ob in traditionellen Medienhäusern, in Agenturen oder Start-ups, in öffentlichen Institutionen, Verbänden oder Unternehmen aus Industrie und Handel – das Know-how digitaler Medien-Profis ist branchenübergreifend gefragt. Denn die große Bedeutung digitaler Medienkompetenz ist unumstritten, wenn es um die erfolgreiche Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, das Lancieren innovativer (Medien-)Angebote oder die digitale Vermarktung neuer Produkte und Services geht.

Und genau hier setzt das Qualifizierungsprogramm "Digital Media Manager" der Medienakademie an: Es bereitet (angehende) Medien- und Kommunikationsprofis auf die zunehmend komplexen Herausforderungen im Bereich digitaler Medien vor und vermittelt neben Wissen über digitale Geschäftsmodelle fundiertes Know-how rund um neue Medientechnologien, digitale Medienentwicklung sowie erfolgreiches Online-Marketing, das den User konsequent in den Mittelpunkt stellt.

Programmziel

In dem **berufsbegleitenden Zertifikatsprogramm**, das sechs **zentrale Themen-Module** umfasst, lernen die Teilnehmer sofort anwendbare Methoden und Instrumente rund um die professionelle Konzeption, Produktion, Vermarktung und Steuerung digitaler Medien- und Content-Angebote kennen: Von der Entwicklung digitaler Business-Modelle über die Implementierung neuer Geschäftsprozesse und Workflows bis hin zur Umsetzung und Bewerbung digitaler Content-Angebote. Zudem setzen sich die Teilnehmer mit ihrem persönlichen Führungsstil auseinander und können so ihre Kompetenzen rund um (Team-) Führung – auch ohne disziplinarische Verantwortung – ausbauen.

Dabei bietet das **Qualifizierungsprogramm** den Teilnehmern die Möglichkeit, je nach Interesse individuelle Schwerpunkte zu setzen.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte, Manager sowie Projekt- und Teamleiter aus Medienhäusern bzw. aus Medien- und Kommunikations- abteilungen von Unternehmen (in Industrie und Handel, aus öffentlichen Institutionen, Verbänden und Stiftungen), die die wirtschaftliche Nutzung neuer Medien und digitaler Technologien vorantreiben bzw. digitale Medienprojekte künftig noch effizienter und professioneller managen und steuern möchten.

Daten und Fakten im Überblick

Zertifikat	Digital Media Manager
Dauer	in der Regel 24 bis 36 Monate Die Seminare sollten innerhalb eines Zeitraums von zwei bis max. drei Jahren besucht werden.
Aufwand	28 Seminartage/Präsenztage bzw. 280 Credit-Points
Module	6 Module/Themenblöcke , die in 3- bis 5-tägigen Seminaren erarbeitet werden
Startzeitpunkt	flexibler Beginn 2020 Die Kurse können in der von Ihnen gewünschten Reihenfolge und an den für Sie passenden Terminen besucht werden!
Veranstaltungsort	München
Gesamtpreis	€ 9.999,- (Mehrwertsteuer-befreit)
Preisvorteil	€ 1.566,- (gegenüber der Buchung der Einzelseminare) Hinweis: Rabatte können nicht kumuliert werden.

Das Programm wird bei erfolgreicher Teilnahme mit dem Zertifikat "**Digital Media Manager"** abgeschlossen, das die erworbene Qualifikation dokumentiert.

ONLINE-ANMELDUNG UND WEITERE INFORMATIONEN www.medien-akademie.de/zertifikate

Themenschwerpunkte



Durch Absolvieren des Zertifikatsprogramms "Digital Media Manager"...

- rfahren Sie, wie Sie bestehende digitale Geschäftsmodelle weiterentwickeln und neue aufbauen können.
- erhalten Sie sofort anwendbares Praxis-Know-how für Ihre Arbeit in Innovationsprojekten.
- rfahren Sie, wie Sie sich mit Start-up-Methoden für den digitalen Wettbewerb rüsten.
- lernen Sie die wesentlichen Tools für die Entwicklung digitaler bzw. mobiler Content-Produkte kennen.
- erarbeiten Sie sich das Know-how zur Umsetzung innovativer Produkt- und Vermarktungsstrategien für digitale Content-Angebote.
- lernen Sie die wesentlichen Methoden, Tools und Trends im Online-Marketing kennen.
- erfahren Sie, wie digitale Content-Formate von Apps bis Websites wirtschaftlich effizient entwickelt werden können: Von der Konzeption und Kalkulation über das Datenmanagement bis hin zur Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern.
- > setzen Sie sich intensiv mit Ihrer Führungsrolle als Team- und Projektleiter auseinander, und erfahren Sie, wie Sie Ihre Teammitglieder agil und noch zielgerichteter führen.

Ihre Erfolgsfaktoren

- Berufsbegleitendes Trainingsprogramm in kompakten Blöcken
- Neue Strategien, Geschäftsmodelle und innovative Produktund Vermarktungskonzepte rund um (digitale) Medien
- Experten aus dem Medien- und Digital-Business sowie aus Start-ups
- Peer-Learning und starker Networking-Charakter: Fokus auf Präsenzlehre zur Stärkung des persönlichen Kontakts
- Kollegiales und anspruchsvolles Seminarumfeld
- Optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Individuelle Schwerpunktsetzung möglich
- Höchste Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte
- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- Flexibler Starttermin: Einstieg jederzeit möglich
- Teilnehmergebühren sind MwSt.-befreit
- Vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten



"DIGITAL MEDIA MANAGER" DIGITAL-KNOW-HOW FÜR MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONS-PROFIS

Modul	Credits	Seminar	Seite	Termine
Digitale Geschäftsmodellentwicklung	50	Business Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	46	24.02. – 28.02.2020 bzw. 13.07. – 17.07.2020
		Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	202	27.07. – 31.07.2020 bzw. 12.10. – 16.10.2020
Projektmanagement klassisch bis agil	50	oder		
		Der Projektleiter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	200	13.01. – 17.01.2020 bzw. 31.08. – 04.09.2020
Digitale Produktentwicklung	50	Manager Digitale Produktentwicklung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	144	09.11 13.11.2020
Online-Marketing	50	Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166	03.02. – 07.02.2020 bzw. 30.03. – 03.04.2020 bzw. 25.05. – 29.05.2020 bzw. 17.08. – 21.08.2020 bzw. 12.10. – 16.10.2020
		Website- und Portalmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	152	11.05. – 15.05.2020 bzw. 26.10. – 30.10.2020
Website- bzw. Data- Management	50	oder		
v		Data Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	176	02.03 05.03.2020 bzw. 19.10 22.10.2020
Führung und Selbstmanagement	30	Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag	54	02.03 04.03.2020 bzw. 08.09 10.09.2020
Erforderliche Credit-Points insgesamt	280			

→ UNSER KOSTENLOSER BERATUNGSSERVICE

Interessenten haben die Möglichkeit, im Rahmen des Qualifizierungsprogramms **individuelle Schwerpunkte** zu setzen. Gerne beraten wir Sie unverbindlich in einem kostenlosen Info-Gespräch. So können wir auf Ihre persönliche Situation eingehen und Ihre Fragen zu den Seminarinhalten, zum Ablauf des Programms und zur Finanzierung beantworten. Nutzen Sie unsere persönliche Teilnehmerberatung im Vorfeld. Wir unterstützen Sie gerne bei der Auswahl der richtigen Weiterbildungsmaßnahmen.





BERATUNG UND ANMELDUNG
Ihre Ansprechpartnerin für das Zertifikatsprogramm

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

"Digital Marketing Manager"

Online-Marketing-Know-how für die Marketeers der Zukunft

Ob Social Media- oder Newsletter-Marketing, Google Ads oder Suchmaschinenoptimierung – Marketing Manager setzen heute zunehmend digitale Marketing-Instrumente ein, um ihre Kunden erfolgreich anzusprechen und dauerhaft zu binden. Fundiertes Know-how im Umgang mit neuen Marketing-Tools ist daher – neben guter Zielgruppenkenntnis und passendem Content – für eine professionelle Umsetzung von Online-Kampagnen essenziell.

Und genau hier setzt das berufsbegleitende Qualifizierungsprogramm "Digital Marketing Manager" der Medienakademie an: Auf höchstem inhaltlichen Niveau bereitet es die Teilnehmer vor auf die stetig wachsenden Herausforderungen im digitalen Marketing – in allen relevanten Online-Disziplinen – und vermittelt praxisorientiert die neuesten Methoden für die erfolgreiche Realisierung und Steuerung digitaler Marketingmaßnahmen.

Programmziel

Die Module des insgesamt 15-tägigen "Digital Marketing Managers" zeigen Ihnen, welche digitalen Vermarktungsinstrumente – ob SEO und SEA, E-Mail- oder Social Media-Marketing – es gibt und wie Sie diese wirkungsvoll und gewinnbringend für Ihr Unternehmen und Ihre Projekte einsetzen. In Intensivkursen und Kurzseminaren lernen Sie neben klassischen Online-Marketing-Tools die neuesten Digital-Trends – von Native Ads bis Influencer-Marketing – kennen und erfahren, wie Sie die Effizienz Ihrer digitalen Marketing-Maßnahmen messen können. So erhalten Sie umfassendes Rüstzeug für eine dauerhafte und Erfolg bringende Optimierung Ihrer Digitalstrategie.

Das **Zertifikatsprogramm** umfasst 5 Module, die in 1- bis 4-tägigen Seminareinheiten erarbeitet werden. Die Teilnehmer können nach Interesse individuelle inhaltliche Schwerpunkte setzen.

Zielgruppe

Das Weiterbildungsprogramm "Digital Marketing Manager" richtet sich branchen- und unternehmensübergreifend an Mitarbeiter und Verantwortliche aus dem Marketing, die ihr Wissen rund um Onlineund digitales Marketing aktualisieren und systematisieren wollen.

Daten und Fakten im Überblick

Zertifikat	Digital Marketing Manager
Dauer	in der Regel 12 bis 24 Monate Die Seminare sollten innerhalb eines Zeitraums von ein bis max. zwei Jahren besucht werden.
Aufwand	15 Seminartage/Präsenztage bzw. 150 Credit-Points
Module	5 Module/Themenblöcke , die in 1- bis 4-tägigen Seminaren erarbeitet werden
Startzeitpunkt	flexibler Beginn 2020 Die Kurse können in der von Ihnen gewünschten Reihenfolge und an den für Sie passenden Terminen besucht werden!
Veranstaltungsort	München
Gesamtpreis	€ 5.900,- (Mehrwertsteuer-befreit)
Preisvorteil	über € 655,- (gegenüber der Buchung der Einzelseminare) Hinweis: Rabatte können nicht kumuliert werden.

Das Programm wird bei erfolgreicher Teilnahme mit dem Zertifikat "**Digital Marketing Manager"** abgeschlossen, das die erworbene Qualifikation dokumentiert.

ONLINE-ANMELDUNG UND WEITERE INFORMATIONEN www.medien-akademie.de/zertifikate

Themenschwerpunkte



Durch Absolvieren des Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager"...

- lernen Sie die wichtigsten Instrumente des Online-Marketings kennen.
- ► erfahren Sie, welche Tools Sie für die Suchmaschinenoptimierung und -werbung (SEO/SEA/Ads) nutzen können, um besser von Kunden gefunden zu werden.
- pewinnen Sie fundierte Einblicke in die neuesten E-Mail- und Newsletter-Marketing-Trends.
- erfahren Sie, wie Sie Ihre Zielgruppe über Social Media von Facebook über Instagram bis YouTube – erreichen und ihre Engagement Rate steigern.
- lernen Sie die neuesten Vermarktungstrends wie Chatbot- und Influencer-Marketing kennen.
- rfahren Sie, welche die relevanten KPIs des Online-Marketings sind.
- erarbeiten Sie sich das notwendige Know-how, das Sie für die Erfolgsmessung Ihrer Marketing-Kampagnen benötigen.
- erfahren Sie, welche rechtlichen Fragestellungen Sie bei der Umsetzung von digitalen Marketing-Maßnahmen beachten müssen.
- rfahren Sie, wie Sie kostengünstig digitale Marketing-Strategien entwickeln.
- rhalten Sie direkt anwendbares Praxis-Know-how für die Umsetzung innovativer Digital-Kampagnen.

Ihre Erfolgsfaktoren

- Hochqualifizierte Trainer aus dem Online-Marketing und E-Business-Experten
- Optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form
- Neue digitale Strategien und Vermarktungstrends
- Innovative Digitaltools und -methoden
- Zuschnitt auf die Aufgabenfelder in den Bereichen Marketing, Sales, PR und (crossmediale) Unternehmenskommunikation
- Individuelle Schwerpunktsetzung möglich
- Kollegiales und anspruchsvolles Seminarumfeld
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking
- Höchste Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte
- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- Flexibler Starttermin: Einstieg jederzeit möglich
- Teilnehmergebühren sind MwSt.-befreit
- Vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten



"DIGITAL MARKETING MANAGER"

Modul	Credits	Seminar	Seite	Termine
Überblick	30	Online Marketing kompakt	168	29.06. – 01.07.2020 bzw. 28.10. – 30.10.2020
Suchmaschinenoptimierung und Google Ads	40	Google Ads- und SEO-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	170	27.04. – 30.04.2020 bzw. 21.09. – 24.09.2020
E-Mails und Newsletter	30	E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	172	30.03. – 01.04.2020 bzw. 24.08. – 26.08.2020
Social Media	30	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130	12.02. – 14.02.2020 bzw. 04.03. – 06.03.2020 bzw. 30.03. – 01.04.2020 bzw. 06.04. – 08.04.2020 weitere Termine siehe S. 131
		Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen	246	07.04.2020 bzw. 27.07.2020
		und		
Rechtsfragen rund um digitales Marketing	20	Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.	141	29.01. – 30.01.2020 bzw. 12.02. – 14.02.2020 bzw. 17.02. – 19.02.2020 bzw. 04.03. – 06.03.2020 weitere Termine siehe S. 141
Erforderliche Credit-Points insgesamt	150			

→ UNSER KOSTENLOSER BERATUNGSSERVICE

Interessenten haben die Möglichkeit, im Rahmen des Qualifizierungsprogramms **individuelle Schwerpunkte** zu setzen. Gerne beraten wir Sie unverbindlich in einem kostenlosen Info-Gespräch. So können wir auf Ihre persönliche Situation eingehen und Ihre Fragen zu den Seminarinhalten, zum Ablauf des Programms und zur Finanzierung beantworten. Nutzen Sie unsere persönliche Teilnehmerberatung im Vorfeld. Wir unterstützen Sie gerne bei der Auswahl der richtigen Weiterbildungsmaßnahmen.



BERATUNG UND ANMELDUNG
Ihre Ansprechpartnerin für das Zertifikatsprogramm

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

"Lektor/Produktmanager"

Expertenwissen für die Steuerung von Buch- und Medienprojekten – von klassisch bis digital

In Zeiten von Restrukturierungen und Digital Change müssen sich Lektoren mehr denn je als Projekt- und Schnittstellenmanager begreifen, die immer neue, auch abteilungsübergreifende Aufgaben erledigen. Das reicht von der Entwicklung und Kalkulation klassischer Print- und digitaler Medien über die Steuerung von Herstellungs- und Gestaltungsprozessen bis hin zur Koordination von Marketing- und Social Media-Maßnahmen.

Um Lektoren und Produktmanager auf diese Herausforderungen vorzubereiten und sie in den ersten Jahren ihrer Karriere zu begleiten, hat die Akademie der Deutschen Medien den "Lektor/Produktmanager" entwickelt. Das berufsbegleitende Qualifizierungsprogramm vermittelt alle wesentlichen Grundlagen sowie weiterführendes Praxiswissen für die erfolgreiche Arbeit im Lektorat von Verlags- und Medienhäusern.

Ein gelungenes Seminarprogramm zur theoretischen Aufarbeitung und Strukturierung der praktischen Arbeit. Zudem wird viel Raum für Ideen und Gedankenaustausch geboten.

Sabrina Janson, Nelson Verlag

Programmziel

Das Zertifikatsprogramm zeigt, wie sich die Zuständigkeiten von Lektoren und Produktmanagern in Zeiten des Digital Change verändert haben und welche Rolle sie heute im Unternehmen einnehmen. Dazu werden bewährte Projektmanagement-Tools und Kommunikationstechniken für die Arbeit im Lektorat ebenso vermittelt wie das Handwerkszeug für die Konzeption und Steuerung innovativer Print- und digitaler Medienprojekte.

Das Zertifikatsprogramm umfasst **5 Module**, die in 2- bis 3-tägigen Seminareinheiten erarbeitet werden. Die Teilnehmer können dabei, je nach Interesse, einzelne Schwerpunkte setzen.

Zielgruppe

Das anwendungsorientierte, praxisnahe Weiterbildungsprogramm richtet sich an (angehende) Lektoren und Produktmanager, die die wesentlichen Grundlagen ihrer täglichen Arbeit systematisieren wollen und sich weiterführendes Praxiswissen für die erfolgreiche Arbeit im Lektorat aneignen möchten.

Daten und Fakten im Überblick

Zertifikat	Lektor/Produktmanager		
Dauer	in der Regel 12 bis 24 Monate Die Seminare sollten innerhalb eines Zeitraums von ein bis max. zwei Jahren besucht werden.		
Aufwand	6 Seminare à 2 bis 3 Tage bzw. 130 Credit-Points		
Module	5 Module/Themenblöcke , die in 2- bis 3-tägigen Seminaren erarbeitet werden		
Startzeitpunkt	flexibler Beginn 2020 Die Kurse können in der von Ihnen gewünschten Reihenfolge und an den für Sie passenden Terminen besucht werden!		
Veranstaltungsort	München		
Gesamtpreis	€ 4.990,- (Mehrwertsteuer-befreit)		
Preisvorteil	bis € 1.180,- (gegenüber der Buchung der Einzelseminare) Hinweis: Rabatte können nicht kumuliert werden.		

Das Programm wird bei erfolgreicher Teilnahme mit dem Zertifikat "Lektor/Produktmanager" abgeschlossen, das die erworbene Qualifikation dokumentiert.



Themenschwerpunkte



Durch Absolvieren des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager"...

- lernen Sie die wichtigsten Instrumente für die Arbeit als Lektor/Produktmanager kennen.
- rfahren Sie, was gelungenes Projektmanagement im Lektorat ausmacht.
- gewinnen Sie Einblicke in die Herstellung und Gestaltung von Print- und digitalen Medien.
- Lernen Sie direkt anwendbare Methoden zur Entwicklung und Umsetzung von markt- und zielgruppenorientierten Programmen kennen.
- rfahren Sie, wie Sie Ihre Medienprojekte wirtschaftlich kalkulieren und planen können.
- erfahren Sie, welche Tools Sie dabei unterstützen, mit allen Beteiligten vom Autor bis zum externen Dienstleister – effizient zusammenzuarbeiten.
- ▶ lernen Sie die Grundlagen des Urheber- und Verlagsrechts für die Arbeit im Lektorat kennen.

Ihre Erfolgsfaktoren

- Hochqualifizierte Trainer aus Lektorat, Redaktion und Produktentwicklung
- Optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Aufgabenschwerpunkte im Lektorat ein Überblick von klassisch bis digital
- Individuelle Schwerpunktsetzung möglich
- Kollegiales und anspruchsvolles Seminarumfeld
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking
- Höchste Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte
- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- Flexibler Starttermin: Einstieg jederzeit möglich
- Teilnehmergebühren sind MwSt.-befreit
- Vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten



"LEKTOR/PRODUKTMANAGER"

Modul	Credit	Seminar	Seite	Termine
Überblick	30	Lektorat kompakt	89	23.03 25.03.2020
Projektmanagement	20	Projektmanagement für Lektoren	90	03.02. – 05.02.2020 bzw. 29.06. – 01.07.2020
		oder		
		Projektmanagement für digitale Medien	212	29.04. – 30.04.2020 bzw. 09.07. – 10.07.2020
		und		
		Professionelle Manuskriptarbeit	95	26.10. – 28.10.2020
	20	oder		
		Autorenmanagement	93	27.04. – 28.04.2020 bzw. 01.12. – 02.12.2020
BWL	20	Betriebswirtschaft für Lektoren und Produktmanager	97	25.05. – 26.05.2020
Digitales Publizieren	20	Produktentwicklung von digitalen Medien	144	22.01. – 23.01.2020 bzw. 15.06. – 16.06.2020
Herstellung und Gestaltung	20	Basiswissen Medienherstellung	192	27.01. – 28.01.2020 bzw. 29.06. – 30.06.2020
		oder		
		Grafik für Nicht-Grafiker	195	10.02. – 11.02.2020 bzw. 11.03. – 12.03.2020 bzw. 06.07. – 07.07.2020 bzw. 10.11. – 11.11.2020
Erforderliche Credit-Points insgesamt	130			

→ UNSER KOSTENLOSER BERATUNGSSERVICE

Interessenten haben die Möglichkeit, im Rahmen des Qualifizierungsprogramms **individuelle Schwerpunkte** zu setzen. Gerne beraten wir Sie unverbindlich in einem kostenlosen Info-Gespräch. So können wir auf Ihre persönliche Situation eingehen und Ihre Fragen zu den Seminarinhalten, zum Ablauf des Programms und zur Finanzierung beantworten. Nutzen Sie unsere persönliche Teilnehmerberatung im Vorfeld. Wir unterstützen Sie gerne bei der Auswahl der richtigen Weiterbildungsmaßnahmen.



BERATUNG UND ANMELDUNG Ihre Ansprechpartnerin für das Zertifikatsprogramm

Daniela Henneberger Tel.: +49 89 291953-45

E-Mail: daniela.henneberger@medien-akademie.de

DAS INHOUSE-PROGRAMM

Passgenaue und konsequente Qualifizierung für Unternehmen, Abteilungen und Teams

Inhouse-Trainings sind ein wichtiges Instrument gezielter Personal- und Organisationsentwicklung und entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit und eine erfolgreiche Zukunft von Unternehmen. Die Akademie der Deutschen Medien ist ein starker Partner für die systematische Qualifizierung von Mitarbeitern – mit individuellen und maßgeschneiderten Lösungen für einzelne Teams, Abteilungen oder die gesamte Organisation.

Wir entwickeln Inhouse-Programme, die den Zielen und Bedürfnissen unserer Kunden entsprechen – vom einstündigen Impulsvortrag bis zum mehrtägigen Training. Zu allen Themen aus unserem aktuellen Programm und weiteren Trendtopics bieten wir Vorträge und Seminare sowie Follow-ups an.

Dabei profitieren unsere Teilnehmer von unserem Methodenmix aus Theorie und Praxis sowie von Qualifizierungslösungen mit unmittelbarem Bezug zu ihrem Firmenalltag bzw. eigenen Aufgabenfeld. Ich fand die Schulung wirklich großartig, vom Dozenten über die Themen bis hin zur Arbeitsatmosphäre. Alles war super betreut und ich habe mich komplett abgeholt gefühlt.

Ophélia Voss, RedSeven Entertainment

Unsere Trainingsfelder

Management und Führung Produktmanagement und Lektorat Redaktion Digitale Medien Strategie- und Geschäftsmodell-Schreibwerkstatt, professionelle entwicklung, Digital Change Texterstellung, Texten fürs Web, Texten für Social Media, Werbetexten, ment, Führung und Leadership in Zeicrossmediale Content-Produktion, E-Learning **Marketing und Vertrieb** Social Media PR und Corporate Media Online-Marketing, SEO und Google Content Marketing, Corporate Ads, E-Mail- und Newsletter-Publishing, Unternehmens-Marketing, Data Management und kommunikation, Storytelling, Bewegtbild und Videos, PR- und Grafik, Design und Medien-Projekt- und Prozess-Medienrecht Persönliche Kompetenzen herstellung Bildrechte, Urheberrecht, Daten-Grafik für Nicht-Grafiker, Typografie schutzrecht, Social Media und Recht, Rechtsfragen in der Unternehmens-Gestaltungstrends von Print bis kommunikation digital

Nutzen Sie unsere Programm-Expertise aus über 400 Trainings und mehr als 4.500 Teilnehmern pro Jahr!

Unser Angebot für Personalentwickler und Führungskräfte

Sie haben Themen, die Sie gerne im unternehmensinternen Kreis bearbeiten möchten? Sie wollen alle Projektbeteiligten auf ein Kompetenzniveau bringen, rasch und möglichst kostensparend? Sie denken über ein kompaktes Führungskräfteprogramm nach?

- Wir beraten Sie in allen Fragen der Personalentwicklung und Weiterbildung und begleiten Sie bei der Umsetzung von Strategiebausteinen und Change-Prozessen.
- Ob Einzeltrainings oder langfristige Programme wir entwickeln die passenden Maßnahmen für die gezielte Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter und Führungskräfte aus einer Hand.
- Wir stellen Ihnen spezialisierte Trainer zur Seite, die Teamentwicklungen, Workshops oder Einzelcoachings flexibel und praxisnah umsetzen.
- Wir bieten Ihnen unternehmensintern durchgeführte Zertifizierungsprogramme und organisieren Mitarbeiterbefragungen.
- Wir finden individuelle und innovative Lösungen für jede PE-Aufgabe und fast jedes Budget.

Unser Service

BERATUNG UND BEDARFSANALYSE KONZEPT-ENTWICKLUNG AUSWAHL SPEZIALISIERTER TRAINER FULL-SERVICE-ORGANISATION DES SEMINARS

EVALUATION UND QUALITÄTS-SICHERUNG

Ihre Erfolgsfaktoren

Individualität

Wir entwickeln Trainingskonzepte, die auf die Ziele und Prozesse in Ihrem Unternehmen zugeschnitten sind.

Flexibilität

Seminare und Workshops, Follow-ups und Einzelcoachings, Vorträge und E-Learning – wir bieten Ihnen das passende Schulungsformat für den aktuellen Weiterbildungsbedarf Ihrer Mitarbeiter und stimmen Termine und Ablauf der Maßnahmen individuell mit Ihnen ab

Expertise

Wir arbeiten mit einem Trainerpool aus über 500 Medien- und Digitalfachleuten, Beratern und Organisationsentwicklern zusammen, die langjährige Erfahrung aus dem Media- und Digitalbusiness sowie als Speaker und Coach mitbringen.

MEHR INFORMIEREN: www.medien-akademie.de/inhouse



Visionär, inspirierend und informativ – Keynotes und Impulsvorträge von Top-Speakern

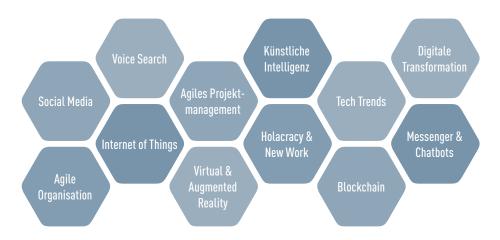
Mitarbeiter über die neuesten Digitaltrends informieren, Kunden vom eigenen Unternehmen überzeugen oder inspirierende Extras auf dem eigenen Firmenevent anbieten – wir planen und organisieren Vorträge von Experten und erfahrenen Rednern nach individuellem Bedarf.

- Ob für Mitarbeiter oder Kunden, eine Firmenveranstaltung, die Mitgliederversammlung oder das Unternehmensjubiläum – als Dienstleister für Managed Events beraten wir Unternehmen bei der Themenfindung und Programmplanung ihrer Events.
- Wir haben Ziel und Anlass der jeweiligen Veranstaltung im Blick und vermitteln die geeigneten Speaker.

Die flexible Gestaltung und perfekte Organisation durch die Medienakademie hat uns sehr überzeugt. Die Referenten unterstrichen ihr fachliches Know-how mit anschaulichen Beispielen aus der Praxis.

Britta Hölzer, Allianz Deutschland

Unsere Trendthemen



Wie erhofft, habe ich durch die Seminarteilnahme einen kurzweiligen, verständlichen und für den Arbeitsalltag relevanten Überblick über die Thematik im Allgemeinen und Besonderen erhalten.

Lotte Kerls, Mediengruppe RTL Deutschland

Allein im letzten Jahr haben 1.500 Teilnehmer

in 150 Inhouse-Seminaren auf die Medienakademie vertraut!



Kunden, die unseren Inhouse-Service schätzen

































westermann GRUPPE

Unser Anspruch: Maßgeschneiderte Lösungen für Ihr Unternehmen!

Das Inhouse-Team der Akademie

Nutzen Sie die Gelegenheit zu einem unverbindlichen Erstgespräch und lassen Sie sich von uns beraten. Wir klären mit Ihnen Inhalte, Umfang, Dauer und Ziele der geplanten Veranstaltung und erarbeiten mit Ihnen und unseren Experten eine auf Ihr Haus zugeschnittene Qualifizierungslösung. Profitieren Sie von unserer Expertise in der Personal- und Organisationsentwicklung und kontaktieren Sie uns!



Tina Findeiß Beratung

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de



Ann-Christin Gritto
Beratung, Veranstaltungsmanagement

Tel.: +49 89 291953-51

E-Mail: ann-christin.gritto@medien-akademie.de



Annika Geese Veranstaltungsmanagement Tel.: +49 89 291953-63

E-Mail: annika.geese@medien-akademie.de

DAS E-LEARNING-ANGEBOT

Auf den Punkt, kostengünstig, hocheffizient und flexibel – E-Learning bietet viele Vorteile und ist eine sinnvolle Ergänzung zu Präsenztrainings und anderen Lernformen. Die Teilnehmer können Inhalte direkt vom eigenen PC oder Smartphone abrufen und bestimmen ihr Lerntempo selbst. Heute sind in allen (Medien-)Branchen regelmäßige Wissens-Updates essenziell, um mit der fortschreitenden Digitalisierung Schritt halten zu können. Hier bietet sich E-Learning für kurzfristige, kompakte Trainingsmaßnahmen zu aktuellen Themen an. Bei allen unseren E-Learning-Angeboten bringen wir unsere fundierte Branchenexpertise mit ein und entwickeln – auf Wunsch auch speziell für unsere Kunden – passgenaue Lerninhalte.

Die Webinare - Wissens-Update in kompakter Form

Die Webinare der Akademie sind kompakte Lerneinheiten von etwa 45 bis 60 Minuten, die online übertragen werden. Im Live-Chat haben die Teilnehmer die Möglichkeit, dem Referenten Fragen zu stellen und mit ihm zu diskutieren. So können z. B. einzelne Aspekte eines Seminarthemas punktuell vertieft, Follow-up-Termine zu Inhouse-Seminaren oder Live-Coachings mit unseren Trainern effizient umgesetzt werden.

Ihre Erfolgsfaktoren

- Kompakter, aktueller Überblick zu einem Thema
- Selbstbestimmtes, zeit- und ortsunabhängiges Lernen, zeitsparend und kostengünstig
- Hochqualifizierte Experten aus der Praxis
- Aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit

Blended Learning-Programme - als Inhouse-Angebot

Blended Learning						
Med	lien	Methoden				
offline	online	Selbstlernen	Präsenzunterricht			
Print	WBT (Web-based Trainings)	Ferntutoring	Vortrag			
Lernvideos	Webinare	Übungen	Diskussion			
	E-Lectures	Praxisprojekte	Gruppenarbeit(en)			
	E-Mail & Chats		Aufgaben			
	Video-Konferenz					
	Online-Classroom					

Im **Blended Learning** kommen unterschiedliche Lernelemente zum Einsatz – etwa Präsenztraining, Webinare, Lernvideos oder Selbstlernmaterialien – die sich gegenseitig ergänzen. Beim **klassischen Präsenztraining** steht der Austausch zwischen Teilnehmern und Referent im Mittelpunkt. Hier können Inhalte mit hohem **Praxisbezug** optimal vermittelt und geübt werden. **E-Learning-Inhalte** können direkt vom eigenen Rechner oder Smartphone aus genutzt werden. Dadurch können z. B. auch kurze Follow-up-Webinare mit geringem Organisationsaufwand durchgeführt werden. Blended-Learning-Programme laufen über einen längeren Zeitraum, im Schnitt etwa drei Monate. Die Teilnehmer beschäftigen sich kontinuierlich mit dem Thema und werden während des Programms von einem Trainer begleitet, der ihre individuellen Fragen beantwortet. Dadurch wird eine höhere Nachhaltigkeit des Lernerfolgs gewährleistet.

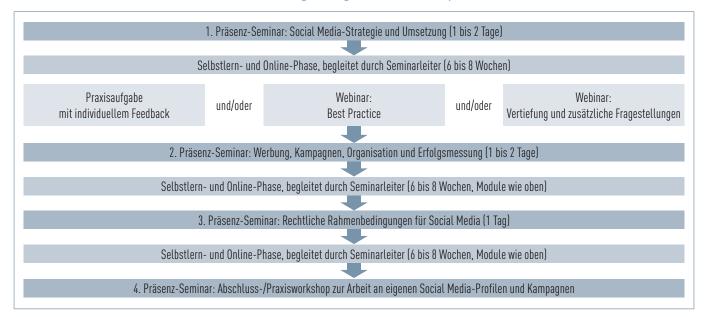
Erfolgsfaktoren für den optimalen Praxistransfer

- Selbstlernen: E-Learning, Arbeitsaufgaben oder Austausch in Foren – individuell und flexibel
- **Präsenzlernen:** Gemeinsame praktische Projektarbeit im Austausch mit Experten
- Lernbegleitung durch den Trainer: Motivation und fachliche Unterstützung über die gesamte Projektdauer

Blended-Learning-Programm "Social Media Manager"

Unser Zertifikatsprogramm "Social Media Manager" bieten wir auch als Blended-Learning-Programm für Firmenkunden an. Der Intensivkurs vermittelt in mehreren Präsenz- und Online-Modulen die wesentlichen Kompetenzen für ein professionelles Social Media Management. In drei Präsenzmodulen werden die wesentlichen Themenblöcke erarbeitet. Zwischen den Präsenzterminen bekommen die Teilnehmer Praxisaufgaben zur selbstständigen Bearbeitung. Außerdem finden ergänzende Webinare statt. Die Selbstlern- und Webinar-Inhalte können dabei individuell auf den Bedarf der Teilnehmer und das Lernziel im Unternehmen abgestimmt werden. Im abschließenden eintägigen Praxisworkshop werden alle Themen des Programms noch einmal aufgegriffen und durch die Arbeit an Praxisbeispielen vertieft.

Zeitlicher Ablauf des Blended-Learning-Programms (Beispiel)



Praxisaufgaben

Um das erlernte Know-how aus den Präsenzterminen weiter zu verankern und einen optimalen Praxistransfer zu sichern, werden mehrere Praxisaufgaben (die Anzahl ist optional) an die Teilnehmer vergeben. Die Aufgabenstellungen können beim Seminarleiter zur Auswertung und Analyse eingereicht werden. Der Seminarleiter gibt (außerhalb der Schulungstermine) individuelles Feedback dazu.

Webinare

Als inhaltliche Impulse werden zwischen den Präsenzterminen Webinar-Sessions durchgeführt (Dauer: je ca. 90 Minuten, die Anzahl ist optional). Dies können zum Beispiel Best-Practice-Vorträge sein, in denen Social Media-Verantwortliche aus Unternehmen ihre Strategie und ihren Unternehmensauftritt auf verschiedenen Kanälen vorstellen. Oder es können in den Webinaren zusätzliche Fragestellungen und Anwendungsvertiefung gemeinsam mit dem Seminarleiter erarbeitet werden. Die Gestaltung wird spezifisch an die Bedürfnisse der Teilnehmer angepasst.

Sie möchten den nachhaltigen Erfolg Ihrer Inhouse-Schulungen sichern? Sie wünschen sich nach einem Präsenztraining einen Check-up durch den Trainer mit geringem Zeit- und Kostenaufwand? Sie möchten für Ihre interne Weiterbildungsplattform digitale Lerninhalte zu Publishing-Themen produzieren?

Auf Wunsch entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen Blended-Learning-Konzepte für Ihren Bedarf oder vermitteln Ihnen die passenden Trainer für Ihre eigenen E-Learning-Projekte.



BERATUNG UND ANMELDUNG
Ihre Ansprechpartnerin für E-Learning

Ann-Christin Gritto Tel.: +49 89 291953-51

E-Mail: ann-christin.gritto@medien-akademie.de

KONFERENZEN DER AKADEMIE

Publisher werden zu Unternehmen – Unternehmen zu Publishern



Innovationsforum und Begleiter im Wandel

Die Akademie der Deutschen Medien veranstaltet jährlich rund 15 Konferenzen für das Medien- und Digitalbusiness. Die Veranstaltungen der Akademie sind viel geschätzte Plattformen, wenn es darum geht, den fachlichen Austausch zu aktuell relevanten Themen zu fördern und Business-Netzwerke zu etablieren.



Von der Vision zur Strategie

Aktualität, fachliche Qualität und Praxisnähe stehen auf unseren Konferenzen an erster Stelle: Alle Speaker sind Entscheidungsträger und Experten aus unterschiedlichen Industriezweigen, Wissenschaft und Forschung, die das Digital- und Medienbusiness aktiv mitgestalten. Unsere Teilnehmer profitieren von visionären Keynotes, Out-of-the-box-Impulsen und Best Practice-Vorträgen sowie interaktiven Workshop-Sessions.



MM Expertise und Vernetzung

Hochkarätige Referenten treffen auf ein qualifiziertes Publikum aus Führungskräften und Entscheidern, Innovatoren und Praktikern – die beste Voraussetzung für die Entstehung neuer Ideen, branchenübergreifender Netzwerke und wertvoller Kooperationen.

KONFERENZEN 2020 (AUSWAHL)

HR FUTURE DAY | 17. MÄRZ

Von Future Work und Personal Development über Innovationsmanagement bis hin zu Employer Branding – neue Perspektiven

PRAXISTAG SOCIAL MEDIA | 26. MÄRZ

MEDIEN UND RECHT DIGITAL | 30. JUNI

KINDERMEDIENKONGRESS | 13. NOVEMBER

Themen-, Produkt- und Markenwelten von Kindern und Jugendlichen – Überblick über die aktuellen Trends aus der Medienbranche. Welche Storytelling-Strategien und -Kampagnen sprechen die junge Zielgruppe an?

CORPORATE LEARNING-KONFERENZ | 17. NOVEMBER

Corporate Learning die digitale Transformation fördern? Welche

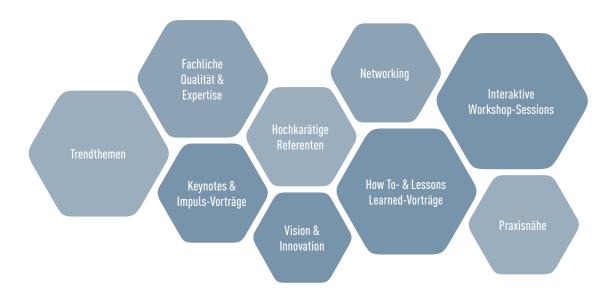
ZUKUNFTSFORUM ZEITSCHRIFTEN | 3. DEZEMBER

AKTUELLE TERMINE UND WEITERE INFORMATIONEN UNTER:

www.medien-akademie.de/konferenzen

EINE INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

Bleiben Sie auf dem neuesten Stand. Vernetzen Sie sich.



Sie profitieren von ...

- der Expertise nationaler und internationaler Speaker aus dem Digital- und Medienbusiness.
- dem direkten Austausch mit Wissenschaftlern sowie dem Top-Management der Medien- und Agenturbranche.
- Trend-Impulsen, Strategie-Know-how und Learnings zu aktuellen Themen rund um das Media Business der Zukunft.
- intensivem Networking und inspirierendem Austausch in den exklusiven Räumlichkeiten des Literaturhauses München.

Impressionen, Bilder, Eindrücke



DIE ABENDGESPRÄCHE

Informativ. Inspirierend. Persönlich

Die Abendgespräche der Akademie der Deutschen Medien und der Design Offices geben intensive Einblicke in die neuesten Trends und Entwicklungen rund um Content Marketing, Social Media und agiles Projektmanagement. Die Teilnehmer profitieren von den innovativen Impuls- und Best Practice-Vorträgen unserer Top-Speaker sowie von branchenübergreifendem Networking bei Drinks und Fingerfood in den außergewöhnlichen Locations in ganz Deutschland.

Agil sein – aber wie?
Wie Sie Ihr Team, einen
Bereich oder das ganze
Unternehmen agil

Virtual Reality und 360-Grad-Videos Innovative Bewegtbild-Konzepte für erfolgreiches Content Marketing Big Data & Predictive Analytics
Kundendaten analysieren und
zielgerichtet einsetzen

Facebook, WhatsApp, Instagram & Co.Social Media in der Corporate Communication

Instagramer, YouTuber & Blogger
Influencer Marketing für mehr
Bekanntheit, Reichweite und
Conversions

Fake News, Fake
Follower, Fake was?
Was Fake News sind,
wie sie sich verbreiten
und wie man sie
aufdeckt

LOVE BRANDS or A brand like a friend Markenbildung und Emotional Branding für Unternehmen

Der Kunde im Fokus Trends, Fallbeispiele und Learnings für kundenzentrierte Online Shops und E-Commerce-Proiekte

Hochkarätige Speaker, Top-Locations, intensives Networking – deutschlandweit an Standorten wie München, Köln, Berlin, Hamburg ...



KOOPERATIONEN UND MANAGED EVENTS

Erlebnisse schaffen. Kunden binden. Netzwerk erweitern

Planung, Organisation und Durchführung in einer Hand – Profitieren Sie von mehr als 25 Jahren Veranstaltungserfahrung

Möglichkeiten für Partner und Sponsoren

Sie sind auf der Suche nach einer Event-Plattform, um Ihr Unternehmen und Ihr Angebot einem hochkarätigen Publikum zu präsentieren?

Werden Sie Kooperationspartner unserer Konferenzen!

Sie wollen Ihre Kunden und Partner mit einem individuell konzipierten Event, fachlicher Qualität und erstklassigen Speakern erreichen?

Profitieren Sie von unserer Expertise und Vernetzung für Ihr Managed Event!

Unsere Konferenzen und Managed Events in den exklusiven Räumlichkeiten des Literaturhauses München schaffen den passenden Rahmen für Ihren individuellen Bedarf. Gerne machen wir Ihnen ein persönliches Angebot, das speziell auf Ihre Anforderungen an Programm, Speaker und den Event-Rahmen zugeschnitten ist.

Ihre Vorteile ...

- direkter Zugang zu Ihrer Zielgruppe durch die Präsentation Ihrer Produkte und Angebote sowie Ihres Unternehmens auf unseren Konferenzen.
- Steigerung Ihres Bekanntheitsgrades und Leistungsspektrums durch Print-, Online- und Social Media-Werbung über die Kanäle der Akademie.
- persönlicher Austausch und Networking mit Führungskräften und Entscheidern auf den Veranstaltungen der Akademie.

Unsere Partner aus der Medien- und Digitalbranche sind u.a.





















Ihre Ansprechpartnerin für Konferenzen, Abendgespräche und Managed Events

Leonie Rouenhoff Tel.: +49 89 291953-55

E-Mail: leonie.rouenhoff@medien-akademie.de



DAS TEAM DER AKADEMIE

GESCHÄFTSFÜHRUNG



Bernd Zanetti Geschäftsführung Tel.: +49 89 291953-61 E-Mail: bernd.zanetti@medien-akademie.de





Tina Findeiß
Leitung Offenes Programm und Inhouse
Tel.: +49 89 291953-64
E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Leonie Rouenhoff

Susanne Rauscher



Leitung Konferenzen Tel.: +49 89 291953-55 E-Mail: leonie.rouenhoff@medien-akademie.de



Dr. Johanna PlatterProgramm-Managerin
Tel.: +49 89 291953-56
E-Mail: johanna.platter@medien-akademie.de



Programm-Managerin Tel.: +49 89 291953-65 E-Mail: susanne.rauscher@medien-akademie.de



Josephine Kramer-Schulze Junior Programm-Managerin Tel.: +49 89 291953-54 E-Mail: josephine.kramer@medien-akademie.de

MARKETING UND BERATUNG



Daniela Henneberger Leitung Marketing und Online-Projekte Tel.: +49 89 291953-45 E-Mail: daniela.henneberger@medien-akademie.de



Koordination Sponsoring und Kooperationen, Marketing-Managerin Tel.: +49 89 291953-32

Monika Wilkonski

E-Mail: monika.wilkonski@medien-akademie.de



Tanja Ponzer
Junior Marketing-Managerin
Tel.: +49 89 291953-60
E-Mail: tanja.ponzer@medien-akademie.de



Dominique Waizenegger
Junior Marketing-Managerin
Tel.: +49 89 291953-62
E-Mail: dominique.waizenegger@medien-akademie.de



Hannah Wolf
Junior Marketing-Managerin
Tel.: +49 89 291953-57
E-Mail: hannah.wolf@medien-akademie.de

VERANSTALTUNGSMANAGEMENT



Patrizia Loacker
Leitung Veranstaltungsmanagement,
Assistenz der Geschäftsführung
Tel.: +49 89 291953-47
E-Mail: patrizia.loacker@medien-akademie.de



Tabea Flick
Senior Veranstaltungsmanagerin
Tel.: +49 89 291953-44
E-Mail: tabea.flick@medien-akademie.de



Annika Geese Junior Veranstaltungsmanagerin Tel.: +49 89 291953-63 E-Mail: annika.geese@medien-akademie.de



Isabel Rank Junior Veranstaltungsmanagerin Tel.: +49 89 291953-52 E-Mail: isabel.rank@medien-akademie.de



Ann-Christin Gritto
Projektmanagerin Inhouse-Veranstaltungen
Tel.: +49 89 291953-51
E-Mail: ann-christin.gritto@medien-akademie.de



AKADEMIE DER DEUTSCHEN MEDIEN

Salvatorplatz 1 • 80333 München • Tel.: +49 89 291953-0 • Fax: +49 89 291953-69 • E-Mail: info@medien-akademie.de • www.medien-akademie.de



(Medien-)Unternehmen zu leiten und Abteilungen zu führen setzt spezifische Management- und Leadership-Skills voraus – vor allem in Zeiten digitalen Wandels. Unsere Management-Seminare richten sich an Nachwuchsführungskräfte und Entscheider, die ihre Managementkompetenzen ausbauen und auffrischen wollen. Vermittelt werden Strategien und Methoden für die zielgerichtete und zeitgemäße Steuerung von Unternehmen, Bereichen und Projekten.

AUF EINEN BLICK

MANAGEMENT - PRUGRAMM • Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen I + II - Ein Intensivkurs mit Zertifikat Modul I: 27.01 31.01.2020 und Modul II: 29.06 03.07.2020
• Business Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat ☐ Termin 1: 24.02. – 28.02.2020 bzw. Termin 2: 13.07. – 17.07.2020
BWL UND CONTROLLING ■ BWL kompakt - Ein Intensivkurs mit Zertifikat Termin 1: 17.02 20.02.2020 bzw. Termin 2: 17.08 20.08.2020
101111111111111111111111111111111111111

FÜHRIING

1 0111/0110	
 Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag Termin 1: 02.03. – 04.03.2020 (München) bzw. 	
Termin 2: 08.09. – 10.09.2020 (Hamburg)	54
 Neu als Führungskraft – Mitarbeiter souverän und 	
partnerschaftlich führen	
Termin 1: 11.02. – 12.02.2020 (Köln) bzw.	
Termin 2: 23.06. – 24.06.2020 (München) bzw.	
Termin 3: 29.09. – 30.09.2020 (Frankfurt a. M.)	55
Führen ohne Vorgesetztenfunktion	
Termin 1: 21.04. – 22.04.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 27.08 28.08.2020 (Berlin) bzw.	
Termin 3: 07.12. – 08.12.2020 (München)	56
 Positive Leadership – Stärkenorientiert führen, Mitarbeiter motivieren 	
Termin: 21.04. – 22.04.2020	57
Achtsam führen und motivieren –	
So bleiben Sie und Ihr Team gesund und leistungsfähig ⊙	
Termin: 02.03. – 03.03.2020	59
Erfolgreiche Steuerung von Teams und Gruppen –	
Potenziale stärken, Zusammenarbeit optimieren	
Termin: 13.07. – 14.07.2020	60
 Agil führen – Führen in Zeiten der Veränderung 	
Termin: 14.05. – 15.05.2020	61

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de



BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Dr. Johanna Platter Tel.: +49 89 291953-56

E-Mail: johanna.platter@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen I + II

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Das Führen eines Verlags erfordert heute nicht mehr nur Fachwissen, BWL- und Führungskompetenzen, sondern auch fundierte Kenntnisse über neue Märkte, innovative Technologien und das Kundenverhalten in digitalen Zeiten. Gerade in leitender Position kommt es zudem auf ein Verständnis für das Zusammenspiel aller Abteilungen an: Vom Programm zum Marketing, von Vertrieb & Sales bis zum Controlling. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung aller Verlagsbereiche und Geschäftsprozesse befasst sich das Intensivseminar daher mit allen für Sie relevanten Business-Themen im innovativen Medienhaus: Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung, BWL und Unternehmensführung, Digital Publishing und Online Marketing sowie Leadership- und Kommunikationskompetenzen.

Die Akademie der Deutschen Medien bietet dieses Qualifizierungsprogramm seit vielen Jahren an. In der Verlags- und Medienbranche wird es als wichtiges Forum für Nachwuchskräfte gesehen. Viele Führungskräfte haben das Seminar in einer entscheidenden Phase ihrer Karriere besucht, sodass sich ein enges Netzwerk ehemaliger Teilnehmer etabliert hat.

SEMINARZIEL

Das Seminar vertieft und erweitert Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten der Unternehmens- und Mitarbeiterführung in Verlagen – im klassischen Print- sowie im E-Business. Sie erhalten Einblick in die Vernetzung der einzelnen Verlagsressorts, von der Produkterstellung bis zur (digitalen) Vermarktung und Verwertung. Sie lernen Möglichkeiten und neue Geschäftsmodelle kennen, die sich durch die Digitalisierung und innovative Technologien für Medienhäuser ergeben.

Dieses intensive Qualifizierungsprogramm entspricht den komplexen Erwartungen, die an Sie als Führungskraft in Zeiten der digitalen Transformation gestellt werden. Nach erfolgreicher Teilnahme schließen Sie es mit dem Zertifikat "Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen" ab, das die erworbene Zusatzqualifikation dokumentiert.

THEMEN

Strategische Unternehmensführung

- Strategieentwicklung und Instrumente der strategischen Planung
- Markterweiterung durch Digitalisierung und Digital Media
- Business Model Innovation und digitale Geschäftsmodellentwicklung

Programm

- Strategische Programmplanung: Zielgruppen, Positionierung, Profil, Produkte
- E-Publishing und digitale Medien: Aktuelle Strategien, Techniken und Trends

Finanzielle Führung und Controlling

- Planung, Bewertung, Report und Steuerung im Controlling
- Betriebswirtschaft im Medienunternehmen
- Kalkulation, Deckungsbeitrag und Kostenrechnung
- Grundlagen zum Jahresabschluss
- Kennzahlen und Einführung in die Investitionsrechnung

Organisation, Workflow- und Prozessmanagement

- Prozessmanagement als Führungsaufgabe
- Unternehmensziele, Produktstrategien und wie sie mit Prozessmanagement zusammenhängen
- Prozesse analysieren und optimieren
- Digitale Transformation und Change Management
- Agiles Projektmanagement Ein Ausblick

Marketing und Sales

- Strategisches Marketing und Vertrieb in Zeiten des "digital change"
- Bausteine des (digitalen) Marketings
- Produkt-, Brand- und Handelsmarketing
- Online-Marketing und Social Media

Führung und Präsentation

- Führungstraining kompakt
- Aktivierende Leadership-Gespräche (Zielvereinbarungen, Feedback, Mitarbeiterentwicklung, Konfliktlösungen)
- Führungswerkzeuge und ihre Umsetzung
- Präsentationstraining

Rechtliche Grundlagen im Medienhaus

- Urheber- und Verlagsrecht
- Rechtsfragen im Digitalgeschäft

Wann immer ich in meinem Berufsleben einen Business-Plan erstellen muss: Die Vorlage hierzu haben wir bereits im Seminar erarbeitet.

Marianne Rübelmann, Geschäftsführerin, Verlagsgruppe Beltz

IM ZERTIFIKATSKURS "FÜHRUNGSAUFGABEN IN VERLAGEN UND MEDIENUNTERNEHMEN" ...

- erwerben Sie die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Grundlagenkenntnisse und ein gutes Verständnis für die Steuerung eines Medienunternehmens.
- erhalten Sie Einblick in die Vernetzung der einzelnen Ressorts, von der (digitalen) Produkterstellung bis zur Vermarktung und Verwertung.
- lernen Sie neue Ansätze der digitalen Geschäftsmodellentwicklung kennen.
- haben Sie die Möglichkeit, Führungskompetenz aufzubauen und die intensive Seminararbeit für den Aufbau eines persönlichen Netzwerks mit Kollegen und Branchenkennern zu nutzen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompaktes Führungs- und Managementwissen in 2 x 5 Seminartagen
- Zuschnitt aller Inhalte auf die Praxis in Verlags- und Medienhäusern
- Vermittlung durch erfahrene Dozenten und Publishing-Experten
- kollegiales und anspruchsvolles Seminarumfeld, begrenzte Teilnehmerzahl
- Netzwerken mit Teilnehmern. Dozenten und Gästen

METHODEN

Der unmittelbare Bezug zur Praxis in Verlags- und Medienhäusern steht im Vordergrund. Profilierte Fachleute aus der Branche referieren zu zentralen Themen der Unternehmensführung. Dies geschieht im Wechsel von theoretischem Input, Vorträgen, Einzel- und Gruppenübungen sowie der praktischen Arbeit an konkreten Fallbeispielen.

ZIELGRUPPE

Nachwuchsführungskräfte, angehende Manager, Projekt- und Teamleiter sowie Mitarbeiter aus Verlagen und Medienhäusern, die bereits in führender Position (Management, Lektorat/Produktmanagement, Marketing, Vertrieb, Herstellung, E-Business) tätig sind oder in Kürze eine Führungsaufgabe übernehmen sollen. Alle Führungskräfte, die ihr Wissen in den Bereichen Medienmanagement, Leadership sowie Digitalisierung und Marketing systematisieren wollen.

Jeder einzelne Inhalt dieses Seminars war sehr interessant für mich. Ich habe meinen Einblick in die Verlagsarbeit vertiefen können und die Auswahl der Referenten war sehr gut getroffen. Das Seminar werde ich weiterempfehlen.

Angela Hübl, Bereichsleiterin Service, KETTELER-Verlag

Das Seminar hat sich für mich gelohnt. Es hat Wissen über die Verlagsbranche und intensive Kontakte zu Berufskollegen vermittelt. Prädikat: sehr empfehlenswert.

Dr. Volker Tausch, RWS Verlag

77

Unverzichtbares Rüstzeug für die vielfältigen Führungsaufgaben in Verlagen! In dieser geballten Form meines Wissens nach einzigartig in Deutschland.

Sven Krantz-Knutzen, Program Manager, Content Solutions, Wolters Kluwer Deutschland



Seminarleitung:
Christian Hoffmeister, Geschäftsführender Gesellschafter,
DCI-Institute

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.: Dr. Marco Behrmann, Dr. Christoph Grau, Dr. Dorothea Hennessen, Klaus Kluge, Dr. Christian Kopp, Werner Pehland, Dr. Martin Schippan, Dr. Gunther Schunk, Dr. Martina Steinröder

Das Seminar besteht aus zwei Teilen von je fünf Tagen:

Modul I: 27.01. - 31.01.2020 Modul II: 29.06. - 03.07.2020

Die Anmeldung ist nur für beide Teile gemeinsam möglich.

Tagungsort Alter Wirt in München Teilnehmer: max. 22 Preis: € 1.695,- pro Modul

Unterbringungs-, Verpflegungs- und Reisekosten sind von den Verlagen bzw. den Teilnehmern zu tragen.

Seminar-Nr.: 110087 (Modul I), 110088 (Modul II)

Mit Besuch dieses Seminars erwerben Sie das Zertifikat "Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen". Bei einer weiterführenden Qualifizierung zum "Verlagsmanager" oder zum "Digital Media Manager" werden Ihnen außerdem 100 Credit-Points angerechnet. Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 18 – 20 bzw. 21 – 23.

Business Development Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Disruptive Geschäftsmodelle verändern ganze Märkte, von Uber bis wearables, von WhatsApp bis Tesla. So ist die Weiterentwicklung bestehender und die Erschließung neuer Geschäftsfelder für alle Unternehmen zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden.

Das Know-how von Business Development Managern ist hierbei unverzichtbar. Sie analysieren neue Märkte und veränderte Kundenbedürfnisse, entwickeln auf dieser Basis Geschäftsideen und setzen sie ziel- und ergebnisorientiert um. Wesentlich ist dabei nicht nur ein Gespür für Produkt- und Vermarktungstrends im jeweiligen Business, sondern auch der sichere Einsatz von Management-Methoden – von der Business Model Generation bis hin zu Innovationsstrategien.

Der Intensivkurs der Akademie setzt genau hier an und vermittelt die wichtigsten Methoden der Geschäftsmodell- und digitalen Portfolioentwicklung. So werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, neue Geschäftsfelder für ihre Häuser zu identifizieren, zu bewerten und Schritt für Schritt zu erschließen.

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die wesentlichen Methoden und Tools, die Business Development Manager heute benötigen. Die Teilnehmer erfahren, wie sie die (digitalen) Strategien ihrer Unternehmen weiterentwickeln und vor allem in digitalen Märkten systematisch neue Geschäftsfelder erschließen können.

THEMEN

1. Tag Rolle und Aufgaben von Business Development Managern

Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung

- Analyse: Die Tragfähigkeit des eigenen Geschäftsmodells und anderer (digitaler) Geschäftsmodelle am Markt
- Vom Kunden zur Idee zum Geschäftsmodell
- Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen

2. Tag Von der Idee zum tragfähigen Modell – Die Umsetzung

- Praktische Anwendung von Tools und Techniken zur Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen
- Planspiel: Erarbeiten eines Business-Modells

3. Tag Business-Planung – (Digitale) Geschäftsideen testen

- Abschätzung von Kundennutzen und Bedarf
- Standortbestimmung im Wettbewerb mit Google und Internet-Start-ups
- Tools und Methoden der Ideengenerierung, -bewertung und -umsetzung, wie z. B. Business Model Canvas
- Instrumente zur Potenzial- und Risikoabschätzung
- Minimum Viable Product-Ansatz
- Kundenorientierte Produktentwicklung

Erarbeitung eines Business-Plans

- Elemente: Executive Summary, Finanz-, Marketing- und Realisierungsplan, Chancen- und Risikoabwägung
- Best Practices aus dem Start-up-Umfeld
- Erfolgsfaktoren und Finanzierung eines Business-Plans
- Präsentation des Business-Plans: Winning the Pitch

4. Tag Innovationsmanagement

- Wie entwickelt man Innovationen?
- Methoden im Überblick: Design Thinking, Co-Creation, Open Space, Crowdsourcing

Führungstools für Business Development Manager

- Steuerung von Projektteams
- Agiles Projektmanagement: Scrum-Prozess, Kanban-Board
- Change Management

5. Tag Technologie-Check

- Technologie-Update: Know-how für Business Developer
- Beurteilung von neuen Technologien
- Von Augmented Reality bis iBeacon: Trends, ihre Bewertung und ihre Folgen

Ergebnissicherung und Zusammenfassung

IM ZERTIFIKATSKURS "BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie neue Geschäftsfelder identifizieren, bewerten und testen.
- wie Sie einen Business-Plan erarbeiten und präsentieren oder prüfen.
- welche Tools und Techniken Business Development Manager heute benötigen.
- wie Sie neue Technologien beurteilen und einsetzen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten aus dem Digital- und Media-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop Die Teilnehmer erarbeiten im Kursverlauf ein eigenes Business-Modell und setzen das Gelernte auf diese Weise unmittelbar in die Praxis um. Weiter haben sie Möglichkeit, Fragestellungen und Beispiele für Geschäftsideen ins Seminar mitzubringen und diese zu besprechen.

Eine Woche raus aus dem Alltag und neue Perspektiven gewinnen: spannende Referenten, angeregte Diskussionen mit den Teilnehmern und ein gut aufgelegter, kompetenter Moderator. Das hat sich gelohnt.

Joachim Höper, Geschäftsleitung, wbv Media

ZIELGRUPPE

Fach- und Nachwuchsführungskräfte, Team- und Projektleiter, vor allem aus den Bereichen Management, E-Business, Digital Media, Produktentwicklung, Redaktion und Marketing, sowie alle, die sich einen kompakten Überblick über die Entwicklung neuer und die Überprüfung bestehender Geschäftsmodelle verschaffen wollen.



Seminarleitung: Dr. Harald Henzler, Geschäftsführer, smart digits

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.: Samuel Ju, Gründer und Gesellschafter, Repetico und Legalhead Dr. Benedikt Köhler, d.core Tobias Streitferdt, Holtzbrinck Buchverlage Tobias Zumbült, Experte für digitale Geschäftsmodelle

Termin 1: 24.02. - 28.02.2020 Termin 2: 13.07. - 17.07.2020 Tagungsorte in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 110090 (Termin 1) bzw. 110091 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Business Development Manager". Außerdem ist er Bestandteil der Zertifikatsprogramme "Verlagsmanager" und "Digital Media Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 18 – 20 bzw. 21 – 23.

Digital Innovation Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



In Zeiten immer stärkeren Wettbewerbs, neuer digitaler Technologien und immer kürzerer Innovationszyklen stehen Unternehmen aller Branchen zunehmend unter Druck, neue und innovative Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zu entwickeln. Doch damit Ideen nicht nur Ideen bleiben, bedarf es eines systematischen Innovationsmanagements. Denn nur wenn im Unternehmen Innovationsprozesse eingeführt, gelebt und begleitet werden – von der Bewertung von Trends über die Konzepterstellung bis hin zur Implementierung neuer Workflows – kann die Innovationskraft nachhaltig steigen. Wie also spüren Sie Business-Chancen und neue Technologien systematisch auf und identifizieren so neue Wachstumsfelder? Wie können Sie im Team neue Ideen generieren, erfolgsversprechende Innovationskonzepte aufstellen und deren Marktpotenzial prüfen? Was fördert eine positive Innovationskultur im Unternehmen? Und wie können Sie alle Beteiligten aktiv durch den Innovationsprozess führen – vom Mitarbeiter bis zur Führungskraft?

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt das Handwerkszeug und die zentralen Methoden für die systematische Umsetzung und Steuerung von Innovationen im Unternehmen – von der Trendanalyse über Design Thinking und Business Model Innovation bis hin zu Strategien des Change Managements. Die Teilnehmer erfahren, wie sie als Digital Innovation Manager künftig die Entwicklung und Realisierung innovativer Projekte vorantreiben und betreuen können – egal, ob es sich um neue Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle handelt.

THEMEN

Grundlagen des Innovationsmanagements

- Innovationen Quellen, Arten, Ebenen
- Phasen des Innovationsprozesses Findung, Planung, Umsetzung und Steuerung
- Das Innovationskonzept Grundlage und Begleiter des Innovationsprozesses
- Erfolgsfaktoren für professionelles Innovationsmanagement Personal, Struktur. Kultur und Prozess

Digital Innovation Toolkit – Handwerkszeug für die Innovationsentwicklung

- Das 3-Horizonte-Modell für mehr Innovation
- Der Kunde im Fokus Co-Creation und Customer-Centered Design
- Agile Methoden Von Lean Startup bis Scrum
- Analyse und Nutzung der Customer Journey

Der Digital Innovation Manager

- Die Rolle und Aufgaben des Digital Innovation Managers
- Das Skillset Führungstools, Kommunikations- und Moderationsmethoden
- Förderung der kreativen Zusammenarbeit
- Teams und Arbeitsgruppen motivieren und leiten

Methoden für die Ideenfindung und -umsetzung: Design Thinking und Design Sprints

- Methodenauswahl Design Thinking vs. Design Sprint
- Design Sprints Innovationsmanagement zum Anfassen und Ausprobieren
- Wrap-Up und Transfer Übertragung auf den Arbeitsalltag der Teilnehmer

Innovations- und Change-Management – Best Practice

- Die Rolle von Change im Innovationsmanagement
- Erfahrungen und Lessons Learned

Technologie-Update – Know-how für Innovationsmanager (Digitaltrends von Virtual Reality bis Künstliche Intelligenz)

Business Model Innovation – Innovative (digitale) Geschäftsmodelle entwickeln und umsetzen

- Business Model Generation vs. Business Model Innovation
- Innovation des eigenen Geschäftsmodells als Unternehmensstrategie
- "Digitalisierung" von Geschäftsmodellen Ansätze und Werkzeuge

Die agile Organisation – Die Rolle des Organisations- und Change-Managements bei der Implementierung von Innovationen

- Die agile Organisation Rahmenbedingungen
- Implementierung des Innovationsmanagements
- Dauerhafte Sicherstellung der Innovationskraft

IM ZERTIFIKATSKURS "DIGITAL INNOVATION MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- welche die Erfolgsfaktoren für gelungenes Innovationsmanagement sind.
- wie Sie Innovationen in Ihrem Unternehmen anstoßen, steuern und realisieren können.
- welche Methoden Ihnen dabei helfen, eine innovationsfördernde Unternehmenskultur zu schaffen.
- wie Sie mit Design Thinking & Co. Kreativprozesse im Team, in der Abteilung oder im Unternehmen unterstützen und leiten.
- wie Sie Ideen systematisch generieren, bewerten und weiterentwickeln.
- wie Sie Innovationskonzepte ob für neue Produkte, Services oder Workflows erstellen und deren Marktchancen prüfen können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Trainer und Experten für Innovation, Geschäftsmodellentwicklung und Change Management
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop, Praxisarbeit.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Innovations- oder Geschäftsideen ins Seminar mitzubringen und diese im Seminar zu diskutieren.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Produktentwicklung und -innovation, Forschung und Entwicklung, Business Development, Vertrieb, Marketing sowie Produkt- und Projektmanager, die die Innovationsfähigkeit ihrer Teams, Mitarbeiter und Kollegen bzw. ihres Unternehmens stärken wollen, um so in Zeiten digitaler Umbrüche für neue Herausforderungen gewappnet zu sein.



Seminarleitung: Dr. Martina Steinröder, Management-Consultant und Expertin für Geschäftsmodellentwicklung und Innovation

Termin: 23.03. - 25.03.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.395.-Seminar-Nr.: 110092

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Digital Innovation Manager".

BWL kompakt

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Der Umgang mit betriebswirtschaftlichen Fragestellungen ist Ihnen als Fach- oder Führungskraft in der Praxis durchaus vertraut. Dennoch möchten Sie als Nicht-Betriebswirt Ihre BWL-Kenntnisse vertiefen und systematisieren, um kaufmännische Zusammenhänge noch besser zu verstehen und künftig noch fundierter Geschäftsentscheidungen zu treffen? Der Intensivkurs vermittelt Ihnen umfassendes BWL-Know-how und zeigt, wie Sie anhand relevanter finanzwirtschaftlicher Ziel- und Steuerungsgrößen die richtigen Maßnahmen für Ihr Geschäftsfeld und Ihr Unternehmen ableiten können. Im Mittelpunkt des Seminars stehen dabei folgende Fragestellungen: Wie können Sie die für Ihren Bereich zentralen Kennzahlen ermitteln und analysieren? Welche aussagekräftigen Informationen können Sie sich aus dem Controlling beschaffen? Worauf kommt es bei Jahresplanung und Jahresabschluss an? Und wie können Sie die Wirtschaftlichkeit bestehender oder neuer Geschäftsmodelle berechnen?

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt kompakt und praxisnah die zentralen BWL-Instrumente in den Bereichen Strategie, Finanzplanung und Controlling und ihren gewinnbringenden Einsatz im Unternehmen. Die Teilnehmer lernen, betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Ziel- und Steuerungsgrößen zu verstehen, und erfahren, wie sie die passenden BWL-Tools für konkrete Situationen auswählen.

THEMEN

1. Tag Betriebswirtschaft, Kennzahlen, Jahresabschluss

- Grundlagen der Betriebswirtschaft
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme (Liquidität, Rentabilität, Cash Flow, ROI, Shareholder Value)
- Bilanz und GuV-Rechnung Eine Schritt-für-Schritt-Analyse
- Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse Eine Case Study

2. Tag Controlling – Aufgaben, Ziele, Instrumente

- Deckungsbeitragsrechnung und Break-even-Analyse
- Betriebsabrechnungsbogen
- Investitionen und Investitionsrechnung (Kostenvergleichsrechnung, Kapitalwertmethode, Amortisationsrechnung)
- Investitionsplanung Eine Case Study

3. Tag Controlling in der Praxis

- Kalkulation und Wirtschaftlichkeitsberechnung von Produkten und Dienstleistungen
- Controlling im E-Business
- Wirtschaftlichkeitsberechnung von Online-Geschäftsmodellen

4. Tag Strategie und Unternehmensführung

- Strategische Entscheidungen für Ihr Unternehmen
- Strategische Werkzeuge (SWOT-Analyse, Geschäftsmodellund Konkurrenzanalyse)
- Produktportfolios erfolgreich managen
- Integration der strategischen und operativen Planung

IM ZERTIFIKATSKURS "BWL KOMPAKT" ...

- lernen Sie die wesentlichen BWL-Begriffe kennen und im Gesamtzusammenhang zu verstehen.
- stärken Sie Ihr unternehmerisches Kompetenzprofil.
- lernen Sie Controlling als zentrales Instrument zur Überprüfung und Entwicklung eines Unternehmens bzw. Geschäftsbereichs kennen.
- erfahren Sie, worauf es beim Jahresabschluss und der Jahresplanung ankommt.
- entwickeln Sie ein Verständnis für die wichtigsten Kennzahlen, um ein Unternehmen bzw. ein Geschäftsfeld ergebnisorientiert zu führen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- hochqualifizierte Trainer und Experten aus der Praxis
- fundiertes BWL-Wissen von A bis Z
- Erfahrungsaustausch und Netzwerken mit Kollegen

METHODEN

Diskussion, Referat, Fallbeispiele, Workshop mit Gruppenarbeit. Der unmittelbare Bezug zur Unternehmenspraxis steht im Vordergrund.

Für mich war das Seminar sehr hilfreich. Die Referenten waren sehr gut vorbereitet und konnten hervorragend auf die individuellen Fragen der Teilnehmer eingehen."

Teilnehmer "BWL kompakt"

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte, Manager, Projekt-, Bereichs- und Abteilungsleiter, Anwärter für Führungspositionen sowie alle, die keine betriebswirtschaftliche Ausbildung haben und die ihre BWL-Kenntnisse v. a. in den Bereichen Controlling und Finanzen vertiefen und aktualisieren wollen.



Seminarleitung:
Prof. Dr. Patrik Berend, Strategieberater und
Hochschullehrer. Rheinische Fachhochschule Köln

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:

Robert Schefenacker, Senior Manager Group Projects, Holtzbrinck Buchverlage Günter Schürger, Geschäftsführer, Vogel Business Media

Termin 1: 17.02. - 20.02.2020 Termin 2: 17.08. - 20.08.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.795,-

Seminar-Nr.: 110097 (Termin 1) bzw. 110098 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "BWL kompakt". Außerdem ist er Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Verlagsmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 18 – 20.

Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

Von jeder Führungskraft wird heute fundiertes kaufmännisches Wissen erwartet. Wer Weichenstellungen im Unternehmen oder in einzelnen Geschäftsbereichen verantwortet, muss Entscheidungen auf Basis betriebswirtschaftlicher Kennzahlen treffen – nur so können Kosten und finanzielle Risiken kalkuliert und Unternehmensziele langfristig erreicht werden. Das dazu nötige Know-how können Sie schnell erwerben. Stärken Sie in diesem Seminar Ihre BWL-Kompetenz und verschaffen Sie sich die besten Voraussetzungen, um auf Basis von praxisnahen Unternehmenskennzahlen die Qualität Ihrer betriebswirtschaftlichen Entscheidungen künftig weiter zu erhöhen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über Kennzahlen und Konzepte des internen und externen Rechnungswesens. Die Teilnehmer vertiefen ihr betriebswirtschaftliches Wissen und haben die Möglichkeit, ein individuelles Kennzahlensystem für ihr Unternehmen zu entwickeln.

THEMEN

- Betriebswirtschaftliche Kennzahlen aus verschiedenen betrieblichen Funktionen
 - Personalkennzahlen
 - Kennzahlen aus Produktion, Marketing und Vertrieb
 - Kennzahlen aus Logistik, Beschaffung und F & E
- Bewertung und Nutzung betriebswirtschaftlicher Kennzahlen und Kennzahlensysteme
 - Aufgaben von Kennzahlen
 - Wie Sie mit Kennzahlen arbeiten sollten
 - Die wichtigsten Kennzahlen aus dem externen und internen Rechnungswesen
 - Kennzahlensysteme: Eine nutzwertige Einordnung
 - Balanced Scorecard (BSC)
- Kennzahlen aus der Jahresabschlussanalyse: Alles, was Sie wissen müssen
 - Analyse von Bilanz & Gewinn- und Verlustrechnung
 - Cash-Flow-Analyse
 - Bewerten des Unternehmenserfolgs
 - Klärung spezieller Aspekte: Bestandsbewertung, Abschreibungen & Co.
- Controlling für Nicht-Controller: Analysen des internen Rechnungswesens
 - Grundbegriffe des Controlling
 - Deckungsbeitragsrechnung und Anwendung
 - Break-even-Analyse (Fallbeispiel)
 - Investitionsrechnung (Fallbeispiel)
 - Projektcontrolling in der Praxis
- Workshop: Erarbeitung, gemeinsame Lösung und Detailerläuterungen zu einem Business Case für digitale Produkte bzw. Services

METHODEN

Theorievermittlung, Erfahrungsberichte, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Diskussionen, Erarbeitung einer individuellen Praxislösung, Entwurf einer individuellen Balanced Scorecard und einer Strategy Map.

ZIELGRUPPE

(Angehende) Führungskräfte, Projekt-, Gruppen-, Abteilungs- und Bereichsleiter sowie alle, die ihre Entscheidungen in Zukunft aus betriebswirtschaftlicher Sicht noch besser beurteilen möchten.



Seminarleitung:
Prof. Dr. Patrik Berend, Strategieberater und
Hochschullehrer. Rheinische Fachhochschule Köln

Termin: 04.05. – 05.05.2020 Tagungsort in München Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de. Teilnehmer: 15

Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 110099



Führung kompakt

Methoden und Instrumente für den Führungsalltag

Projekte anstoßen, Ziele setzen, Aufgaben zuteilen – Tempo und Komplexität im Berufsalltag sind gestiegen, und damit auch die Anforderungen an Führungskräfte. Es gilt, Mitarbeiter, Teams oder ganze Abteilungen auch unter erschwerten Bedingungen konsequent und zielorientiert zu leiten. Dies kann nur funktionieren, wenn Sie die Methoden und Techniken der Führung kennen und deren Einsatz sicher beherrschen. Doch wie funktioniert effektive Führungskommunikation? Welche Regeln sollten Sie bei Feedbackgesprächen beachten? Wie delegieren Sie Aufgaben professionell – und wie können Sie damit zur Mitarbeitermotivation beitragen? Wie lassen sich Ziele gemeinsam vereinbaren, Prozesse strukturieren und Ergebnisse kontrollieren? Wie lösen Sie Konflikte zwischen Mitarbeitern? Und wie gelingt es Ihnen, auch in Change-Prozessen sicher zu führen? In dem dreitägigen Kompaktkurs stärken Sie Ihre Führungs- und Kommunikationskompetenz. Sie erfahren, mit welchen Methoden Sie Ihren Erfolg als Führungskraft und damit auch den Erfolg Ihrer Projekte und Mitarbeiter dauerhaft steigern.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt konkret anwendbare Instrumente und Methoden für den Führungsalltag. In konzentrierter Form erfassen Sie Ihre eigene Führungsrolle, gewinnen einen Überblick über zentrale Führungsthemen und können so künftig auch schwierige Führungssituationen bewältigen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Mitarbeiter fordern und fördern, und erarbeiten einen individuellen Lern- und Umsetzungsplan.

THEMEN

- Führungskompetenz Einführung
 - Führung: Leadership oder Management?
 - Ebenen von Führung, Lernen und Performance
 - Zielbereiche einer leistungsorientierten Führungskultur
- Führungskompetenz und -werkzeuge in der Praxis
 - Situatives und typorientiertes Führen: Führen von Top und Low Performern
 - Führungswerkzeuge I: Mitarbeiteraktivierung und -motivation
 - Führungswerkzeuge II: Aufgabendelegation, Mitarbeiterfeedback und Kritik
 - Führungswerkzeuge III: Mitarbeiterentwicklung und Potenzialförderung
 - Business- und Mitarbeiterorientierung: Ziele wirksam vereinbaren
 - Praxisfälle: Führungssituationen beherrschen
- Change-Kompetenz für den Führungsalltag
 - Teamorientierung: Teamsteuerung und Teamentwicklung
 - Umgang mit Veränderung: Change implementieren, Widerstände überwinden
 - Sozialkompetenz: Konfliktmanagement zwischen Konfrontation und Kooperation

METHODEN

Kurzvorträge, Gruppenübungen, Fallbeispiele, Praxistraining, Feedback, persönliches Coaching, Lerntransfer-Runden.

ZIELGRUPPE

(Nachwuchs-)Führungskräfte, Manager, Projekt-, Bereichs- und Teamleiter, die ihr Führungsverhalten analysieren und optimieren möchten.



Seminarleitung: Dr. Marco Behrmann, Experte für Persönlichkeit, Leadership und Sales

Termin 1: 02.03. - 04.03.2020 (München) Termin 2: 08.09. - 10.09.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.395,-

Seminar-Nr.: 110108 (Termin 1, München) bzw. 110109 (Termin 2, Hamburg)

Dieses Seminar ist Bestandteil der Zertifikatsprogramme "Digital Media Manager" und "Verlagsmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 21 – 23 bzw. 18 – 20.

Neu als Führungskraft

Mitarbeiter souverän und partnerschaftlich führen

Gemeinsame Ziele mit Mitarbeitern vereinbaren, Leistungsbereitschaft fördern, Konflikte bewältigen – als Führungskraft wird von Ihnen erwartet, dass Sie Ihre fachliche Kompetenz in einen professionellen und souveränen Führungsstil übersetzen. Gerade für neu ernannte Führungskräfte ist die Herausforderung groß, denn es gilt, sich immer wieder selbst zu reflektieren und das eigene Handeln stärker als zuvor zu überprüfen: Wie erleben Sie sich selbst als Führungskraft? Wie sehen Ihre Mitarbeiter Sie in der täglichen Interaktion? Was sind die Erfolgsfaktoren guter Führung und wie lassen sich diese praktisch umsetzen? Wie können Sie situativ führen und Ihren individuellen Führungsstil je nach Situation und Person anpassen?

SEMINARZIEL

Das Seminar bietet einen fundierten Einstieg in das Thema Mitarbeiterführung. Sie lernen wichtige Führungsinstrumente kennen und erfahren, wie Sie Ihr individuelles Führungspotenzial ausbauen. So können Sie Ihre neue Rolle von Beginn an erfolgreich gestalten und auch schwierige Führungssituationen souverän meistern.

THEMEN

- Die neue Rolle als Führungskraft Anforderungen und Führungsaufgaben
 - Verständnis von Führung Grundlagen
 - Von der Fach- zur Führungskraft Selbstverständnis der eigenen Führungsrolle
 - Individueller Führungsstil und situationsgerechtes Führen
 - Erfolgsfaktoren "guter Führung"
- Führungsinstrumente und -tools im Führungsalltag praktisch anwenden
 - Erwartungen, Wünsche und Forderungen von Mitarbeitern klären
 - Professionell delegieren
 - Motivation fördern
 - Ziele vereinbaren, Aufgaben begleiten, nachhalten und monitoren
 - Mitarbeitergespräche gezielt vorbereiten, durchführen und nachbereiten
 - Feedback geben und Feedback annehmen
- Alltägliche und herausfordernde Führungssituationen analysieren und trainieren
 - Selbstreflexion Die eigene Führungstätigkeit regelmäßig hinterfragen
 - Konstruktiv mit eigenen Fehlern umgehen
 - Verantwortungsbereiche klären und Eigenverantwortung fördern
 - Analyse von Wechselwirkungen zwischen Führungskraft und Mitarbeiter
 - Warum die Handlungen als Führungskraft eine andere Bedeutung haben als dies im Kollegenstatus der Fall ist
- Überzeugende Kommunikation
 - Erfolgreiche Gesprächsführung
 - Wertschätzend kommunizieren, auch in schwierigen Situationen

METHODEN

Kurzvorträge, Fallbeispiele, Rollenspiele, Diskussion, Selbstreflexion. Das Seminar bietet die Möglichkeit, Praxisbeispiele aus dem Berufsalltag einzubringen und diese im Kurs gemeinsam zu bearbeiten.

ZIELGRUPPE

Fachkräfte, die in Kürze Führungsverantwortung übernehmen werden oder vor Kurzem übernommen haben, sowie Nachwuchsführungskräfte, die ihr Führungsverhalten reflektieren und ihre Führungskompetenz weiterentwickeln wollen.



Seminarleitung: Eva-Maria Reichl, Systemischer Coach und Führungskräfte-Trainerin

Termin 1: 11.02. - 12.02.2020 (Köln)
Termin 2: 23.06. - 24.06.2020 (München)
Termin 3: 29.09. - 30.09.2020 (Frankfurt a. M.)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 110100 (Termin 1, Köln), 110101 (Termin 2, München) bzw.

110102 (Termin 3, Frankfurt a. M.)

Führen ohne Vorgesetztenfunktion

Führen ohne disziplinarische Macht – Aufgaben zu delegieren, Ressourcen einzufordern und Teammitglieder zu steuern stellt in bereichs- oder abteilungsübergreifenden Arbeitsgruppen eine besondere Herausforderung dar. Denn anders als in klassischen Führungspositionen haben Projektleiter hier oft keine Vorgesetztenfunktion und somit auch keine Weisungsbefugnis oder Personalverantwortung.

Wie kann es Ihnen als Team- oder Gruppenleitung trotzdem gelingen, Arbeitskraft und Engagement einzufordern? Wie verschaffen Sie sich auch ohne disziplinarische Verantwortung Anerkennung und Autorität? Wie gelingt es Ihnen, Ziel- und Interessenskonflikte unter den Teammitgliedern zu vermeiden? Und wie positionieren Sie sich im Spannungsfeld zwischen Chef und Kollegen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt konkret umsetzbare Methoden und Tools für den Führungsalltag ohne Weisungsbefugnis. Sie erfahren, wie Sie auch ohne Vorgesetztenfunktion Teammitglieder motivieren, Arbeitsleistung einfordern und Aufgaben delegieren. Zudem lernen Sie Kommunikationstechniken kennen, um die Zusammenarbeit u. a. durch professionelle Mitarbeitergespräche zielorientiert zu gestalten.

THEMEN

- Führen ohne Vorgesetztenfunktion Grundlagen
 - Den eigenen Handlungsspielraum kennenlernen
 - Das Konzept der "lateralen Führung"
 - Gestaltung der Sach- und Beziehungsebene
- Führungsstile im Überblick Von normativ bis inspirativ
 - Situatives Führen: Aufgaben- und personenbezogene Führungsstile wählen
 - Reflexion des eigenen Führungsstils
 - Techniken zum erfolgreichen Agieren im Spannungsfeld zwischen Chef und Kollegen
- Teamführung und Umgang mit Konflikten
 - Teamrollen und Teamphasen
 - Mechanismen der Zusammenarbeit in Gruppen: Professionell reagieren
 - Störungen, Konflikte, Demotivation: Lösungsansätze für den Umgang mit schwierigen Situationen
 - Balance finden zwischen eigenen und fremden Interessen
- Gesprächsführung Wertschätzende Kommunikation und Feedback
 - Mitarbeitergespräche systematisch vorbereiten
 - Ziele vereinbaren und reflektieren
 - Konstruktiv Feedback geben und nehmen
 - Feedbackregeln: Beobachten, Beschreiben, Empfehlen

METHODEN

Präsentation und Vortrag, Praxisfälle, Gruppen- und Einzelarbeit, Lernprojekte, Rollenübung mit Feedback, Gesprächs- und Coachingtechniken, Transfer in den Alltag.

Die individuellen Anliegen und Fragen der Teilnehmer werden aufgenommen und in das Training integriert.

ZIELGRUPPE

Teamleiter, Projektmanager oder angehende Gruppenleiter, die ziel- und aufgabenorientiert Kollegen und Mitarbeiter führen, ohne weisungsbefugt zu sein.



Seminarleitung: Jürgen Krieger, Coach und Führungskräfte-Trainer

Termin 1: 21.04. - 22.04.2020 (München) Termin 2: 27.08. - 28.08.2020 (Berlin)

Termin 3: 07.12. – 08.12.2020 (München)
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 995.-

Seminar-Nr.: 110103 (Termin 1, München), 110104 (Termin 2, Berlin) bzw.

110105 (Termin 3, München)

Positive Leadership

Stärkenorientiert führen, Mitarbeiter motivieren



In Zeiten des Digital Change stehen Führungskräfte nicht nur unter dem permanenten Druck, selbst immer bessere Leistungen in immer kürzerer Zeit abzurufen. Sie stehen auch vor der Herausforderung, ihren Mitarbeitern und Teams bessere Ergebnisse abzuverlangen – um die Zukunftsfähigkeit ihrer eigenen Abteilung oder sogar des gesamten Unternehmens zu sichern. Keine einfache Aufgabe in dynamischen Umfeldern, die auf Mitarbeiter oft eher verunsichernd als vertrauensbildend wirken. Genau hier setzt das Konzept der "Positiven Führung" an, das auf Motivation und die Förderungen von individuellen Kompetenzen von Mitarbeitern setzt und sie so dabei unterstützt, sich auch in schwierigen Zeiten persönlich und fachlich weiterzuentwickeln. Wie also können Sie Effizienz und Teamgeist Ihrer Mitarbeiter fördern und ihnen dabei helfen, ihre Potenziale und Talente zu echten Stärken auszubauen? Mit welchen Tools können Sie Einsatz, Engagement und Verantwortungsgefühl Ihrer Mitarbeiter aufbauen und dauerhaft erhalten – auch über einen festgelegten Aufgabenbereich hinaus? Das Seminar zeigt, wie Sie die wichtigsten Erfolgsfaktoren positiver Motivationspsychologie für sich als Führungskraft nutzbar machen können.

SEMINARZIEL

Das Seminar führt ein in die Grundlagen positiver Führung und vermittelt konkret umsetzbare Methoden und Tools, um einzelne Mitarbeiter und ganze Teams auf wertschätzende Weise zu leiten. Die Teilnehmer setzen sich mit ihrer eigenen Führungsrolle auseinander und erfahren, wie sie die Stärken und Potenziale ihrer Mitarbeiter und Teams noch besser erkennen, Engagement fördern und so insgesamt bessere Ergebnisse erzielen können.

THEMEN

- Positive Leadership: Definition und Grundlagen
 - Aktuelle Anforderungen an Führung
 - Neues aus (Neuro-)Wissenschaft und Motivationsforschung
 - Führungsmodelle und -stile im Überblick
 - Konzept der Positiven Führung das PERMA-Modell
 - Positive Emotionen (Achtsamkeit)
 - Engagement (Aufgehen in der Arbeit)
 - Relationships (Verbindungen)
 - Meaning (Sinn)
 - Accomplishments (Erfolg)
- Die Voraussetzung: Konstruktive Selbstführung
 - Einschätzung der eigenen Führungsrolle: Standortbestimmung
 - Auswirkungen des eigenen Führungsstils
 - Reflexion der eigenen Ressourcen und des eigenen Energie-Managements
 - Strategien zur Ressourcenoptimierung
- Wertschätzende Kommunikation als zentrales Führungsinstrument
 - Zusammenhang zwischen Erwartung und Leistung verstehen
 - Motivation und Flow fördern Betonung von Stärken und Kompetenzen
 - Motivierende Zielvereinbarungsgespräche
 - Die richtigen Worte finden: Auch Kritik wertschätzend äußern
 - Konflikte erkennen und effektiv bearbeiten

- Positive Leadership 1: Achtsame und stärkenorientierte Führung von Mitarbeitern
 - Kenntnis individueller (De-)Motivationsfaktoren
 - Aufbau von Vertrauen und Vermittlung von Sicherheit
 - Steigerung von Zufriedenheit und Leistung
- Positive Leadership 2: Führung und Steuerung von Teams
 - Teamrollen und ihre Bedeutung Was Teams erfolgreich macht
 - Effiziente Teamphasen Optimale Nutzung von Meetings & Co.
 - Stärkung von Teamressourcen
 - Konstruktiver Wandel Produktiver Umgang mit Veränderung

METHODEN

Trainervortrag, Diskussion, Individual- und Gruppenreflexion, kollegiale Fallberatung. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Seminarbeginn eigene Beispiele und Fragestellungen einzureichen bzw. diese im Kurs zu bearbeiten.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte, Projekt- und Teamleiter aus (Medien-)Unternehmen, Verbänden und Organisationen, sowie alle, die sich aktiv mit den Grundsätzen Positiver Führung und wertschätzender Kommunikation auseinander setzen wollen.



Seminarleitung: Christian Thiele, Experte für Positive Leadership

Termin: 21.04. – 22.04.2020 Veranstaltungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 110112



Achtsam führen und motivieren

So bleiben Sie und Ihr Team gesund und leistungsfähig



Innovationen schaffen, ohne das Bestandsgeschäft zu vernachlässigen; neue Strategien in immer kürzerer Zeit umsetzen; Mitarbeiter auch in stressigen Situationen zu Höchstleistungen motivieren: Die Anforderungen an Führungskräfte sind heute umfassender denn je. Denn in Zeiten permanenter (digitaler) Veränderung brauchen erfolgreiche Teams nicht nur ein innovationsförderndes Arbeitsumfeld, sondern vor allem zielgerichtete Führung. Die Fähigkeit, Mitarbeiter gelassen und klar zu leiten, ist also zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil geworden. Genau hier setzt das Seminar an und zeigt, wie Sie den Erfolg Ihres Teams und Ihres Bereichs durch gelungene Selbst- und Mitarbeiterführung langfristig sichern können: Wie helfen Ihnen Methoden für Achtsamkeit dabei, gesund und leistungsfähig zu bleiben? Mit welchen Techniken können Sie sowohl Ihre Konzentrations- und Entscheidungsfähigkeit als auch Ihre Resilienz steigern? Und wie können Sie durch einen achtsamen Führungsstil die Motivation Ihrer Mitarbeiter hochhalten und Ihr Team durch Schaffung einer produktiven Arbeitskultur nachhaltig stärken?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Ihnen die wesentlichen Kompetenzen für achtsame Selbstund Mitarbeiterführung. Sie lernen Techniken kennen, um Ihre eigene Leistungsfähigkeit und Resilienz zu steigern sowie stressige Situationen leichter zu bewältigen. Sie erfahren, wie Sie auch in herausfordernden Zeiten ein produktives Arbeitsumfeld schaffen und Ihr Team mithilfe von Achtsamkeitsmethoden zielgerichtet und empathisch leiten können. So gelingt es Ihnen als Führungskraft, Ihren persönlichen Erfolg und den Ihres Teams nachhaltig zu sichern.

THEMEN

- Einführung: Das Konzept der Achtsamkeit
 - Konzentration, Aufmerksamkeit und Stress: Definitionen und Hintergründe
 - Achtsamkeits-Prinzipien und Rituale für den Alltag
 - Achtsamkeit in Unternehmen und Organisationen
- Selbstreflektion und Selbstführung
 - Methoden für Selbstwahrnehmung und Selbststeuerung
 - Konzentrations- und Fokussierungstechniken
 - Umgang mit Störungen und Ablenkungen im Arbeitsalltag
 - Stressmanagement: Eigene Stressverstärker erkennen, Reaktionen gezielt beeinflussen und Stress abbauen
 - Stärkung innerer Ressourcen: Kurzfristige Taktiken und langfristige Strategien
- Teamleitung und Führungsverhalten
 - Eigene Führungsrolle und Handlungsmöglichkeiten reflektieren: Zusammenhang von Gesundheit, Motivation und Leistung
 - Wertbewusste und positive Führung: Ressourcen nutzen, Potenziale fördern, Zufriedenheit steigern
 - Belastende Kommunikationsmuster erkennen und wertschätzende Kommunikation einsetzen
 - Mitarbeiter motivieren: Achtsamkeit als Basis für Empathie und Emotionale Intelligenz
- Konfliktmanagement: Widerstände im Team erfassen und beeinflussen
- Umgang mit belastenden und herausfordernden Arbeitssituationen

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragen und Problemstellungen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

(Nachwuchs-)Führungskräfte, Manager sowie Projekt-, Bereichs- und Teamleiter, die ihr Führungsverhalten reflektieren, ihre Leadership-Kompetenzen um Achtsamkeits- und Stressmanagementmethoden erweitern und so ihre Mitarbeiter noch effektiver führen möchten.



Seminarleitung:
Peter Fuchs, Systemischer Coach, Psychotherapeut
und Führungskräftetrainer

Termin: 02.03. - 03.03.2020

Veranstaltungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15

Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 110111

Erfolgreiche Steuerung von Teams und Gruppen

Potenziale stärken, Zusammenarbeit optimieren

Als Führungskraft arbeiten Sie täglich mit Teams. Neben eingespielten Teamstrukturen haben Sie es zum Beispiel bei digitalen Projekten zunehmend auch mit temporären, abteilungsübergreifend angelegten Teams zu tun. Diese unterschiedlichen Szenarien bedeuten immer neue Herausforderungen in der Führung und Motivation der Teammitglieder. Nur wenn es Ihnen gelingt, jedes Teammitglied zu aktivieren, erreichen Sie die gewünschte Dynamik und Effizienz.

Schaffen Sie die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Teamarbeit und geben Sie Ihren Mitarbeitern den nötigen Spielraum, um ihre Stärken einzusetzen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Instrumente erfolgreicher Teamsteuerung. Sie erfahren, wie Sie Ihre Rolle als Teamleitung stärken, Ihre Führungskompetenz verbessern und so die Zusammenarbeit, Motivation und Leistungsfähigkeit Ihrer Mitarbeiter dauerhaft steigern. Zudem lernen Sie Methoden kennen, um die Kommunikation und Kooperation im Team zu fördern und Konflikte zu klären.

THEMEN

- Grundlagen der Führung von Teams und Gruppen
 - Führungsaufgaben und Führungsrollen
 - Reflexion des eigenen Führungsverhaltens
- Teamaufbau und -entwicklung
 - Was zeichnet erfolgreiche Teams aus?
 - Gruppendynamik: Teamphasen kennenlernen und richtig steuern
 - Kompetenzen eines effizienten Teams
 - Die optimale Teamzusammenstellung
- Kommunikation und Kooperation im Team und zwischen Teams
 - Kommunikation als Führungsinstrument
 - Motivierende Kommunikation
- Was tun, wenn es schief läuft? Konflikte im Team verstehen und lösen
 - Symptome und Handlungsmöglichkeiten
 - Konfliktsteuerung in der Praxis
- Teamarbeit und Teamführung in der Praxis
 - Erfolgreiches Arbeiten im Team: Teamziele definieren und verfolgen
 - Ergebnisorientierte Delegation
 - Anerkennen und motivieren
- Fachliche Führung: Führung ohne disziplinarische Verantwortung
- Leitung von Sitzungen, Besprechungen und Workshops

METHODEN

Kurzvorträge, Fallbeispiele, Rollenspiele, Diskussion, Selbstreflexion. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Praxisbeispiele und Themen aus ihrem Führungsalltag mitzubringen, für die sie Lösungen finden möchten.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte, Teamleiter und Projektverantwortliche aus (Medien-)Unternehmen, vor allem aus den Bereichen (Online-)Produktmanagement, Marketing und E-Business, die ihr Führungsverhalten reflektieren und ihre Teamführungskompetenz ausbauen wollen.



Seminarleitung: Eva-Maria Reichl, Systemischer Coach und Trainerin

Termin: 13.07. - 14.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 110106

Agil führen

Führen in Zeiten der Veränderung

Ideen fördern, Experimente zulassen, Führung teilen – für eine Unternehmenskultur, die das ermöglicht, braucht es Agilität in der Führungskultur. Es gilt, Mitarbeiter, Projektteams oder ganze Abteilungen auch in einem dynamischen Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien sicher zu führen. Dies kann nur funktionieren, wenn Bereichs- und Projektleiter Führungspraktiken beherrschen, deren Einsatz zu mehr Flexibilität und Unabhängigkeit, aber auch zu mehr Selbstorganisation und Eigenverantwortung führt. Denn nur so können sie die Rahmenbedingungen schaffen, die Projektteams brauchen, um die agile Produktentwicklung und -umsetzung eigenverantwortlich zu steuern. Doch wie können Führungskräfte auch in traditionell aufgestellten Unternehmen agile Arbeitsweisen fördern? Mit welchen Methoden und Instrumenten können sie agile Teams flexibel und gleichzeitig sicher führen? Wie die Grundpfeiler der agilen Führung aussehen und warum auch traditionell aufgestellte Unternehmen davon profitieren können, erfahren Sie in diesem Seminar.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wesentlichen Tools und Prinzipien agiler Führung und zeigt, welche agilen Methoden – von Lean bis Scrum – Sie nutzen können, um im Team künftig komplexe Aufgaben anzugehen. So können Sie Ihren Mitarbeitern auch in Zeiten der Veränderung Orientierung und Sicherheit geben und gemeinsam flexibel und kompetent auf neue Rahmenbedingungen reagieren.

THEMEN

- Agile Führung Eine Einführung
 - Digitale Welt ist VUCA-Welt: Volatilität, Ungewissheit, Komplexität, Ambivalenz
 - Komplexe Aufgaben in dynamischen Umfeldern lösen
 - Agile Prinzipien und agile Methoden
 - Toyota, Kaizen und Lean Production
 - Scrum
 - Traditionelle vs. agile Führungspraktiken
 - Auswirkungen auf Prozesse und Organisation
- Agile Führung Praktische Umsetzung
 - Stabilität in Werten als Voraussetzung für Agilität
 - Die eigene Führungsrolle reflektieren
 - Führung teilen
 - Zielverständnis erzeugen
 - Gestaltungsspielräume geben
 - Lernprozesse etablieren
- Menschen und Interaktionen
 - Dynamik als Chance nutzen
 - Dynamik in Gruppen und Systemen
 - Umgang mit komplexen Systemen
 - Kommunikation und Wirkung
 - Umgang mit Konflikten

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Übungen, Arbeitsgruppen, konkrete Handlungsanleitungen.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Projektleiter aus Unternehmen, Agenturen und Verlagen, die sich über Führung in agilen Umfeldern informieren und ihre Führungskompetenz in Veränderungsprozessen erweitern möchten.



Seminarleitung: Andrea Tenorth, Organisationsberaterin und Führungskräftecoach

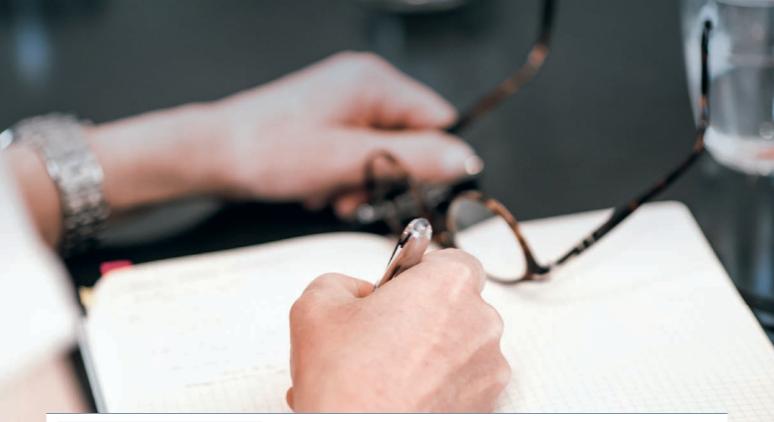
Termin: 14.05. - 15.05.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 110107

REDAKTION

Texte schreiben und redigieren: Journalistisch und verständlich, kundenorientiert und verkaufsstark





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Dr. Johanna Platter Tel.: +49 89 291953-56

E-Mail: johanna.platter@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Komplexe Sachverhalte verständlich formulieren, kundenorientiert und verkaufsstark schreiben sowie Texte fürs Web und für Suchmaschinen optimieren: Unsere Redaktionsseminare vermitteln fundiertes Praxiswissen für eine zielgruppengerechte Textarbeit und die crossmediale Aufbereitung von Inhalten. Dabei werden alle Kanäle und Medienformate berücksichtigt – von Print bis online, von E-Mailing bis Corporate Newsletter.

AUF EINEN BLICK

R	EDAKTION PRINT/ONLINE
•	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs
	mit Zertifikat 🗵
	Termin 1: 14.01. – 17.01.2020 (München) bzw.
	Termin 2: 11.02. – 14.02.2020 (Hamburg) bzw.
	Termin 3: 20.04. – 23.04.2020 (München) bzw.
	Termin 4: 04.05. – 07.05.2020 (Berlin) bzw.
	Termin 5: 27.07. – 30.07.2020 (Frankfurt a. M.) bzw.
	Termin 6: 18.08. – 21.08.2020 (München) bzw.
	Termin 7: 28.09. – 01.10.2020 (Berlin) bzw.
	Termin 8: 17.11. – 20.11.2020 (München) bzw.
	Termin 9: 23.11. – 26.11.2020 (Hamburg)
•	Digitale Schreibwerkstatt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵
	Termin 1: 27.04. – 29.04.2020 (Hamburg) bzw.
	Termin 2: 29.07. – 31.07.2020 (Berlin)
•	Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵
	Termin 1: 20.04. – 24.04.2020 bzw.
	Termin 2: 19.10. – 23.10.2020
•	Schreibtraining – Verständlich und zielgruppenorientiert texten
	Termin 1: 05.03. – 06.03.2020 bzw.
	Termin 2: 09.06. – 10.06.2020
•	Schreibblockaden überwinden – Texte schneller und
	effizienter auf den Punkt bringen
	23.04. – 24.04.2020
•	Fachtexte schreiben und redigieren –
	Schreibtraining für Fachredakteure Table 17 07 0000
	Termin: 16.07. – 17.07.2020
•	Themen finden und managen für Print- und Online-Medien
	Termin: 17.11.2020
•	Werbetexter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat
	Termin 1: 03.03. – 06.03.2020 bzw.
	Termin 2: 10.08. – 13.08.2020
•	Verkaufsstark texten für Mailings, Newsletter & Co.
	Termin 1: 13.05. – 14.05.2020 (München) bzw.
	Termin 2: 17.09. – 18.09.2020 (Berlin)

	Texten fürs Web – Überschriften, Teaser, SEO Termin 1: 21.01. – 22.01.2020 (München) Termin 2: 17.06. – 18.06.2020 (Stuttgart) Termin 3: 27.08. – 28.08.2020 (Berlin) Termin 4: 10.11. – 11.11.2020 (München) Crossmediale Content-Produktion – Geschichten für Print, Online & Social Media planen und erstellen Termin 1: 30.07. – 31.07.2020 (München) bzw.	77
•	Termin 2: 05.10. – 06.10.2020 (Hamburg) Multimediale Inhalte mit dem Smartphone erstellen – Webvideos, Bild- und Audio-Content für Social Media & Co.	78
•	Termin: 25.06. – 26.06.2020	79
	Termin 2: 12.11.2020	80
•	Termin 5: 09.11.2020 (München) bzw. Termin 6: 27.11.2020 (Berlin) Deutsche Grammatik – Die wichtigsten Regeln für fehlerfreies Schreiben und gutes Deutsch ◆	82
•	Termin: 14.09.2020	83
•	Termin: 28.04.2020	

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Sprache und Text bleiben auch im digitalen Zeitalter die wichtigsten Kommunikationsmittel. Aber die Informationsflut wächst und die Zeit der Leser ist knapp. Wer ankommen will, muss sich deshalb prägnant und verständlich ausdrücken können und wissen, für wen er schreibt. Was gut und was schlecht ist, ist dabei keine Frage des persönlichen Geschmacks. Gut schreiben lässt sich erlernen, denn attraktive Texte befolgen Regeln und Rezepte aus der Kommunikationsforschung, dem Handwerk des Journalismus und der konsequenten Kundenorientierung. Die Teilnehmer lernen in diesem Zertifikatskurs die wichtigsten Instrumente für erfolgreiche Textarbeit kennen und anzuwenden – ob für iournalistische Texte oder in der Unternehmenskommunikation.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt alle wesentlichen Kompetenzen und Techniken für das Verfassen von Print- und Online-Texten – von der systematischen Zielgruppenorientierung über das journalistische Handwerkszeug bis hin zur suchmaschinenoptimierten Texterstellung. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihren persönlichen Stil finden, kultivieren oder auch variieren können. So optimieren sie systematisch ihren Schreibstil und können künftig klarer und verständlicher formulieren.

THEMEN

Professionelle Texterstellung - Grundlagen

- Schreiben für Print und Online
- Textkonzeption: Regeln für gute Texte

Journalistische Techniken

- Von Nachricht über Reportage bis Interview: Textsorten und ihre Anforderungen
- Abgrenzung zwischen Journalismus, PR und Content Marketing

Konsequente Zielgruppenorientierung

- Schreiben aus Kundensicht: Für wen schreibe ich und wieso?
- Personas: Welche Bedürfnisse hat meine Zielgruppe?
- Persönliche Handschrift oder Corporate Wording: Wann schreibe ich wie?

Themenfindung und -management

- Themen finden und aufbereiten für Print- und Online-Medien
- Was macht eine aute Geschichte aus?
- Trockene Themen interessant, schwierige Themen verständlich formulieren

Schreiben fürs Web

- Print vs. Online: Elemente guter Webtexte
- User- und Leserverhalten im Internet
- Headlines und Teaser: Der Einstieg in Online-Texte
- Texten für Social Media

Texten für Suchmaschinen

- SEO-Basiswissen und nützliche Tools
- Texte für Google & Co. aufbereiten
- Keywords, Snippets und Metatags

Storytelling – Texte in Szene setzen

- Texteinstieg, Spannungsbogen, Textausstieg: Dramaturgie festlegen
- Die Zutaten für eine Heldenreise
- Strategien emotionaler Wirkung

Redigieren eigener und fremder Texte

- Vorgehensweisen und Redigiertechniken
- Tipps und Tricks zur Optimierung von Texten
- Textstandards für Stil, Satzbau und Länge

- lernen Sie die wichtigsten Instrumente erfolgreicher Textarbeit kennen und anzuwenden.
- zeigen Ihnen unsere Experten, was gute Print- und Online-Texte ausmacht und wie Sie diese entwickeln.
- erfahren Sie, was es beim Schreiben fürs Web zu beachten gilt.
- arbeiten Sie an Ihrem persönlichem Schreibstil und erfahren, wie Sie diesen kultivieren und variieren können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Schreibtrainer und Text-Experten
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch und Networking

METHODEN

Praktische Übungen und konkrete Textarbeit, Vortrag, Diskussion, Fallbeispiele, Checklisten und Tipps für die Anwendung in der Praxis.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Redaktion, Lektorat, Produktmanagement, Marketing und PR sowie Corporate Publisher, Fachredakteure, Online-Texter und alle, die beruflich Texte verfassen.

Danke für das sehr informative und abwechslungsreiche Seminar! Uns wurde eine gelungene Mischung aus Theorie und praktischen Übungen geboten. Ob Grundlagen professioneller Texte, journalistische Techniken oder Zielgruppenorientierung: Ich habe viele Anregungen erhalten und konnte einiges an Wissen auffrischen. Diesen Intensivkurs kann ich allen weiterempfehlen, die einen Einstieg in die professionelle Texterstellung suchen.

Katja Rosenbohm, Die Orthogräfin. Texte mit Krönchen



Seminarleitung (in München): Gregory C. Zäch, Geschäftsführer, Midas Publishing Group



Seminarleitung (in Hamburg und Berlin): Peter Berger, Medienberater und -trainer



Seminarleitung (in Frankfurt a. M.): Stefan Ruzas, Gründer/Inhaber, Neue Magazin Kultur

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Nadja Buoyardane, Schreibberaterin, Schreibtrainerin, Texterin
Klaus Mergel, Journalist, Texter und Trainer
Petra Meyer, Geschäftsführerin, Ippen Digital Media
Franziska Nauck, Schreibberaterin, Schreibtrainerin, Lektorin

Termin 1: 14.01. - 17.01.2020 (Seminar-Nr.: 100102, München)
Termin 2: 11.02. - 14.02.2020 (Seminar-Nr.: 100103, Hamburg)
Termin 3: 20.04. - 23.04.2020 (Seminar-Nr.: 100128, München)
Termin 4: 04.05. - 07.05.2020 (Seminar-Nr.: 100104, Berlin)
Termin 5: 27.07. - 30.07.2020 (Seminar-Nr.: 100135, Frankfurt a. M.)
Termin 6: 18.08. - 21.08.2020 (Seminar-Nr.: 100129, München)
Termin 7: 28.09. - 01.10.2020 (Seminar-Nr.: 100105, Berlin)
Termin 8: 17.11. - 20.11.2020 (Seminar-Nr.: 100130, München)
Termin 9: 23.11. - 26.11.2020 (Seminar-Nr.: 100106, Hamburg)
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
Teilnehmer: 15
Preis: € 1.795,-

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung".

Digitale Schreibwerkstatt

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Egal ob für die Website, den Newsletter oder Social Media – gute Online-Texte, die bei ihren Usern ankommen, folgen klaren Regeln. Sie müssen mit Headlines und Teasern sofort überzeugen, von Suchmaschinen gefunden werden und leserfreundlich aufbereitet sein. Um Interaktionen hervorzurufen, müssen sie aktivierend verfasst sein und dem jeweiligen Kanal und seinen Nutzungsgewohnheiten entsprechen. Daher gilt es, beim Schreiben fürs Web einige Punkte zu beachten, die bei klassischen Print-Texten keine Rolle spielen.

Wie also schaffen Sie es, dass Ihr Content auf Google & Co. ganz oben rankt? Wie werden Ihre Posts auf Facebook und Twitter empfohlen und geteilt – und nicht vom Algorithmus aussortiert? Wie erzählen Sie gute Geschichten auf Instagram? In diesem Zertifikatskurs lernen Sie praxisnah die wichtigsten Instrumente für gute Online-Texte kennen – vom wesentlichen SEO-Know-how über Schreiben für Social Media bis hin zu multimedialem Storytelling.

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt das wesentliche Handwerkzeug für gutes Online-Texten in der Praxis. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ein Thema professionell für verschiedene Kanäle aufbereiten und welche Besonderheiten dabei zu beachten sind – von Websites über Newsletter bis hin zu Social Media-Plattformen. Sie lernen Techniken kennen, um die Anforderungen von Suchmaschinen und Algorithmen zu erfüllen und um überzeugende Headlines, Teaser und Betreffzeilen zu formulieren.

THEMEN

1. Tag Schreiben fürs Web – Grundlagen

- Texten für Print, Web und Social Media: Unterschiede und Besonderheiten
- Leserverhalten im Netz
- SEO-Basiswissen: Texten für Suchmaschinen
 - Die richtigen Keywords wählen und einsetzen
 - Title-Tag und Meta-Description
 - Tipps und Techniken für ein besseres Ranking auf Google & Co.
- Headlines und Teaser: Der Einstieg in den Text
 - Attraktive Headlines formulieren: Der Trick mit den Ws
 - Vom Cliffhanger zum Call-To-Action: Teaser und Kurztexte
- Usability und Design: Webtext-Usability und Lesbarkeit

2. Tag Texte für Media

- Facebook, Twitter, Xing & Co: Die wichtigsten sozialen Netzwerke im Überblick
- Was User erwarten: Erfolgskriterien für Social Media
- Posten auf Facebook
- Listening und Monitoring: Die richtigen Themen finden und planen
- Der perfekte Post: Reizt er zum Liken, Kommentieren, Teilen?
- Die Macht von Emojis, Reactions und Erwähnungen

- Exkurs: Facebook-Algorithmus und -Ads
- Texten für Xing und LinkedIn: Besonderheiten von B2B-Plattformen
- Microblogging und Twitter: Hashtags, Verlinkungen & Co.
- Moderationsleitfaden für Krisenkommunikation

3. Tag Storytelling auf Instagram

- Instagram Basics: Einstellungen, Newsfeed, Stories
- Texten für Instagram: Bitte nicht zu kurz!
- Der etwas andere Instagram-Algorithmus

Exkurs: Multimediales Erzählen

- Multimediales Erzählen auf Facebook, Instagram & Co.
- Bilder, GIFs und (Live-)Videos effektiv einsetzen

IM ZERTIFIKATSKURS "DIGITALE SCHREIBWERKSTATT" ERFAHREN SIE...

- was einen guten Online-Text ausmacht.
- mit welchen Keywords, Title-Tags und Formulierungen Sie Leser und Suchmaschinen überzeugen.
- nach welchen Kriterien die Algorithmen sozialer Netzwerke funktionieren.
- wie Sie Headlines und Teaser formulieren auch für Newsletter und E-Mailings.
- wie Sie den perfekten Post für Facebook, Twitter, Xing & Co. erstellen.
- wie Sie eine Geschichte auf Instagram erzählen.
- wie Sie multimediale Elemente professionell einsetzen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Schreibtrainer und Experten für Online-Texte
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Profi-Tipps, Best Practices und Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop.

Bitte bringen Sie – nach Möglichkeit – einen Laptop/ein Tablet ins Seminar mit.

Vom Schreiben fürs Web über SEO-optimiertes
Texten, von E-Mailings und Social MediaContent bis hin zum Storytelling – jede
vorstellbare Form digitaler Texterstellung
wurde uns Teilnehmern Schritt für Schritt
beigebracht. Die Referentenriege war top.
Ebenso die Praxisteile in kleinen und intensiven
Arbeitsgruppen. Daher: Immer wieder gern.
Teilnehmerin "Digitale Schreibwerkstatt" 2019

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lektorat und Redaktion, Produktmanager, Online-Redakteure, Content-Manager, Marketing- und PR-Manager, Website- und E-Commerce-Manager, Mitarbeiter aus Agenturen und Unternehmen, die für die Erstellung und Optimierung von Online-Inhalten verantwortlich sind.



Seminarleitung:
Peter Berger, Medienberater und -trainer

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Martin Heller, Head of Video Innovations, Welt N24 und Gründer, IntoVR
Claudia Lüersen, Geschäftsführung, Companions
Viktoria Tarnow, Leiterin Online Retention Management, Tchibo

Termin 1: 27.04. - 29.04.2020 (Hamburg) Termin 2: 29.07. - 31.07.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-

Seminar-Nr.: 100107 (Termin 1, Hamburg) bzw. 100108 (Termin 2, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Digitale Schreibwerkstatt".

Fachredakteur crossmedial

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Die Arbeit in der Fachredaktion hat sich in den letzten Jahren radikal verändert: Redakteure – egal, ob im Fachjournalismus, im Corporate Publishing oder in der B2B-Kommunikation – bereiten Inhalte heute nicht mehr nur für ein Medium, sondern für verschiedene Kanäle auf, vom Print-Magazin über Website und Blog bis hin zu Social Media. Damit steigen die Anforderungen an Fachredakteure, die hochwertige und zielgruppenorientierte Texte verfassen müssen und zudem das crossmediale Handwerkszeug beherrschen sollen.

Genau hier setzt der Zertifikatskurs an und zeigt, worauf es in der Redaktionsarbeit heute ankommt: Wie können Sie Ihre Inhalte in verschiedenen Formaten umsetzen – von der Hintergrund-Reportage bis zum snackable Content für Facebook, Twitter & Co.? Welche sind die journalistischen Grundlagen für gute Fachartikel in Print und was müssen Sie beim Schreiben fürs Web zusätzlich beachten? Wie formulieren Sie ein wirkungsvolles Social Media-Posting? Und wie sieht das Skript für ein erfolgreiches Web-Video aus?

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die wesentlichen Kompetenzen für eine erfolgreiche Arbeit in der Print- und Online-Redaktion von Fachmedien – vom journalistischen Handwerkszeug bis hin zu Web- und Suchmaschinen-Know-how. Die Teilnehmer lernen Methoden kennen, um passgenaue Themen für ihre Zielgruppen zu entwickeln und die Inhalte crossmedial für verschiedene Print- und Online-Formate aufzubereiten. Zudem erfahren sie, wie sie ihren Fachcontent mit professionellen Postings und Videos auf Social Media und Online-Portalen verhreiten

THEMEN

1. Tag Einführung: Das Berufsbild im Wandel – Neue Anforderungen an Fachredakteure

Zielgruppenfokussierung

- Zielgruppenanalyse: Wer sind meine Leser?
- Leserforschung: Aktuelle Methoden und Trends
- Elemente für gute Texterstellung

Schreibwerkstatt - Fachtexte entwickeln und verfassen

- Effizientes Schreiben: Von der Idee zur Schlusskorrektur
- Themen finden und Geschichten entwickeln
- Textstruktur: Aufbau, Einstieg, Stilformen & Co.
- Sprache: Verständlich und leserorientiert schreiben

2. Tag Texten fürs Web

- Nutzerverhalten: Wie sich User von Lesern unterscheiden
- Teaser-Mechanismen, die zum Klicken anregen
- Textgestaltung: Längere Texte userfreundlich strukturieren
- SEO-Basiswissen für ein besseres Ranking auf Google

Crashkurs Web-Analyse

- Herausfinden, was User wirklich wollen
- Mit Web-Analyse Userführung und Content verbessern

3. Tag Online-Kanäle und Social Media für Fachcontent

- Facebook, Twitter, LinkedIn: Social Media-Kanäle im Überblick
- Crossmediale Content-Strategie
- Gute Postings für Social Media
- Einsatz von Bildern, Grafiken, Tabellen und Videos

Textkritik

- Analyse von Teilnehmer-Texten
- Quotenkiller: Sprachliche Mängel, die Leser kosten
- Redigiertechniken
- Konstruktives Feedback: Zusammenarbeit mit Autoren

4. Tag (Multimediales) Storytelling für Fachredakteure

- Wann Geschichten reinen Fakten überlegen sind
- Storvtelling für Text und Video
- Die Heldenreise: Grundformel aller Geschichten
- Die Logline: Stories auf den Punkt bringen

Mobile Reporting, Video, Bewegtbild - Teil I

- Der Fachredakteur als Videoreporter
- Dos & Don'ts für gute Video-Skripte
- Planung und Umsetzung von Web-Videos (per Smartphone)

5. Tag Mobile Reporting, Video, Bewegtbild - Teil II

- Reichweitenoptimierung für Video & Co.
- Produktion von Video und Foto-Content: Tools und Techniken

Presse- und Urheberrecht für Redakteure

- Ursprung, Reichweite und Ausprägung der Pressefreiheit
- Journalistische Sorgfaltspflicht und Pressekodex
- Urheberrecht: Grundlagen
- Gegendarstellung, Widerruf, Richtigstellung

IM ZERTIFIKATSKURS "FACHREDAKTEUR CROSSMEDIAL" ERFAHREN SIE ...

- was die Grundlagen für erfolgreiche crossmediale Redaktionsarbeit sind von Print bis Online.
- wie Sie für Print- und digitale Fachmedien zielgruppengerecht texten.
- wie Sie Inhalte auf unterschiedlichen Kanälen optimal verwerten.
- wie Sie Fachcontent wirksam auf Social Media kommunizieren.
- wie Sie professionelle Videos mit dem Smartphone produzieren.
- welche rechtlichen Rahmenbedingungen Sie als (Fach-)Redakteur kennen und beachten sollten.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten aus dem (Online-)Journalismus
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eine eigene Textprobe bis zwei Wochen vor Seminarbeginn einzusenden.

> **7** Tolles Seminar und erstklassige Seminarleitung! Neben gutem Handwerkszeug, das ich bereits jetzt in meiner täglichen Arbeit anwende, gab es viele praxisnahe Tipps! Teilnehmerin "Fachredakteur crossmedial" 2019

ZIELGRUPPE

Fachredakteure (ob erfahren, Nachwuchs oder Quereinsteiger), die ihre Kenntnisse auffrischen und im Bereich Print- und Online-Redaktion auf den neuesten Stand bringen wollen. Mitarbeiter und Unternehmenskommunikatoren (v. a. B2B) aus Instituten, öffentlichen Einrichtungen, Industrie und Handel, die Texte für Fach-Zielgruppen verfassen und optimieren wollen.



Seminarleitung: Steffen Sommer, Journalist und Schreibtrainer

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.: Benedikt Angermeier, Journalist und Social Media Constructor, BR Dr. Thomas Glückstein, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht Michael Netsch, Bewegtbild- und Video-Experte

Termin 1: 20.04. - 24.04.2020 Termin 2: 19.10. - 23.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 100109 (Termin 1) bzw. 100110 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Fachredakteur crossmedial".

Schreibtraining

Verständlich und zielgruppenorientiert texten

Egal ob in einem Fachartikel, einem Magazinbeitrag oder einem Online-Blog – durch klares und verständliches Deutsch fühlen sich Leser eher angesprochen als durch umständliche Formulierungen. Doch können Ihre Texte die Leser und Kunden tatsächlich überzeugen, abholen und binden? Schaffen Sie es, auch komplexe Themen so zu übersetzen, dass sie verstanden und gerne gelesen werden? Das Seminar führt Sie in zehn Schritten ein in die Welt der verständlichen, lebendigen und emotionalen Sprache. Abseits von Klingklang und Buzzwords schauen Sie nach zwei Tagen mit einem neuen Blick auf Ihren Schreibstil und wissen, wie Sie ihn ab sofort verändern können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wichtigsten Grundlagen für verständliches und zielgruppenorientiertes Schreiben für Print- und Online-Medien. Die Teilnehmer erfahren, wie sie durch die richtige Wortwahl, einfachen Satzbau und die Vermeidung von Jargon Texte verfassen, die ihre Leser und Kunden abholen. Auf Basis der vermittelten Kenntnisse und Methoden trainieren die Teilnehmer in zahlreichen Übungen professionelles Schreiben und lernen, wo die Stärken und Schwächen ihrer bisherigen Texte liegen.

THEMEN

- Grundlagen des verständlichen Schreibens Was ein Text mitbringen muss, um die Leser zu fangen
- Die zehn Interessenskategorien kommunikativen Schreibens Was einen Text für den Leser interessant macht
- Erkenntnisse der Leserforschung und der Verständlichkeitsforschung
 - Grundlagen der Kommunikationspsychologie
 - Welche Sprache Leser wirklich verstehen und welche nicht
 - Was wir heute alles über den Leser wissen (können)
- Was ist eigentlich gutes Deutsch? Grundlagen professioneller und zielgruppenorientierter Texterstellung
 - Das richtige Wort Wie Sie Blähdeutsch vermeiden
 - Der Jargon-Killer Vom abstrakten zum konkreten Begriff
 - Das Adjektiv Warum es in der Sprache der Kommunikation keinen Platz hat
 - Der Hauptsatz Wie Sie klar, präzise und abwechslungsreich schreiben
- Denglisch und Anglizismen Warum Ihr Leser kein Kauderwelsch mag
- Die Fachsprache Wie Sie Schwieriges mit einfachen Wörtern beschreiben
- Redigieren: Tipps und Tricks zur Optimierung von Texten
- Texten für Online-Medien und Schreiben fürs Web

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Fallbeispiele, Übungen, Analyse vorab eingesandter Teilnehmertexte.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Textbeispiele einzusenden bzw. diese zum Seminar mitzubringen, sodass sie auf Wunsch gemeinsam analysiert und bearbeitet werden können

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Redaktion, Lektorat, Marketing und PR, Corporate Publisher, Fachredakteure, Online-Texter, Blogger, Journalisten und alle, die beruflich Texte verfassen und diese künftig noch verständlicher und professioneller erstellen wollen.



Seminarleitung: Prof. Dr. Christoph Fasel, Geschäftsführer, fasel!

Termin 1: 05.03. - 06.03.2020 Termin 2: 09.06. - 10.06.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 100116 (Termin 1) bzw. 100117 (Termin 2)

Schreibblockaden überwinden

Texte schneller und effizienter auf den Punkt bringen



Egal, ob es sich um Beiträge für das Mitarbeitermagazin, eine Meldung für die Unternehmenswebsite oder einen neuen Newsletter handelt – stehen auch Sie vor der Herausforderung, innerhalb kurzer Zeit Texte erstellen zu müssen, die verständlich, klar strukturiert und an den Bedürfnissen Ihrer Leser orientiert sind? Und schafft dieser zeitliche Druck auch bei Ihnen ab und an innere Blockaden? Unser Seminar zeigt, wie Sie künftig innerhalb eines Schreib-Projektes alles im vorgegebenen Zeitrahmen auf den Punkt bringen, und gibt Antworten auf folgende Fragen: Wie findet man den richtigen Einstieg und einen roten Faden für den eigenen Text? Wie korrigiert man schnell und effektiv? Wie können auch schwierige Sachverhalte erfasst und sprachlich vereinfacht werden? Und wie erstellt man einen geeigneten Schreibplan?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Tools und Instrumente, die Ihnen helfen, Texte und Schreib-Projekte künftig schneller und effizienter zum Abschluss zu bringen. Sie entwickeln u. a. einen detaillierten Schreibzeitplan, um Blockaden in einen kreativen Schreibfluss zu wandeln – und künftig alles zum richtigen Zeitpunkt in der richtigen Form und Länge zu texten.

THEMEN

- Schreibblockaden: Ursachen und Hintergründe
 - Eigene Schreibbarrieren erkennen: Unklarer Schreibprozess, häufige Korrekturen, falsche Bewertungen, innerer Zensor & Co.
 - Erste Annäherung: Überwindung von Schreibangst
- Die Vorbereitung: Schreibblockaden schon im Vorfeld entgegenwirken
 - Der Schreibprozess: Die 5 Schreibphasen kennen und nutzen
 - Geschützte Schreibräume schaffen
- Der Start: Komplexe Sachverhalte erfassen und sprachlich vereinfachen
 - Die Kernaussage eines Themas finden: Der Küchenzuruf
 - Der verflixte erste Satz: Wie Sie Ihr Thema auf den Punkt bringen
- Die Ideenfindung: Techniken für gute Texte kennen und anwenden
 - Automatisiertes Schreiben
 - Ideensammlung mit Clustering
 - E-Mail-Technik
- Die Text-Optimierung: Instrumente und Tools für die Überarbeitung von Rohtexten
 - Eigene Texte korrigieren: Eine Checkliste
 - Die passende Sprache finden: Kriterien für Verständlichkeit
- Schnell geschrieben: Die Schritte eines Text-Projektes
 - Bestimmung von Motivation und Zielgruppe
 - Zeitdefinition: Den zeitlichen Rahmen festlegen
 - Klärung der Schreibaufgaben: Ziele definieren
 - Die Schreibsitzung
 - Kontrolle des Schreibprozesses
 - Etablierung von Schreibgewohnheiten

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen, Checklisten. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Seminarbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Kurs zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Redaktion, PR und Marketing, Corporate Publisher, Fachredakteure, Blogger und alle, die beruflich längere Texte verfassen und ihren Schreibprozess beschleunigen möchten.



Seminarleitung:
Antie Schmid, Journalistin und Schreibtrainerin

Termin: 23.04. - 24.04.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995.-

Fachtexte schreiben und redigieren

Schreibtraining für Fachredakteure



Egal ob es um eine Meldung zu neuen IT-Services, ein Feature über Wachkomapatienten oder ein Interview mit einem Biolandwirt geht – Fachtexte müssen nicht nur informieren, sondern vom ersten Satz an überzeugen. Es gilt, komplexe Themen klar und anschaulich zu vermitteln und die Leser so nachhaltig zu begeistern. Doch wie gelingt es Ihnen als Redakteur, auch unter Zeitdruck spannende Fachtexte zu verfassen und Ihre Zielgruppe dauerhaft an das eigene Medium zu binden? Wie können Sie trockene Themen informativ und leserfreundlich aufbereiten – ob für B2B-Kunden oder die Fachcommunity? Wie locken Sie mit suchmaschinenoptimierten Texten neue User auf Ihre Website? In diesem Seminar lernen Sie das Schreibwerkzeug für verständliche und zielgruppengerechte Fachtexte in Print und digital kennen und anzuwenden – von Stilkunde über Redigiertechniken bis hin zu Storytelling.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das Handwerkszeug für das Verfassen von verständlichen und leserfreundlichen Fachtexten in Print und digital. Die Teilnehmer erfahren, wie sie Fachthemen auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe zuschneiden und mit Storytelling anschaulich aufbereiten. Sie lernen Regeln für gutes Deutsch und Redigiertechniken kennen, um eigene und fremde Texte zu optimieren.

THEMEN

- Grundlagen und zielgruppenorientierte Sprache
 - Zielgruppe im Fokus: Wer ist mein Leser und was braucht er?
 - Passende Themen finden und entwickeln
 - Hintergründe und Schlussfolgerungen: Den Kontext beleuchten
- Klassische Darstellungsformen von Fachtexten und ihre Besonderheiten
 - Nachricht, Bericht und Fake-News
 - Newsletter, Interviews und Kommentar
 - Reportage und Feature
- Schreibwerkstatt Professionell texten
 - Texten mit Relevanz und Nutzwert: Checkliste
 - Grundregeln für gute Überschriften und Teaser: Kurztexte
 - Umgang mit Zahlen, Fakten und Bildern: Grafik, Infografik & Co.
- Gutes Deutsch Klar und verständlich schreiben
 - Kleine Stilkunde über Floskeln, Füllwörter, Schachtelsätze & Co.
 - Strukturelle Schwächen von Texten vermeiden
- Schreiben fürs Web
 - Leserverhalten im Netz: Was online anders ist
 - SEO Basiswissen: Tipps für suchmaschinenoptimiertes Texten
 - Online-Texte userfreundlich aufbauen und gestalten
- Storytelling Komplexe Sachverhalte mit Leben füllen
 - Textdramaturgie: Einstieg, Spannungsbogen, Überleitungen, Ausstieg
 - Kreatives Texten: Visuell, szenisch und figurenorientiert schreiben
 - Geschichten erzählen: Die Heldenreise
- Redigieren: Techniken zur Optimierung von eigenen und fremden Texten

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, praktische Übungen, Arbeit an eigenen und fremden Print- und Online-Texten.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Textbeispiele einzusenden bzw. diese zum Seminar mitzubringen, sodass sie auf Wunsch gemeinsam analysiert und bearbeitet werden können

ZIELGRUPPE

Berufs- und Quereinsteiger, aber auch erfahrene Fachredakteure und Journalisten sowie alle, die beruflich Fachtexte verfassen und ihren Schreibstil professionalisieren wollen.



Seminarleitung:
Dr. Hendrik Markgraf, Journalist, redaktioneller Berater,
Cooch Trainer

Termin: 16.07. – 17.07.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Themen finden und managen für Print- und Online-Medien

Stellen auch Sie sich als Redakteur, Online-Texter oder Corporate Publisher die Frage: Welche Themen finden meine Leser und Kunden besonders spannend? Wie kann ich mein Thema so kommunizieren, dass die Leser am Ball bleiben? Wie finde ich – auch wenn der Kopf voll und die Zeit knapp ist – neue und originelle Blickwinkel auf ein Themenspektrum, das in der Praxis oft sehr eng erscheint?

Eine Möglichkeit, auch für schwierige oder schon häufig bearbeitete Themen relevante und neue Fragestellungen zu identifizieren, ist die Technik des Themen-Diggings, des Goldgrabens nach innovativen Themen-Ansätzen. Lernen Sie in unserem Seminar in fünf präzisen Schritten den Methodenbaukasten des Themen-Diggings kennen. Denn nur wenn Handwerkszeug und Organisation der Themenfindung stimmen, kann der schöpferische Prozess gelingen und neue Texte und Themen hervorbringen, die Lesern und Machern gleichermaßen Spaß bereiten.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt grundlegende Techniken zur erfolgreichen Themensuche und Themenfindung. Es zeigt, welche Themen für welche Zielgruppen mithilfe welcher Darstellungsformen bestmöglich aufbereitet werden können. Die Teilnehmer erfahren, wie sie immer wieder neue und interessante Ansätze erarbeiten und welche Werkzeuge das Themenmanagement im Produktionsalltag unterstützen können.

THEMEN

- Was ist eigentlich ein Thema für meine Zielgruppe? Und was nicht?
- Themen-Digging Themen finden und "ausgraben"
- Wie Sie mit einem Thema verschiedene Zielgruppen bedienen können
- Die Suche nach der Kernbotschaft Welche Geschichten Ihr Leser wirklich will
- Von Küchenzuruf und Fensterbrüller Wie man ein Thema journalistisch formuliert
- Pressemitteilung, Bericht, Reportage, Porträt, Glosse Welches Thema sich für welche Form eignet
- Themen variieren Wie der richtige Themenmix den Leser bei der Stange hält
- Strategische Themenfindung für Online-Medien Was sucht die Zielgruppe im Netz?

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Fallbeispiele, Übungen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Beispiele und Fragestellungen einzureichen bzw. diese zum Seminar mitzubringen, sodass sie auf Wunsch gemeinsam analysiert werden können.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Redaktion, Lektorat, Marketing und PR, Corporate Publisher, Fachredakteure, Online-Texter, Blogger, Journalisten und alle Schreiber, die für die Suche, die Umsetzung und das Management von Themen in Print- und Online-Medien verantwortlich sind.



Seminarleitung: Prof. Dr. Christoph Fasel, Geschäftsführer, fasel!

Termin: 17.11.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Werbetexter

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Ob Mailings, Anzeigen oder Flyer, ob mobile Sites oder Apps – die Bandbreite von Textsorten im Produktmanagement und Marketing ist groß. Erfolgreiche Texte müssen dabei nicht nur dem Kommunikationsziel, der Marke und dem Produkt selbst Rechnung tragen, sondern auch den Besonderheiten des Kanals, auf dem sie veröffentlicht werden – ob Print, online oder mobil. Zudem müssen sie nutzerorientiert und aktivierend verfasst sein und die Verkaufsargumente klar auf den Punkt bringen. Nur so können Werbetexte das Interesse potenzieller Kunden wecken und diese bestenfalls vom eigenen Angebot überzeugen.

In diesem Seminar lernen die Teilnehmer die wichtigsten Instrumente für das Konzipieren, Verfassen und Redigieren erfolgreicher Werbe- und Verkaufstexte kennen – von der konsequenten Zielgruppenansprache über Werbewirkungsprinzipien bis hin zu web- und suchmaschinen- optimiertem Schreiben.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Tools und Techniken für das Verfassen erfolgreicher Werbetexte von Print bis digital. Die Teilnehmer lernen Methoden kennen, um überzeugende Textkonzepte zu entwickeln und zielgruppenorientiert und verkaufsstark zu schreiben. Außerdem erfahren sie, wie sie ihre Texte für das Web optimieren können. So verbessern sie nicht nur ihren Schreibstil, sondern können auch den Erfolg ihrer Werbemittel dauerhaft erhöhen.

THEMEN

1. Tag Einführung: Was gute Werbetexte ausmacht

- Was wirkt wie? Aktuelles zu Kommunikationspsychologie und Leseverhalten
- Konsequente Zielgruppenorientierung: Kaufmotive in der B2Cund B2B-Kommunikation
- Textkonzeption und Briefings: Was muss vor dem Schreiben feststehen?

Das Texter-Werkzeug

- Die Dialogmethode: Fragen beantworten, Einwände behandeln
- Verständlich texten: Klar gliedern, prägnant formulieren, Wichtiges hervorheben
- Corporate Language und Zielgruppensprache: Sprachfarben für die Tonalität

2. Tag Werbe- und Verkaufstexte

- Die AIDA-Formel: Von der Aufmerksamkeit zum Call-to-action
- Überschriften und Vorspann: Den Leser für den Text gewinnen
- Insights, Kunden-Nutzen, USP, Reason why: Was macht Werbetexte überzeugend?

Kreativitätstechniken und Text-Bild-Dialog

- Mind-Mapping, Brainstorming, Brainwriting: Textideen finden, Schreibblockaden überwinden
- Kopfkino, Storytelling & Co.: Neue Leitideen entwickeln
- Text-Bild-Kombinationen konzipieren und umsetzen

3. Tag Schreiben fürs Internet

- Texten für Print und Online: Unterschiede und Gemeinsamkeiten
- Website, Blog, Landing Page: Online-Texttypen und Aufbau
- Facebook, Twitter, WhatsApp & Co.: Schreiben für Social Media

Suchmaschinenoptimiertes Texten

- SEO-Grundlagen
- Strategien und Kriterien für die Keyword-Auswahl
- Headlines und Teaser, die im Web überzeugen

4. Tag Texte redigieren

- Texte beurteilen, optimieren und überarbeiten
- Checklisten für Verkaufsorientierung, Stil, Aufbau und Layout

Auch der Text muss sich verkaufen

• Tipps und Tricks zur Textpräsentation

Textfeedback nehmen und geben

 Die richtigen Argumente in der Zusammenarbeit mit Auftraggebern oder Dienstleistern

IM ZERTIFIKATSKURS "WERBETEXTER" ERFAHREN SIE...

- mit welchen Techniken Sie überzeugende Werbetexte in Print und digital entwickeln und verfassen können.
- wie Sie mit leserorientierten und aktivierenden Texten den Erfolg Ihrer Werbemittel steigern können.
- wie Sie eigene und fremde Marketing- und Werbetexte beurteilen, redigieren und optimieren.
- wie Sie mit konkreten Tipps und Tricks Ihren eigenen Schreibstil verbessern.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Trainer aus der Praxis
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form (auch für Berufseinsteiger)
- Zuschnitt auf die Aufgabenfelder in Unternehmen, Medienhäusern und Agenturen
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen aus anderen Unternehmen

METHODEN

Schreibübungen und Überarbeiten von Texten, Vortrag, Präsentation, Diskussion, Fallbeispiele, Checklisten und Praxistipps.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Werbetexte/Textbeispiele einzureichen, um diese im Seminar zu besprechen.

Bitte bringen Sie – falls möglich – einen Laptop/ein Tablet für die interaktive Gestaltung des Seminars mit.

Praxisnah, intensiv und abwechslungsreich – das bringt es auf den Punkt. Von dem viertägigen Seminar bleiben jede Menge neue Impulse, Tipps und Techniken. Das macht das Erarbeiten von Werbetexten für Mailings, Flyer, Webseiten und Social Media leichter und bringt mich fast täglich auf neue Ideen.

Thomas Heinen, Leitung Anzeigenabteilung, Dähne Verlag

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Marketing, Produktmanagement, Verkauf und Vertrieb sowie alle, die mit dem Erstellen von Marketing- und Werbetexten betraut sind.



Seminarleitung:
Sigrid Varduhn, Kommunikationstrainerin und
Verkaufstexterin

Fachreferentin war bislang: Petra Meyer, Geschäftsführerin, Ippen Digital

Termin 1: 03.03. - 06.03.2020 Termin 2: 10.08. - 13.08.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.795,-

Seminar-Nr.: 100112 (Termin 1) bzw. 100113 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Werbetexter".

Verkaufsstark texten für Mailings, Newsletter & Co.

3, 2, 1 ... Es sind nur wenige Sekunden, die Ihr Mailing, Newsletter oder Werbetext hat, um die Aufmerksamkeit des Kunden zu gewinnen. Im besten Fall bleibt er am Ball, liest mit wachsendem Interesse weiter und entscheidet sich letztendlich für Ihr Angebot. Was das für Ihre Texte bedeutet? Sie müssen frisch, prägnant und aussagekräftig sein und zu Ihrer Marke, Ihrem Angebot und Ihrer Zielgruppe passen. Online-Texte müssen außerdem auch optisch klar strukturiert sein sowie die Anforderungen von Suchmaschinen erfüllen.

In diesem Seminar schärfen Sie den Blick für die Verkaufsstärke Ihrer Texte: Sie erfahren, wie Sie diese einprägsam und bildhaft gestalten, und lernen die Erfolgsfaktoren für leserorientiertes und aktivierendes Schreiben kennen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Techniken, um Texte in Mailings, Newslettern und anderen Werbemitteln empfängergerecht und werbewirksam zu gestalten. Die Teilnehmer erfahren, wie sie mit kreativen Übungen zu neuen Ideen kommen und mit aussagekräftigen Headlines und Teasern die Aufmerksamkeit ihrer Leser gewinnen. Dabei steht das Verfassen, Beurteilen und Überarbeiten von Mustertexten aus der Praxis im Vordergrund.

THEMEN

- Erfolgreiche Mailings, Newsletter und Werbetexte Woran Sie gute Texte in Print und Online erkennen
- Den richtigen Ton treffen Sprachfarben für Marke, Zielgruppe und Medium
- Von der Idee zum Text Kreativitätstechniken, die das Schreiben erleichtern
- Vom Produktmerkmal zum Kundennutzen In vier Stufen zu verkaufsstarken Texten
- Texte, die auf den Punkt kommen Verständlich, bildhaft und überzeugend formulieren
- Headlines, Teaser, Buzzwords Wie Sie die Aufmerksamkeit des Lesers gewinnen und halten
- Das macht den Unterschied Regeln fürs Online-Texten
- Blickverlauf, Aufbau und Layout in Print und Online Wegwerf- und Wegklickwellen überwinden
- Kopfkino, Storytelling, Rätseleffekt Neue Leitideen für Ihre Werbe- und Verkaufstexte

METHODEN

Vortrag, Beispiele, Text-Übungen, Diskussion.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Mailings/Textbeispiele einzureichen, um diese im Seminar zu besprechen.

Bitte bringen Sie – falls möglich – einen Laptop/ein Tablet für die interaktive Gestaltung des Seminars mit.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Agenturen und Unternehmen, insbesondere aus den Abteilungen Vertrieb, Marketing und Sales, die mit dem Verfassen von Mailings und Werbetexten betraut sind.



Seminarleitung: Sigrid Varduhn, Kommunikationstrainerin und Verkaufstexterin

Termin 1: 13.05. - 14.05.2020 (München) Termin 2: 17.09. - 18.09.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 100114 (Termin 1, München) bzw. 100115 (Termin 2, Berlin)

Texten fürs Web

Überschriften, Teaser, SEO

Fürs Internet schreiben bedeutet: anders schreiben – denn am PC, Tablet oder Smartphone lesen Menschen anders als auf Papier. Überschriften und Teaser müssen die User sofort neugierig machen. Texte müssen für Suchmaschinen aufbereitet werden. Und sie sollen auch noch bei Facebook, Twitter und anderen sozialen Netzwerken weiterempfohlen werden.

Doch was unterscheidet Web- von Print-Texten? Wie müssen Texte gestaltet sein, um die Lektüre am Bildschirm zu erleichtern? Wie können Headlines und Kurztexte sofort überzeugen? Und wie werden Beiträge auf Facebook, Twitter und Co. viral? In diesem Seminar lernen Sie, worauf es beim Texten für das Internet ankommt – von Blogbeiträgen über Marketingtexte bis hin zu digitalen Produktbeschreibungen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt den Teilnehmern, wie sie erfolgreiche Online-Texte verfassen. Sie lernen die neuesten Erkenntnisse der Leser- und Nutzungsforschung anhand zahlreicher Beispiele aus der Praxis kennen und erfahren, wie Überschriften und Teaser im Netz funktionieren und wie gute Social Media-Postings aussehen. Auf Grundlage dieser Kenntnisse üben die Teilnehmer, selbst internetgerecht zu schreiben, und erfahren, wo die Stärken und Schwächen ihrer bisherigen Web-Texte liegen.

THEMEN

- Grundlagen Was macht gute Online-Texte aus?
 - Print vs. online: Leseverhalten im Netz
 - Blogartikel, Google-Snippet & Co.: Online-Texttypen und Kanäle im Überblick
- Online-Texte gestalten Wie werden Web-Texte leserfreundlich?
 - Aufbau und Länge von Online-Texten
 - Sprache und Stil im Netz
 - Layout und Bilder
- Headlines, Teaser und Bildzeilen Was macht die User neugierig?
 - Headlines und Title-Tag
 - Teaser und Abstracts
- Suchmaschinenoptimierung Wie steigen Texte im Google-Ranking in die Top Ten?
 - SEO On- und OffPage
 - Keywords und Triggerwords
 - Link und Linktitel
- Texten für Social Media Wie werden Facebook-Posts und Tweets viral?
 - Besonderheiten und Algorithmen der einzelnen Plattformen von Twitter bis Facebook
- Formulieren von Postings, Tweets und Network-Beiträgen

METHODEN

Vortrag, Fallbeispiele, praktische Übungen und konkrete Textarbeit, Diskussion. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Textbeispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen (Online-)Marketing, Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie Lektoren, Redakteure und alle, die mit dem Verfassen von Online-Texten betraut sind.



Seminarleitung: Markus Reiter, Medienberater und Schreibcoach

Termin 1: 21.01. – 22.01.2020 (München) Termin 2: 17.06. – 18.06.2020 (Stuttgart) Termin 3: 27.08. – 28.08.2020 (Berlin) Termin 4: 10.11. – 11.11.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 100120 (Termin 1, München), 100121 (Termin 2, Stuttgart), 100122 (Termin 3, Berlin) bzw. 100123 (Termin 4, München)

Crossmediale Content-Produktion

Geschichten für Print, Online und Social Media planen und erstellen

Eine Story, breit gestreut auf vielen Kanälen – Journalismus ist heute crossmedial und verändert die redaktionelle Arbeit zunehmend. Um eine Geschichte für verschiedene Medien verwenden zu können, reicht bloßes Copy & Paste nicht aus. Berichte müssen durch Online-Angebote, interaktive Elemente und Social Media-Aktionen erweitert werden. Für den Reporter heißt das: O-Töne sammeln, Fotos schießen, Videostatements drehen und oft auch noch live twittern.

Doch wie lässt sich eine Story erfolgreich für verschiedene Kanäle planen? Wie gelingt es, Print- und Online-Content bestmöglich zu verbinden? Welcher Aufhänger passt für welches Medium? Und wie lässt sich eine Crossmedia-Story tatsächlich in der Praxis umsetzen – von der Einbindung von Texten. Posts und Bildern bis hin zu Videos?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die organisatorischen und technischen Grundlagen zur Erstellung crossmedialer Storys. Die Teilnehmer lernen, worauf es bei der crossmedialen Content-Produktion in welchem Medium ankommt, wie sie eine Geschichte für verschiedene Kanäle planen, Audio- und Video-Material einbinden und die Story im Redaktionsalltag umsetzen.

THEMEN

- Crossmedia-Journalismus Ein Überblick
- Einsatzmöglichkeiten von Content Print, Online, Social Media
- Konzeption eines crossmedialen Projekts Bausteine und Planung
- Inhalte anpassen Von Print zu Online
 - Welche Print-Storys auch im Netz funktionieren
 - Planung und Produktion von crossmedialem Content
 - Bild, Video, Audio Multimedia-Formate und -Tools
 - Nötige Vorbereitungsschritte und Equipment
- Schwerpunkt Website
 - Seitenaufbau und einfache Navigation
 - Userverhalten Seitenaufruf, Klickpfade, Verweildauer, Absprungrate, CTR
 - Website-Building Die richtigen visuellen Elemente wählen
- Schwerpunkt Bild/Foto
 - Kamera-Einsatz und Fotografie-Basics
 - Bildauswahl Visuelle Gestaltung von crossmedialen Storys
 - Bildergalerien Aufbau und Struktur
- Schwerpunkt audiovisuelle Elemente
 - Umsetzung audiovisueller Medieninhalte
 - Audio- und Videoproduktion Technische Grundlagen
 - Basics des Filmens Drehen und Schneiden mit Smartphone oder Kamera
 - Bildgestaltung und Bildaufbau
- Schwerpunkt Social Media Crosspromotion
 - Crosspromotion
- Facebook & Twitter Social Media für crossmediale Storys nutzen
- Posts und Tweets Aufbereitung von Content für soziale Medien

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Best Practices und Arbeit an Fallbeispielen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Beispiele und Fragestellungen einzureichen bzw. diese zum Seminar mitzubringen, sodass sie gemeinsam analysiert werden können

Bitte bringen Sie für die interaktive Gestaltung des Seminars Ihr Notebook, Ihr Handy, Kopfhörer sowie Ihr Ladekabel mit.

ZIELGRUPPE

Redakteure, Volontäre oder Quereinsteiger der Bereiche Print, Online, Social Media, Radio oder TV, die erfahren möchten, wie sie Storys crossmedial konzipieren und produzieren können.



Seminarleitung:

Miriam Klaussner, Journalistin und Expertin für Online, Radio. TV und Social Media

Termin 1: 30.07. - 31.07.2020 (München) Termin 2: 05.10. - 06.10.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 100119 (Termin 1, München) bzw. 100132 (Termin 2, Hamburg)

Multimediale Inhalte mit dem Smartphone erstellen

Webvideos, Bild- und Audio-Content für Social Media & Co.



Bilder und Videos erzeugen mehr Traffic für Websites, Live-Streamen wird beliebter und Fotostorys und News gehen quasi in Echtzeit online, um die User so schnell wie möglich auf die eigene Seite oder Social Media-Angebote zu leiten. Mobile Reporting ist ein neuer Trend, bei dem Bild-, Text- und Videobearbeitung mit entsprechenden Apps schnell und einfach auf dem Smartphone möglich sind – und das bei enormer Mobilität, Geschwindigkeit und geringen Produktionskosten. Doch um tatsächlich Klicks auf sozialen Plattformen und Websites zu erhalten, gilt es, den mobilen Content professionell zu produzieren und aufzubereiten.

Welche Formate bietet das Mobile Reporting und wie werden sie erstellt? Welche Foto-, Audio- und Video-Apps gibt es und wann ist ihr Einsatz sinnvoll? Welches technische Equipment wird benötigt? Und mit welchen Storytelling-Methoden lassen sich multimediale Inhalte am besten darstellen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt, wie sich mit dem Smartphone professionell und kostengünstig journalistische Beiträge erstellen lassen. Die Teilnehmer erfahren, welche dramaturgischen Gestaltungsmöglichkeiten Mobile Reporting bietet und wie sie mit Foto-, Audio- und Video-Apps multimediale Storys in der Praxis realisieren.

THEMEN

- Einführung Was ist Mobile Reporting?
- Überblick über Formate und deren Möglichkeiten
- Apps für mobiles Storytelling mit Bildern, Audio und Video
- Mobile Reporting-Einsätze Vorbereitung und technisches Equipment (Hardware)
- Schwerpunkt Bilder und Foto-Content
 - Basics zu Bildsprache und Bildaufbau
 - Dramaturgie einer Fotostory
 - Fotostorys mit Apps
 - Bildbearbeitung
- Schwerpunkt Video-Content
 - Videoformate mobil produzieren
 - Filmen und mobiles Schneiden mit dem Handy in der Praxis
 - Das Video-Interview: Bildeinrichtung, Ton, Dramaturgie
 - Storytelling mit Video-Apps
- Erstellung von multimedialen Inhalten
- Audiovisuelles Storytelling
 - Tipps, Tricks und Equipment rund um Audio
 - Einfache Mobile Reporting-Formate mit Bild und Ton
- Planung und Konzeption einer Kurz-Reportage

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, praktische Übungen, Arbeit an Fallbeispielen.

Bitte bringen Sie zum Seminar Ihr Smartphone mit Ladekabel mit.

ZIELGRUPPE

Online-Redakteure, PR-Mitarbeiter, freie Journalisten, Blogger sowie Volontäre, Quereinsteiger und (Nachwuchs-)Redakteure in Fachredaktionen, die mit dem Smartphone von unterwegs multimediale Inhalte produzieren und direkt berichten möchten.



Seminarleitung:
Miriam Klaussner, Journalistin und Expertin für Online,
Radio. TV und Social Media

Termin: 25.06. - 26.06.2020

Tagungsort in Köln

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 100126

Interviews professionell führen und schreiben

Von der Terminanfrage bis zur Druckversion

Das Interview zählt zu den beliebtesten und gleichzeitig anspruchsvollsten journalistischen Gattungen. Es informiert, unterhält, zeichnet ein persönliches Bild des Befragten und fasziniert, weil es den Leser unmittelbar an einem Gespräch teilhaben lässt. Kein anderes Genre stellt aber derart hohe Anforderungen an den Fragensteller. Im Interview muss ein genau festgelegter, oft zu knapp bemessener Zeitrahmen optimal genutzt werden. Eine zweite Chance gibt es meist nicht. Neben sprachlichem Geschick und Schlagfertigkeit muss der Interviewer psychologische Standhaftigkeit und vor allem Einfühlungsvermögen mitbringen. Um schließlich ein überzeugendes Gesprächsergebnis zu liefern, ist zudem eine sorgfältige Vor- und Nachbereitung nötig. Denn nur wer genug über seinen Interviewpartner weiß, stellt die richtigen Fragen. Und nur ein gekonnt redigiertes Gespräch wird vom Leser als authentisch, informativ und mitreißend empfunden.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die nötigen Techniken und Kenntnisse rund um den professionellen Umgang mit Interviews: von der Planung und Organisation über die Gesprächsführung und Autorisierung bis hin zur Erstellung der Druckfassung und deren Vermarktung in Agenturmeldungen sowie die Aufbereitung für Online-Medien.

THEMEN

- Interviewplanung: Ziel, Inhalt, Thema und Gesprächssituation vorbereiten
- Interviewsituationen: Per Telefon, per E-Mail, in großer Runde
- Fragearten und -techniken für Schweiger, Vielredner oder Nerds: Welches Vorgehen bei welchem Interviewpartner Erfolg hat
- Interviews in Extremsituationen: Umgang mit schwierigen Interviewpartnern, Ablenkungen und weiteren Störfällen
- Nonverbale Kommunikation: Was Gestik & Mimik über den Gesprächspartner verraten – und wie der Interviewer beides selbst für sich einsetzen kann
- Vom Gesprochenen zum Gedruckten: Interviews transkribieren, redigieren und autorisieren
- Werbewirkung durch gute Gespräche: Interviews als Marketingtool für das eigene Medium
- Das Interview im Fachmedium, in der Kundenzeitschrift & Co.
- Interviews digital: Unterschiede zu Print, Ergänzungen und Besonderheiten

METHODEN

Theorievortrag, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen, Übungen. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Textbeispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Corporate Publishing, Unternehmenskommunikation, Content Marketing, PR und Öffentlichkeitsarbeit sowie Redakteure und Journalisten, die spannende Interviews führen und vermarkten wollen.



Seminarleitung:
Peter Gaide, Journalist und Kommunikationsberater

Termin 1: 19.05.2020 Termin 2: 12.11.2020 Tagungsorte in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595.-

Seminar-Nr.: 100127 (Termin 1) bzw. 100133 (Termin 2)



Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen



Professionelle Texte sollten möglichst fehlerfrei sein. Dafür hat jeder zu sorgen, der sie beruflich verfasst oder vertreibt. Durch Zeitdruck und hohe Arbeitsbelastung wird diese Selbstverständlichkeit oft zur Herausforderung. Der langwierige Übergang zur reformierten Rechtschreibung kam noch erschwerend hinzu. Er sorgt bis heute dafür, dass oftmals der Überblick über die Neuerungen in der aktuellen Rechtschreibung fehlt. Umso mehr kommt es für die Schreibenden und Korrekturleser darauf an, sich das neue Regelwerk mit möglichst geringem Aufwand anzueignen.

Erfahren Sie, wie Sie Texte im Berufsalltag schnell und effizient auf Fehler überprüfen können und welche Strategien zu stilsicheren Texten führen

SEMINARZIEL

Das Seminar bietet die Möglichkeit, die Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung mit geringem Zeitaufwand im Detail kennen und einsetzen zu lernen. Die Teilnehmer eignen sich Techniken an, um Texte unter Berücksichtigung dieser Regeln schnell und gründlich Korrektur zu lesen. Sie erfahren zudem, wie man treffend, verständlich und gendergerecht formuliert.

THEMEN

- Ziele, Umfang und Bedeutung der Rechtschreibreform
 - Fehleinschätzungen vermeiden
- Die deutschen Rechtschreibregeln seit der Rechtschreibreform
 - Worttrennung
 - Zeichensetzung
 - Laut-Buchstaben-Zuordnung
 - Groß- und Kleinschreibung
 - Getrennt, zusammen oder mit Bindestrich
- Systematisches und schnelles Korrekturlesen im Mehrschrittverfahren
 - Rechtschreib- und Zeichensetzungsfehler
 - Uneinheitliche Benennungen und Schreibweisen
 - Inkorrekte Formalia
- Korrekturlesen Die häufigsten Fehlerquellen
 - Groß- und Kleinschreibung nach dem Doppelpunkt
 - Aufzählungen mit Spiegelstrichen
 - Verwendung des Bindestrichs
 - Schreibweise von Anglizismen und von Verbindungen aus Anglizismen und deutschen Wörtern
 - Formalia (nach DIN 5008)
- Gendergerecht schreiben
 - Rechtschreiblich und sprachlich korrekte Schreibweisen für alle Geschlechter
 - Kriterien für gendergerechtes Schreiben

METHODEN

Kurzreferat, Lehrgespräch, Übungen, als Nachschlagewerk nutzbares Manuskript. Auf Wunsch Arbeit an Textbeispielen der Teilnehmer.

ZIELGRUPPE

Alle, die Texte verfassen, korrigieren und/oder in textverarbeitenden Berufen tätig sind.



Seminarleitung: Lisa Walgenbach, Sprachwissenschaftlerin und freie Trainerin

Termin 1: 16.01.2020 (Seminar-Nr.: 100093, München)
Termin 2: 11.03.2020 (Seminar-Nr.: 100094, Hamburg)
Termin 3: 24.06.2020 (Seminar-Nr.: 100095, München)
Termin 4: 24.08.2020 (Seminar-Nr.: 100097, Frankfurt a. M.)
Termin 5: 09.11.2020 (Seminar-Nr.: 100096, München)
Termin 6: 27.11.2020 (Seminar-Nr.: 100098, Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Deutsche Grammatik

Die wichtigsten Regeln für fehlerfreies Schreiben und gutes Deutsch



E-Mails, WhatsApp-Nachrichten und Social Media-Posts: Infolge immer schnellerer Kommunikation ist bei vielen Schreibenden das Bewusstsein für Grammatik verloren gegangen. Dabei ist gerade im Business-Kontext gutes und korrektes Deutsch essenziell für das professionelle Auftreten eines Mitarbeiters und das positive Erscheinungsbild des gesamten Unternehmens – egal, ob es sich um die E-Mail-Korrespondenz mit Partnern und Auftraggebern, klassische Werbetexte für Kunden oder die Kommunikation in Social Media handelt. In diesem Seminar lernen die Teilnehmer in allgemein verständlicher Form die Bereiche der deutschen Grammatik kennen, die häufig zur Anwendung kommen und erfahrungsgemäß besondere Schwierigkeiten bereiten – inklusive klarer Lösungen, um diese Fallstricke und Zweifelsfälle künftig zu meistern.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt ausgewählte Kapitel der deutschen Grammatik. Die Teilnehmer erfahren, welche die wichtigsten Grammatik-Regeln sind und wie sie diese einfach und sicher anwenden können. Ziel ist es, die vorhandenen Kenntnisse zu festigen, zu erweitern und zu vertiefen. Im Fokus stehen dabei grammatische Zweifels- und Problemfälle, die bei der Textproduktion häufig zu Fehlern führen.

THEMEN

- Deutsche Grammatik: Einführung
- Bestimmung wichtiger Wortarten, Satzglieder und Satzarten
- Zeitenfolge in Satzgefügen: Verwendung der richtigen Zeitenformen des Verbs
- Von Doppelpunkt bis Bindestrich: Korrekte Komma- und Zeichensetzung
- Bildung und Gebrauch der Konjunktive I und II in direkter Rede & Co.
- Grammatische Kongruenz was ist korrekt: Als Beratungshonorar wurde/ wurden 5.000 Euro vereinbart?
- Flexion von Adjektiven was ist korrekt: nach plötzlichem(,) heftigem Börseneinbruch/nach plötzlichem heftigem Börseneinbruch?
- Fehlerträchtige Bereiche der deutschen Grammatik
 - Artikelgebrauch bei Anglizismen
 - Wortstellung beim Komparativ mit "als"
 - Kommasetzung mit Sinnveränderung

METHODEN

Kurzreferat, Lehrgespräch, als Nachschlagewerk nutzbares Manuskript sowie praktische Übungen, die den Teilnehmern helfen, das Gelernte aktiv anzuwenden.

ZIELGRUPPE

Für alle, die ihr Grammatikwissen auffrischen und Grammatikfragen künftig "einfacher" klären wollen.



Seminarleitung: Lisa Walgenbach, Sprachwissenschaftlerin und freie Trainerin

Termin: 14.09.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,Seminar-Nr.: 100100

Einheitliche Unternehmenstexte und Hausorthografien

Die deutsche Rechtschreibung sicher anwenden



Potenzial oder Potential? Projektmanagement oder Projekt-Management? Das "Amtliche Regelwerk der deutschen Rechtschreibung" weist eine Vielzahl von Kann-Bestimmungen und Schreibvarianten auf. In rund 3.000 Fällen können Wörter auf verschiedene Weisen geschrieben werden, ohne ihre Bedeutung zu verändern. Soweit kein Problem. Es sei denn, auf Ihrer Website und in Ihren Publikationen finden sich mehrere Schreibvarianten ein- und desselben Wortes. Denn gerade Unternehmenstexte sollten nicht nur orthografisch korrekt, sondern auch einheitlich verfasst sein. Dies gilt für Fachausdrücke ebenso wie für Firmen- und Produktnamen oder Wortneuschöpfungen aus der Werbesprache.

Was also tun, wenn das Regelwerk für ein Wort zwei Schreibungen zulässt oder so genannte Kann-Bestimmungen formuliert? Sie sollten möglichst pragmatisch Richtlinien aufsetzen, die im gesamten Unternehmen gelten. Erfahren Sie im Seminar, wie Sie auf Basis der deutschen Rechtschreibung die orthografische Einheitlichkeit von Texten herstellen und eine Hausorthografie für Ihre Organisation, Ihre Kunden oder Ihre Auftraggeber erarbeiten können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Regeln der deutschen Rechtschreibung und nimmt dabei vor allem jene Bereiche in den Blick, die besonders viele Schreibvarianten und Kann-Bestimmungen aufweisen. Die Teilnehmer erfahren, wie sie rechtschreiblich korrekte und einheitliche Texte verfassen können, und lernen Verfahren kennen, um mit geringem Zeitaufwand eine Hausorthografie für ihr Unternehmen oder ihre Kunden zu erarbeiten.

THEMEN

- Ziele, Umfang und Bedeutung der Rechtschreibreform
 - Fehleinschätzungen vermeiden
- Die deutschen Rechtschreibregeln seit der Rechtschreibreform
 - Worttrennung
 - Zeichensetzung
 - Groß- und Kleinschreibung
- Überblick über die besonders fehlerträchtigen Bereiche der deutschen Rechtschreibung – Fehlerhafte Schreibweisen finden und vermeiden
 - Bindestrichschreibungen
 - Getrennt- und Zusammenschreibungen
 - Anglizismen
 - Verbindungen von Anglizismen und deutschen Wörtern
- Kann-Bestimmungen des Regelwerkes Mit Schreibvarianten umgehen
 - Fachausdrücke
 - Firmen- und Produktnamen
 - Wortneuschöpfungen aus der Werbesprache
- Tipps und Verfahren zur Vereinheitlichung von Texten und zur Erstellung einer Hausorthografie
 - Markierung auffälliger Schreibungen
 - Alphabetische Auflistung dieser Schreibungen und ihrer "Fundstelle"
 - Festlegung der bevorzugten Schreibweise
 - Vereinheitlichung

METHODEN

Kurzreferat, Lehrgespräch, Übungen, als Nachschlagewerk nutzbares Manuskript. Auf Wunsch Arbeit an Beispielen der Teilnehmer.

ZIELGRUPPE

Redakteure, (freie) Lektoren, Mitarbeiter aus PR, Corporate Publishing und Unternehmenskommunikation sowie alle, die Texte verfassen, korrigieren, redigieren und/oder in textverarbeitenden Berufen tätig sind.



Seminarleitung: Lisa Walgenbach, Sprachwissenschaftlerin und freie Trainerin

Termin: 28.04.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 100099

Crashkurs Redaktionelle Qualitätssicherung und Schlusskorrektur

Um hochwertige Publikationen zu garantieren, ist eine effiziente Qualitätssicherung während des gesamten Erstellungsprozesses unabdingbar. Sie beginnt mit der Strukturierung und Anpassung von Arbeitsprozessen und endet erst mit dem letzten Korrekturlauf. Bis dahin müssen die Fakten überprüft und der korrekte Gebrauch von Fremdwörtern und Fachvokabular abgesichert werden. Bei der Schlusskorrektur geht es dann neben Orthografie, Interpunktion und Grammatik auch um die Einheitlichkeit des Stils, Kontinuität der Schreibweisen und Kohärenz der Inhalte. Abgerundet wird die Bearbeitung schließlich mit der schlussgrafischen Kontrolle, die die Ausgewogenheit des Erscheinungsbildes prüft. So wird sichergestellt, dass auch typografisch alles im Lot ist und der Leser eine qualitativ hochwertige Publikation erhält. Doch wie korrigiert man mit System? Wie wird auch wirklich nichts übersehen? Wie werden endlose Korrekturschleifen und doppelte Arbeit vermieden?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Grundlagen der redaktionellen Qualitätssicherung und Schlusskorrektur. Die Teilnehmer lernen Methoden und Techniken zur Organisation redaktioneller Abläufe und zur Korrektur von Beiträgen für Zeitschriften und Magazine kennen. Zudem gibt es Empfehlungen zur Optimierung vorhandener Strukturen.

THEMEN

- Die Aufgaben der Schlussredaktion: Definition und Einführung
- Struktur und Verlauf der Schlussredaktion
 - Von der ersten Prüfung des Textes bis zur Abgabe
 - Strukturierung der einzelnen Arbeitsschritte
 - Redaktions-/verlagsinterne Schlussredaktion
 - Externe Schlussredaktion
- Inhaltliche Eingriffe in den Text
 - Änderungen, Präzisierungen, Fremdwörtergebrauch
 - Inhalt und Umfang von Dokumentation und Faktenüberprüfung
- Sprachliche und stilistische Verbesserung des Textes
 - Zu Fragen des Stils
 - Phrasen und Umgangssprache
 - Sprachliche Ungenauigkeiten
- Typografie und Layout
 - Korrekte Interpunktion, z. B. Anführungszeichen, Apostroph
 - Typografische Detailarbeit, z.B. Umbrüche, Silbentrennungen, Laufweite
 - Schlussgrafische Kontrolle, z. B. Kopfzeilen, Bildunterschriften
- (Technische) Hilfsmittel
 - Websites und Software
 - Korrekturzeichen nach DIN 16511
 - Literatur

METHODEN

Vortrag und Diskussion, Praxis- und Theoriebeispiele, praktische Übungen, u. a. anhand von gedruckten Publikationen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Agenturen und Unternehmen sowie Redakteure und Freiberufler, die solides Grundlagenwissen zur redaktionellen Qualitätssicherung und Schlusskorrektur erhalten möchten.



Seminarleitung: Carsten Weber, Lektor und Schlussredakteur, pro verbis

Termin: 23.07.2020 Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 100101





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Daniela Henneberger Tel.: +49 89 291953-45

E-Mail: daniela.henneberger@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Die Aufgaben im Lektorat haben sich gewandelt: In Zeiten des "digital change", die geprägt sind von Restrukturierungen und einer zunehmenden Bedeutung des digitalen Publizierens, müssen sich Lektoren heute mehr denn je als Schnittstellen- und Produktmanager begreifen. Unsere Seminare vermitteln das wesentliche Know-how für erfolgreiches Projekt- und Produktmanagement in Verlagen – von der marktorientierten Programmarbeit und präzisen Qualitätsplanung über die reibungslose Kooperation mit internen und externen Mitarbeitern bis hin zur Entwicklung neuer (digitaler) Medienangebote.

AUF EINEN BLICK

• Str	GRAMMPLANUNG rategische Programmplanung – Gedruckt und digital rmin: 10.02. – 12.02.2020	88
PROD	DUKT- UND PROJEKTMANAGEMENT IN VERLAGEN	
Lel	ktorat kompakt	
Ter	rmin: 23.03. – 25.03.2020	89
Pro	ojektmanagement für Lektoren	
Ter	rmin 1: 03.02. – 05.02.2020 bzw.	
Ter	rmin 2: 29.06. – 01.07.2020	90
Pro	oduktmanagement in Fachverlagen	
	rmin: 07.05. – 08.05.2020	91
• Cra	ashkurs Mehrfachverwertung von Verlagsinhalten –	
Pro	oduktideen für Ihren Content	
Ter	rmin: 23.11.2020	92

AUTORENMANAGEMENT

 Autorenmanagement 	
Termin 1: 27.04. – 28.04.2020 bzw.	
Termin 2: 01.12. – 02.12.2020	. 93
Steuerung von Autorenteams	
Termin: 09.07. – 10.07.2020	. 94
 ARBEIT AM MANUSKRIPT UND TEXTEN Professionelle Manuskriptarbeit Termin: 26.10. – 28.10.2020	
LEKTORAT CROSSOVER • Betriebswirtschaft für Lektoren und Produktmanager	

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Strategische Programmplanung

Gedruckt und digital

Das Printprogramm optimieren, das digitale Portfolio ausbauen und sogar um mobilen Content erweitern – die strategische Programmplanung ist heute wichtiger als je zuvor. Denn um in den umkämpften Märkten erfolgreich zu sein, gilt es, die aktuelle Marktsituation richtig einzuschätzen und das Programm zukunftsorientiert am Bedarf der Zielgruppen auszurichten.

Doch was sind die Stärken und Schwächen des eigenen Portfolios – und wie können Sie es strategisch weiterentwickeln und optimieren? Welche aktuellen Themen-, Produkt- und Technologietrends gilt es zu berücksichtigen? Und welche KPIs und Messgrößen stehen Ihnen für eine realistische Bewertung Ihres Programms zur Verfügung? Erfahren Sie, wie Sie Ihr Programm so planen, dass es exakt auf den Bedarf Ihrer Zielgruppen abgestimmt ist und flexibel an Marktveränderungen angepasst werden kann.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Faktoren und Tools einer systematischen und strategisch orientierten Programmplanung in Print und digital. Im Mittelpunkt stehen Markt- und Portfolioanalyse, Produktplanung und Geschäftsmodellentwicklung, Budgetierung und Controlling sowie Projektsteuerung.

THEMEN

- Markteinschätzung und Wettbewerbsanalyse Wie sich die Märkte entwickeln
 - Geräte, Plattformen, Produkte
 - Kundenverhalten und Zielgruppenanalyse
- Das eigene Portfolio Stärken und Schwächen analysieren
 - Programmanalyse, -planung und -weiterentwicklung
 - Klassische Tools und digitale Neuerungen
 - Aufwände reduzieren und Know-how entwickeln
 - Big Data für jedermann
 - Portfolio und Unternehmensentwicklung Die richtige Markenstrategie
- Von der Idee zur Realisierung Das passende Programm entwickeln
 - Realistische KPIs/Messgrößen
 - Zielgruppen in den Fokus setzen
 - Passende Angebote konzipieren
 - Technologien nutzen, Vermarktung planen
 - Testen und entscheiden Das Produktportfolio weiterentwickeln
 - Workflows, agile Prozesse, Teamarbeit
- Controlling Wie das Controlling die Programmstrategie unterstützen kann
 - Aufbau eines strategischen Controllings
 - Die Balanced Scorecard
 - Internes und externes Rechnungswesen
 - Business-Plan und Deckungsbeitragsrechnung
- Best Practices: Praxis-Transfer auf die eigene Programmentwicklung

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Arbeit in Kleingruppen, Workshops, Präsentation. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Seminarbeginn eigene programmplanerische Themen, Aufgabenstellungen oder Use Cases (wie etwa ein Programm-Relaunch oder Einführung neuer Programmbereiche) einzureichen und diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Programm- und Lektoratsleiter sowie Mitarbeiter aus Programm, Lektorat und Redaktion, die Programmteile und -segmente planen, gestalten und umsetzen.



Seminarleitung: Dr. Harald Henzler, Geschäftsführer, smart digits

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.: Prof. Dr. Patrik Berend, Rheinische Fachhochschule Köln Dr. Dorothea Hennessen, Elsevier Dieter Wendel, Vogel Business Media

Termin: 10.02. – 12.02.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.395,-Seminar-Nr.: 110089

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Verlagsmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 18 – 20.

Lektorat kompakt

Passgenaue Programmentscheidungen treffen, Autorenverträge aufsetzen, Werbetexte schreiben, Herstellungsprozesse koordinieren – der Lektor heute ist viel mehr als Experte für zielgruppengerechte Texte und Produkte. Er ist Schnittstellen- und Projektmanager, der auch in den Bereichen Kommunikation und Verhandlungsführung, Marketing und Herstellung umfassendes Know-how mitbringen muss. Doch wie sehen die Aufgaben eines Lektors im digitalen Wandel tatsächlich aus? Wie gelingt erfolgreiche Programm- und Textgestaltung, wie die reibungslose Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen? Welches Marketing- und Herstellungswissen benötigt man? Und welche juristischen Grundkenntnisse? Das Kompaktseminar vermittelt den Teilnehmern die Grundlagen moderner Lektoratsarbeit – ob für klassische Print- oder digitale Produkte.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Ihnen das Basiswissen zu den Kernbereichen der Lektoratsarbeit und macht Sie fit für die zentralen Themen – von zielgruppengerechtem Texten über Marketing- und Herstellungsaufgaben (in Print und digital) bis hin zu juristischen Basics. Tools und Tipps rund um effizientes Projekt- und Zeitmanagement, professionelle Kommunikation und Arbeitsorganisation runden das Seminar ab.

THEMEN

- Der Lektor Aufgaben und Herausforderungen eines Berufsbilds im Wandel
 - Der Lektor als Schnittstellenmanager: Aufgaben und Selbstverständnis
 - Kommunikation im Lektorat: Verbindliche Absprachen treffen, Termine und Qualität sichern, Konflikten vorbeugen
- Selbstorganisation und Projektmanagement
 - Projektorientiertes Arbeiten im Lektorat
 - Zeitmanagement: Prioritäten setzen, kooperieren, delegieren
- Marketing Grundlagen crossmedialer Vermarktung
 - Marketingkonzeption und Marktforschung
 - Zielgruppenanalysen: Was der Kunde wirklich will
 - Produktpositionierung und USP
 - Online-Marketing: Von SEO, E-Mail- und Social Media-Marketing
- Zielgruppenorientiertes Texten
 - Von der Vorschau bis zum Klappentext: Was ist ein guter Werbetext?
 - Aufbau, Inhalt, Formulierungen, Arbeit an Textbeispielen
- Herstellung Grundlagen Print und digital
 - Der Print-Herstellungsprozess: Vorstufe, Druck, Papier, Bindung & Co.
 - Die digitale Produktion: Medienneutrale Datenhaltung, XML, MAMs und Digitalformate wie E-Books und Apps
- Urheber- und Verlagsrecht
 - Einführung in das Urheberrechts- und Verlagsgesetz
 - Grundlagen des Persönlichkeitsrechts
 - Vertragsgestaltung und Folgen von Rechtsverstößen

METHODEN

Referat und Diskussion, Einzel- und Gruppenarbeiten.

Bitte senden Sie uns bis zum 09.03.2020 selbst verfasste Werbetexte (z.B. Vorschautext, Klappentext, max. drei Seiten) zu. Außerdem bitten wir Sie, aktuelle Vorschauen sowie je ein "Top"- und ein "Flop"-Produkt aus Ihren Verlagen/Unternehmen mitzubringen.

ZIELGRUPPE

Volontäre, Quereinsteiger, junge Lektoren und Auffrischungswillige, die sich für ihren Arbeitsalltag im Lektorat eine solide und fundierte Basis erarbeiten möchten.



Seminarleitung: Tamara Trautner, Lektorin, Mediatorin BM® und TMS® Trainerin

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Helena Jochem, Lausen Rechtsanwälte
Thomas Narr, Gräfe und Unzer Verlag
Andreas J. Schneider, Kommunikations- und Texttrainer
Prof. Dr. Sabine Wölflick, Hochschule München

Termin: 23.03. - 25.03.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 995,Seminar-Nr.: 120118

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Projektmanagement für Lektoren

Spätestens wenn Termine nicht eingehalten werden können oder es schwierig wird, bei Projekten den Überblick zu behalten, sind in Lektorat und Redaktion praktische und schnell umsetzbare Tools gefragt, mit denen man sich selbst und andere besser organisieren kann. In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie mit gezieltem Projektmanagement auch unter Zeitdruck und in schwierigen Phasen das Ruder in der Hand behalten und Ihre Projekte professionell koordinieren können. Denn Stress zu vermeiden und gleichzeitig Termine, Kosten und Qualität zu sichern, gelingt nur mit einer realistischen Planung und lösungsorientierten Kommunikation mit Vorgesetzten und Projektbeteiligten.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt bewährte Projektmanagement-Methoden zur effizienten Betreuung und Steuerung von Print- und E-Publikationen. Die Teilnehmer lernen alle relevanten Projektphasen in Lektorat und Redaktion kennen und erfahren, mit welchen Tools sie die Arbeit und Ressourcen aller Beteiligten bestmöglich organisieren und einsetzen. Die strukturierte Planung von Qualität, Kosten und Terminen ist dabei ebenso wichtig wie das bewusste Gestalten der Kommunikation zwischen allen internen und externen Projektbeteiligten.

THEMEN

- Grundlagen des Projektmanagements
 - Definition und Vorteile
 - Vier-Phasen-Modell zur Planung und Abwicklung von Medienprojekten
- Selbstverständnis als Lektor
 - Agieren statt Reagieren
 - Motivieren und Lösungen erarbeiten
- Das Buch als Projekt: Print- und digitale Projekte erfolgreich und effizient steuern
- Selbstorganisation und Zeitmanagement
- Souverän in Stress-Situationen reagieren
- Gezielte Kooperation mit
 - Autoren
 - anderen Abteilungen von Herstellung bis Marketing
 - externen Mitarbeitern und Dienstleistern
- Projekte übernehmen, Planung aktualisieren
- Steuerung von Qualität, Terminen und Kosten
- Klare Ziele und Transparenz
- Aktive Kommunikation und Konfliktprävention
- Die eigene Toolbox: Entwicklung von Instrumenten für die eigene Arbeit

METHODEN

Methodischer Input, Gruppenarbeit, Diskussion, Fallbeispiele der Teilnehmer.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lektorat und Redaktion, die ihre Arbeitstechniken optimieren wollen, sowie Quereinsteiger, die für ihre Arbeit fundiertes Grundwissen benötigen.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach



Tamara Trautner, Lektorin, Mediatorin BM® und TMS®-Trainerin

Bei weniger als 10 Teilnehmern wird das Seminar von einer Trainerin durchgeführt.

Termin 1: 03.02. - 05.02.2020 Termin 2: 29.06. - 01.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 120119 (Termin 1) bzw. 120120 (Termin 2)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Produktmanagement in Fachverlagen

Sie wollen Verkaufserfolge mit innovativen und einzigartigen Produkten erzielen? Keine leichte Aufgabe, da die Kunden bei ihren Kaufentscheidungen immer kritischer werden und unterschiedliche Medienformate – von Print über digital bis mobil – nutzen wollen. Auch die Konkurrenz schläft nicht und bringt Produkte auf den Markt, die immer höhere Qualitätsmaßstäbe setzen.

Zwar gibt es keine allgemeingültigen Erfolgsrezepte, aber Faktoren und Kriterien, die über den Erfolg oder Misserfolg der von Ihnen entwickelten und vermarkteten Produkte entscheiden. Um diese "Erfolgsbausteine" geht es in dem Seminar: Wie sehen kundenorientierte Produktentwicklungsund Vermarktungskonzepte für crossmediale Verlagsprodukte aktuell aus? Wie lassen sich einzigartige Lösungen für den konkreten Bedarf der
unterschiedlichen Fachzielgruppen entwickeln? Und was sind die notwendigen Schritte von der ersten Idee bis zum marktfähigen Produkt?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt praxiserprobte Tools und Methoden, die Sie für ein erfolgreiches Produktmanagement im Verlag – von der Idee bis zum fertigen Angebot – einsetzen können. Sie erfahren, wie Sie den Kunden in den Mittelpunkt Ihrer Arbeit stellen und dadurch einzigartige Lösungen mit Alleinstellungsmerkmal konzipieren – unabhängig davon, ob es sich um Print-, digitale oder crossmediale Produkte handelt.

THEMEN

- Die zentralen Fragen, die Sie bei Ihrer Produktentwicklung beantworten sollten
- "Best of" aus bewährten Verlagsverfahren und neuen Erkenntnissen der Start-up-Branche
- Business Model Generation, Design Thinking, Prototyping, Agile Publishing und Double Diamond
- Die wichtigsten Methoden, um die Erfolgswahrscheinlichkeit für Ihre neuen Produktideen, Relaunches etc. zu erhöhen
 - Mit der Zielgruppenlandkarte Ihre Kunden eindeutig definieren und typologisieren
 - Die Aufgaben und Jobprofile Ihrer Kunden eruieren und priorisieren
 - Die Pains & Gains Ihrer Kunden finden und priorisieren
 - Die Wettbewerbsprodukte richtig analysieren
 - Den Kernnutzen aus Sicht Ihrer Kunden und die Alleinstellungsmerkmale für Ihre Produkte/Lösungen und die anschließende Vermarktung herausarbeiten
- Die wichtigsten Aspekte für die Produktumsetzung und Vermarktung
 - Die Umsetzungsphase richtig planen
 - Einzigartige Lösungen für unterschiedliche Medien ableiten und entwickeln
 - Die ideale Aufgabenteilung zwischen Produktmanagement und Marketing/ Vertrieh
 - Die Hauptbestandteile Ihrer Produkt- und Marketingkonzeption für Print- und digitale Medien kennen

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Seminarbeginn eigene
Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Lektoren, Mitarbeiter aus dem Lektorat/Produktmanagement und der Redaktion von Fach-, Ratgeber- und Wissenschaftsverlagen. Idealerweise haben Sie bereits ein oder mehrere Neuprodukt(e) umgesetzt oder sind gerade mitten im Umsetzungsprozess.



Seminarleitung:
Jürgen Markoff, Verlagsberater und Experte für
Produktmanagement und -innovation

Termin: 07.05. - 08.05.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 995,Seminar-Nr.: 120121

Crashkurs Mehrfachverwertung von Verlagsinhalten

Produktideen für Ihren Content

Kaum ein Verlag kann es sich heute noch leisten, nur in Papier oder in einzelnen Produktformen zu denken. Insbesondere in Fach-, Schulbuch-, Ratgeber- und Wissenschaftsverlagen steigen die Erwartungen und Notwendigkeiten für eine intelligente Mehrfachverwertung von Inhalten. Aber wann haben Sie als Lektor, Programmleiter oder Marketing-Verantwortlicher schon die Zeit, in Ruhe darüber nachzudenken, welche Chancen und Erlöspotenziale bereits in Ihrem Verlag bzw. Ihren vorhandenen Verlagssubstanzen schlummern? Wie können Sie durch die Anreicherung vorhandener Inhalte einen neuen, überzeugenden Nutzen für Ihre Kunden generieren? Ist eine intelligente 1:1-Verwertung möglich? Und wie können Sie bei der Neuproduktkonzeption von Beginn an passende Mehrfachverwertungs- bzw. Erlösideen mit entwickeln?

SEMINARZIEL

Das Seminar zeigt, wie Sie das Mehrfachverwertungspotenzial Ihrer Verlagsinhalte optimal ausschöpfen können. Sie erhalten Denkanstöße und einen Überblick über Best Practices aus Verlagen und anderen Branchen, um daraus konkrete Ideen für Ihren Content ableiten zu können. Zudem gibt Ihnen das Seminar Werkzeuge und Methoden an die Hand, um die Mehrfachverwertung konzeptionell anzugehen und erfolgreich umzusetzen.

THEMEN

- Mehrfachverwertung Eine Definition
- Neue Verwertungsideen für Ihren Verlag durch klare Fokussierung auf den Kundennutzen
 - Aus unterschiedlichen Anwendungssituationen, Kundenbedürfnissen und Zielgruppen neue Mehrfachverwertungsideen ableiten
 - Vorhandene Nutzenelemente in Ihren bestehenden Inhalten herausarbeiten
 - Geeignete Kreativitätstechniken einsetzen
 - Die richtigen strategischen Fragen stellen
 - Fallbeispiele aus der Praxis als Anregung nutzen
- Geeignete Vorgehensweisen und Werkzeuge für Ihre Mehrfachverwertung einsetzen
 - "Best Of" aus bewährten Verlagsverfahren und den neuesten Erkenntnissen aus der Start-up-Branche (z. B. Value Proposition Design und Canvas)
 - Mit dem Trend-Radar Zukunftsszenarien erarbeiten, die zukünftig Ihre Kunden und deren Info-Abrufverhalten beeinflussen werden

METHODEN

Input und Denkanstöße, Diskussion, Ableitung konkreter Mehrfachverwertungsideen. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Lektoren, Mitarbeiter aus Lektorat/Produktmanagement und Redaktion, Programmleiter von Fach-, Ratgeber- und Wissenschaftsverlagen sowie Mitarbeiter aus dem Marketing, die mit der Mehrfachverwertung von Inhalten beauftragt sind.



Seminarleitung: Jürgen Markoff, Verlagsberater und Experte für Produktentwicklung und -innovation

Termin: 23.11.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 120145

Autorenmanagement

Autoren gut zu betreuen, erfordert neben einer klaren Haltung und strukturiertem Vorgehen auch praktisches kommunikatives Handwerkszeug. In diesem Seminar erfahren Sie, wie Sie für Ihre Autoren in allen Projektphasen von der Akquise bis zum Abschlussfeedback ein souveräner Ansprechpartner sind. Stärken Sie Ihre Führungsrolle, indem Sie klare Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit schaffen, die Ihren Autoren Sicherheit vermittelt, ohne diese zu bevormunden. Lernen Sie, wie Sie in schwierigen Situationen gemeinsam mit Ihren Autoren Lösungen finden können – und notfalls unmissverständlich Grenzen setzen, ohne Konflikte zu riskieren.

SEMINARZIEL

Das Seminar versetzt Sie in die Lage, Autoren aktiv und verantwortungsvoll zu betreuen. Werkzeuge aus dem Projektmanagement und einfach umsetzbare Kommunikationstechniken ermöglichen es Ihnen, verbindlich zu planen und klare Absprachen zu treffen. Professionelles Konfliktmanagement versetzt Sie in die Lage, auch bei Differenzen mit Ihren Autoren souverän aufzutreten und zu handeln.

THEMEN

- Die eigene Rolle klären und abgrenzen
- Arbeitsabläufe gemeinsam mit Autoren planen
- Autoren führen
 - Perspektivenwechsel und Wertschätzungskultur
 - Balance zwischen Verständnis für den Autor und Verlagsvorgaben
- Textqualität sichern
 - Autoren briefen
 - Feedback geben (v. a. zu problematischen Texten)
- Termine sichern
 - Verbindlichkeit von Absprachen herstellen
 - Erfolgreich nachfassen, ohne zu "drängeln"
- Kommunikations- und Konfliktmanagement
 - Konfliktprävention durch realistische Planung
 - Umgang mit Empfindlichkeiten bei schwierigen Autoren (z. B. Anfänger oder Koryphäen)
 - Proaktiver und konstruktiver Umgang mit Konflikten

METHODEN

Methodischer Input, Gruppenarbeit, bei Bedarf Rollenspiel, Diskussion, Bearbeiten von Fallbeispielen aus dem Kreis der Teilnehmer.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lektorat und Redaktion sowie Quereinsteiger und Verlagsmitarbeiter, die die Zusammenarbeit und Kommunikation mit Autoren optimieren wollen.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach



Tamara Trautner, Lektorin, Mediatorin BM® und TMS®-Trainerin

Bei weniger als 10 Teilnehmern wird das Seminar von einer Trainerin durchgeführt.

Termin 1: 27.04. - 28.04.2020 Termin 2: 01.12. - 02.12.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 895,-

Seminar-Nr.: 120122 (Termin 1) bzw. 120123 (Termin2)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Steuerung von Autorenteams

Wenn alles gut geht, bedeutet die Arbeit mit Autorenteams Effizienz durch Aufgabenteilung sowie Synergie-Effekte zwischen unterschiedlichen Persönlichkeiten und Talenten. Aber wie in jeder Teamarbeit besteht auch bei der Zusammenarbeit mehrerer Autoren das Risiko, dass Kompetenzgerangel, unterschiedliche Vorstellungen oder mangelnde Kommunikation zu Blockaden im gemeinsamen Projekt führen.

Welche Kommunikationstools helfen Ihnen also dabei, die Kooperation mit allen beteiligten Autoren möglichst effizient zu gestalten und alle

Welche Kommunikationstools helfen Ihnen also dabei, die Kooperation mit allen beteiligten Autoren möglichst effizient zu gestalten und alle Teammitglieder auch in kritischen Phasen zu motivieren? In diesem Seminar lernen Sie, Autorenteams mit sicherer und klarer Führung durch alle Projektstadien zu begleiten – von der gemeinsamen Entwicklung erster Ideen über eine sorgfältige Projektplanung und -realisierung bis hin zur konstruktiven Klärung von Konflikten.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Techniken zur professionellen Steuerung von Autorenteams. Die Teilnehmer lernen, die Teamarbeit durch "Führung auf Augenhöhe" konstruktiv zu begleiten, Konflikte durch sorgfältige gemeinsame Planung zu vermeiden und Meinungsverschiedenheiten frühzeitig und souverän zu klären.

THEMEN

- Reflexion des eigenen Führungsverhaltens
 - Die eigene Rolle stärken
 - Zielführend delegieren
- Dynamik von Teamprozessen
- Typische Rollen in Teams
 - Das Potenzial von Teammitgliedern optimal nutzen
 - Die ideale Teamzusammenstellung
 - Besonderheiten von Autorenteams
- Konfliktprävention im Autorenteam
 - Klare Aufgabenverteilung (z. B. zwischen Lektor und Herausgeber)
 - Transparente Planung von Qualität, Terminen, Kosten
- Verbindlichkeit von Absprachen sichern
 - Motivation
 - Projektbegleitende Dokumentation
- Aktives Krisenmanagement
- Umgang mit schwierigen Autoren
- Kommunikationstools
 - Teamregeln
 - Statusbericht
 - Konstruktives Feedback
 - Sitzungsmoderation
- Konfliktmanagement
 - Probleme ansprechen und gemeinsam Lösungen finden
 - In Konflikten vermitteln

METHODEN

Theoretischer Input (Ansätze von Margerison-McCann, M.B. Rosenberg, B.W. Tuckman u. a.), Gruppenarbeit, Rollenspiel, Diskussion. Bearbeiten von aktuellen Situationen aus dem Teilnehmerkreis mit Methoden aus Teammediation und Coaching.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lektorat und Redaktion, die Mehr-Autoren-Projekte steuern und ihre Führungsrolle stärken wollen.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach



Tamara Trautner, Lektorin, Mediatorin BM® und

Bei weniger als 10 Teilnehmern wird das Seminar von einer Trainerin durchgeführt.

Termin: 09.07. - 10.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 895,-

Professionelle Manuskriptarbeit

Die Arbeit am Text – ob für Print oder E-Book – verlangt mehr denn je Präzision, Sorgfalt und Schnelligkeit. Dabei geht es nicht nur um möglichst pragmatisches Redigieren gegen Projektende, sondern vor allem um nachhaltige Qualitätssicherung und regelmäßige Kontrolle im Vorfeld: Prävention statt stressiges "Feuerlöschen" in letzter Minute.

In diesem Seminar lernen Sie, Texte mit Blick auf die Zielgruppe zu konzipieren, sie sicher zu beurteilen und nach eindeutigen Kriterien gezielt und systematisch zu bearbeiten. Dazu erhalten Sie die nötigen Tools und erarbeiten sich schnell umsetzbare Strategien, mit denen Sie auch in arbeitsintensiven Phasen und unter Zeitdruck die Qualität Ihrer Produkte sichern können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Ihnen bewährte und neue Techniken zur kreativen Bearbeitung von Texten – vom klassischen Buch bis zum E-Book. Sie erhalten das Rüstzeug, um Inhalte gezielt auf die Leser zuzuschneiden und durch gute Planung innerhalb der individuellen Unternehmensstruktur zeitaufwändige Nacharbeit zu vermeiden. Die Analyse der Anforderungen Ihrer Zielgruppen gehört ebenso dazu wie eine schlanke Ablauforganisation, das Redigieren nach klaren Kriterien und konstruktive Kommunikation.

THEMEN

- Die Zielgruppe kennen: Von demografischen Daten über Sinus-Milieus bis zur Empathie-Landschaft
- Leseranforderungen an Texte verstehen
- Qualität planen und sichern
 - Präzise und medienadäquate Anforderungen formulieren (z. B. zu Sprache, Textlänge, Seitenaufteilung, Lesehilfen)
 - Autoren briefen
- Content Management: Inhalte in Hinblick auf verschiedene Nutzungsformen anlegen
- Grundlagen des Projektmanagements: Planung statt Improvisation mit dem 4-Phasen-Modell
- Termine und Kosten sichern
 - Aktive Betreuung von Autoren
 - Transparenz gewährleisten
- Objektive Kriterien für die Beurteilung von Texten
- Texte ökonomisch redigieren: Wo kann ich, wo muss ich eingreifen?
- Feedback geben: Konstruktives Kommunizieren über Texte

METHODEN

Methodischer Input, Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion.

Bitte mailen Sie uns bis zum 04.09.2020 4 – 5 Normseiten eines unbearbeiteten Manuskripts als Arbeitsgrundlage (möglichst als Word-Datei).

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lektorat, Redaktion und Produktmanagement im Print- und digitalen Bereich, die ihre Techniken für die Arbeit am Text optimieren wollen.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach



Tamara Trautner, Lektorin, Mediatorin BM® und TMS®-Trainerin

Bei weniger als 10 Teilnehmern wird das Seminar von einer Trainerin durchgeführt.

Termin: 26.10. - 28.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in Berlin Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 120125

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Verständliche Sprache, klare Struktur

Fachmanuskripte prüfen und bearbeiten

Als Lektor/Produktmanager von Fachmedien haben Sie häufig mit Autoren zu tun, die nicht im Hauptberuf Bücher und Texte schreiben. Umso wichtiger ist es, die oft komplexen Inhalte so aufzubereiten, dass sie beim Leser auch ankommen. Zielgruppenrelevante Inhalte, eine logische Struktur und eine verständliche Sprache sind die entscheidenden Qualitätskriterien für jegliche Fachliteratur. In diesem Seminar wird vermittelt, wie Sie – im Dialog mit Ihren Autoren – den Lesern den Zugang zu anspruchsvollen Inhalten erleichtern können. Außerdem erlernen Sie einen konstruktiven Umgang mit den typischen Fehlern und Fallen in Fachtexten.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt schnell umsetzbares Handwerkszeug für die Bearbeitung von Fachtexten. Durch systematisches Vorgehen auf mehreren Ebenen gewinnen Sie Sicherheit im Beurteilen von Fachmanuskripten und eine objektive Grundlage für die Kommunikation mit Autoren und Herausgebern.

THEMEN

- Klarheit über die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppe
- Von der intuitiven zur systematischen Textbearbeitung
- Manuskripte nach klaren Prioritäten analysieren
- Beurteilungskriterien entwickeln
- Mängel objektiv benennen und Änderungen begründen
- Texte bearbeiten auf vier Ebenen
- Inhalt: Fachliche Richtigkeit, Relevanz für die Zielgruppe prüfen
- Struktur: Gliederung, Überschriften, Gliederungselemente nutzen
- Sprache: Verständlichkeit und Lesbarkeit erhöhen
- Formalien: Lesehilfen gezielt einsetzen; Umgang mit Fußnoten, Tabellen, Diagrammen etc.
- Konstruktive Kommunikation mit Autoren und Herausgebern
 - Eindeutige Absprachen über Aufgabenverteilung treffen
 - Die Qualität von Texten planen und sichern
 - Autoren/Herausgeber briefen
 - Professionell Feedback geben

METHODEN

Methodischer Input, Übungen, Diskussion, Erfahrungsaustausch.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Textbeispiele einzureichen, die dann im Seminar gemeinsam besprochen werden (max. 5 Normseiten/ca. 10.000 Anschläge, möglichst als Word-Datei, nicht als pdf).

ZIELGRUPPE

Redakteure, Lektoren und Produktmanager, die ihre Arbeitsweise professionalisieren und ihre Fachautoren mit größerer Kompetenz unterstützen wollen.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach

Termin: 14.09. – 15.09.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 895,-

Betriebswirtschaft für Lektoren und Produktmanager

Die erfolgreiche Akquise und Umsetzung von Buch- und Medienprojekten setzt betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse und einen sicheren Umgang mit Zahlen voraus. Denn in Zeiten wachsenden Wettbewerbs müssen Lektoren und Produktmanager unternehmerische Zusammenhänge noch besser verstehen als bisher, um ihr Programm wirtschaftlich planen und kosteneffizient kalkulieren zu können. Dies spielt sowohl bei der Entwicklung und Realisierung von Print-Projekten als auch bei der Konzeption digitaler Medien- und Content-Angebote eine entscheidende Rolle. Erfahren Sie in diesem Seminar, mit welchen Mitteln wirtschaftlicher Erfolg von Medienprodukten gemessen wird und welche Verfahren für Ihre Lektoratsarbeit besonders wichtig sind.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt praxisnah Instrumente und Zusammenhänge der Betriebswirtschaft im Verlag. Dabei steht die Deckungsbeitragsrechnung als Planungsinstrument für einzelne Titel und ganze Programmreihen im Vordergrund. Neben den Kalkulationsverfahren werden Kostentreiber und Kennziffern als Steuerungsgrößen analysiert. Das Seminar orientiert sich an konkreten Problemstellungen der Lektoren und Produktmanager im Arbeitsalltag und bietet Lösungen für betriebswirtschaftliche Fragen rund um gedruckte und digitale Inhalte an

THEMEN

- Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und deren Bedeutung im Verlagsalltag
- Der Jahresabschluss im Verlag: Wo und wie Erfolg gemessen wird
- Verlagskalkulation und Preisbildung: Deckungsbeiträge, Kostenrechnung und Kennzahlen
- Print- und digitale Medien kalkulieren: Welche Kosten für Konzeption,
 Produktion und Vermarktung zu planen sind
- Neue Reihen oder Geschäftsfelder aufbauen: Von der Einzeltitelkalkulation zur verlegerischen Gesamtplanung
- Lektorat und Controlling: Planung und Steuerung von Projekten
- Operatives und strategisches Controlling im Überblick: Investitionsziele, Erfolgspotenziale und Budgetierung

METHODEN

Theorievermittlung, Gruppenarbeit und Diskussion.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen und Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Lektoren, Produktmanager und Redakteure, die ihre Entscheidungen künftig aus betriebswirtschaftlicher Sicht besser beurteilen möchten.



Seminarleitung: Stephan Wantzen, Verlagsberater und Trainer

Termin: 25.05. – 26.05.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15

Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 120127

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Tanja Ponzer

Tel.: +49 89 291953-60

E-Mail: tanja.ponzer@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Freie Lektorin/Freier Lektor ist weder ein akademischer noch ein Ausbildungsberuf und somit auch keine geschützte Berufsbezeichnung. Für potenzielle Auftraggeber wird es daher immer schwerer, sich auf dem unübersichtlichen Markt an freier Lektoratsarbeit qualitätsbewusst zu orientieren. Die Akademie der Deutschen Medien sichert mit ihrem Zertifikat "Freie Lektorin/Freier Lektor" den Qualitätsstandard freier Lektoratsarbeit. Diese Initiative erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Verband der Freien Lektorinnen und Lektoren VFLL e. V.

AUF EINEN BLICK

FREIES LEKTORAT

•	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	
	Termin 1: 23.01. – 24.01.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 13.02. – 14.02.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 3: 30.03. – 31.03.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 4: 11.05. – 12.05.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 5: 28.05. – 29.05.2020 (München) bzw.	
	Termin 6: 17.06. – 18.06.2020 (Frankfurt a. M.) bzw.	
	Termin 7: 03.08. – 04.08.2020 (Düsseldorf)	100
•	Freies Lektorat II – Kunden finden und binden	
	Termin 1: 16.03. – 17.03.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 02.04 03.04.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 3: 22.06. – 23.06.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 4: 06.08. – 07.08.2020 (Frankfurt a. M.) bzw.	
	Termin 5: 24.08. – 25.08.2020 (Düsseldorf)	101
•	Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	
	Termin 1: 04.05. – 05.05.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 25.06. – 26.06.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 3: 27.08. – 28.08.2020 (Frankfurt a. M.) bzw.	
	Termin 4: 07.09. – 08.09.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 5: 09.11 10.11.2020 (Düsseldorf)	102

Zertifikat "Freie Lektorin/Freier Lektor"

Mit der Teilnahme an den Seminaren "Freies Lektorat" I – III können freiberufliche Lektorinnen und Lektoren das Zertifikat "Freie Lektorin/ Freier Lektor" erwerben. Das Zertifikat dient ihnen als Qualifizierungsnachweis und potenziellen Auftraggebern als wertvolle Orientierungshilfe.

Ihre Erfolgsfaktoren

- die einzige berufsbegleitende Fortbildung für Freie Lektorinnen/Lektoren
- Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form
- hochqualifizierte Trainer aus der Praxis
- Erfahrungsaustausch und Netzwerken mit Kollegen
- hohe Qualität der Seminare zu sehr günstigen Preisen
- Teilnahmegebühren sind Mwst.-befreit
- Starttermin: Einstieg mit "Freies Lektorat I" jederzeit möglich

Preis: € 495,- pro Seminar (€ 395,- für Mitglieder des VFLL, € 895,- bei Kostenübernahme durch den Arbeitgeber).
Bitte beachten Sie, dass unsere Rabatte nicht kumuliert werden können.

Die Seminare bauen inhaltlich aufeinander auf. Sie sollten daher in der Reihenfolge I bis III besucht werden.

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Freies Lektorat I

Sicher redigieren

Spaß am Umgang mit Texten, die Beherrschung der eigenen Sprache, theoretisches Rüstzeug und praktisches Know-how – das sind die Grundlagen für eine erfolgreiche Arbeit im Freien Lektorat. Durch kontinuierliche Praxis und Reflexion entwickeln Sie ein sicheres Gespür für die inhaltliche und sprachliche Qualität von Manuskripten und gewinnen Sicherheit im professionellen Umgang mit Texten.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Ihnen eine systematische Grundlage für die kompetente Bearbeitung von Manuskripten. Durch die praktische Arbeit an unterschiedlichen Texten wird der Blick für sprachliche und inhaltliche Besonderheiten und Mängel sowie für formale Anforderungen geschärft.

THEMEN

- Überblick über den Arbeitsbereich Freier Lektoren
- Perspektivenwechsel: Was erwartet der Auftraggeber?
- Haltungswechsel: Aktiv kommunizieren
- Selbstverständnis und Verantwortung
- Systematisches Vorgehen: Manuskripte beurteilen und bearbeiten auf vier Ebenen, Mängel objektiv benennen
- Kriterien entwickeln: Wann darf, wann muss ich eingreifen?
- Arbeit an Textbeispielen (Belletristik und Sachbuch)
- Effizientes Recherchieren in verschiedenen Medien

METHODEN

Praktische Arbeit an Texten, einzeln und in Gruppen, Vermittlung theoretischer Grundlagen, Diskussion.

ZIELGRUPPE

Freie Lektoren, Redakteure und Quereinsteiger, die ihre Arbeitsweise überprüfen und sich eine solide Grundlage für freie Lektoratstätigkeit schaffen möchten.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systomischer Coach

Termin 1: 23.01. – 24.01.2020 (Seminar-Nr.: 120128, München)
Termin 2: 13.02. – 14.02.2020 (Seminar-Nr.: 120129, Berlin)
Termin 3: 30.03. – 31.03.2020 (Seminar-Nr.: 120130, Hamburg)
Termin 4: 11.05. – 12.05.2020 (Seminar-Nr.: 120131, Berlin)
Termin 5: 28.05. – 29.05.2020 (Seminar-Nr.: 120132, München)
Termin 6: 17.06. – 18.06.2020 (Seminar-Nr.: 120133, Frankfurt a. M.)
Termin 7: 03.08. – 04.08.2020 (Seminar-Nr.: 120134, Düsseldorf)
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
Teilnehmer: 15

Preis:

€ 495.-

€ 395,- für Mitglieder des VFLL

€ 895,- bei Kostenübernahme durch den Arbeitgeber

Mit dem Besuch der Seminare "Freies Lektorat" I – III erwerben Sie das Zertifikat "Freie Lektorin/Freier Lektor". Nähere Informationen finden Sie auf Seite 99.

Freies Lektorat II

Kunden finden und binden

Die Zahl der Freien Lektoren wird immer größer, der Konkurrenzdruck und die Anforderungen der Verlage steigen. Kompetenz bei der Manuskriptarbeit allein reicht nicht mehr aus, um sich auf dem freien Markt zu behaupten. Sichern Sie sich einen Vorsprung durch die Erweiterung Ihres Angebots, flexibles Eingehen auf den Kundenbedarf und professionelles Auftreten und werden Sie so zum attraktiven Partner für Verlage.

SEMINARZIEL

Das Seminar zeigt auf, wie Sie Ihr Angebot für Verlage über die reine Manuskriptarbeit hinaus erweitern können und sich durch Qualitätsplanung und aktive Kommunikation zufriedene Kunden sichern. Sie verschaffen sich Klarheit über Ihre Ziele und Kompetenzen und gewinnen dadurch ein professionelles Profil für die Akquise.

THEMEN

- Erweiterung des Angebots
 - Manuskriptbetreuung von A bis Z: Zusatzleistungen und Texte rund ums Manuskript
 - Umbruchkorrektur, typografische Feinheiten
 - Betreuung von Autoren und Übersetzern
- Qualitätssicherung durch gezielte Kommunikation mit Verlagen
 - Professionelle Auftragsplanung
 - Anforderungen und Aufgabenverteilung klären
 - Kundenorientierung: Was braucht der Auftraggeber?
- Auftragsakquise: Werben statt bewerben
 - Wie präsentiere ich mich?
 - Wie signalisiere ich Kompetenz?
 - Wie führe ich Honorarverhandlungen?

METHODEN

Input, Einzel- und Gruppenarbeit, Erfahrungsaustausch. Bitte bringen Sie am 2. Tag nach Möglichkeit einen Laptop mit.

ZIELGRUPPE

Freie Lektoren und Redakteure, die ihre Arbeitsweise systematisch verbessern und ihr Tätigkeitsfeld erweitern möchten.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach

Termin 1: 16.03. – 17.03.2020 (Seminar-Nr.: 120135, München)
Termin 2: 02.04. – 03.04.2020 (Seminar-Nr.: 120136, Berlin)
Termin 3: 22.06. – 23.06.2020 (Seminar-Nr.: 120137, Hamburg)
Termin 4: 06.08. – 07.08.2020 (Seminar-Nr.: 120138, Frankfurt a. M.)
Termin 5: 24.08. – 25.08.2020 (Seminar-Nr.: 120139, Düsseldorf)
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis:

€ 495,-

€ 395,- für Mitglieder des VFLL

€ 895,- bei Kostenübernahme durch den Arbeitgeber

Mit dem Besuch der Seminare "Freies Lektorat" I – III erwerben Sie das Zertifikat "Freie Lektorin/Freier Lektor". Nähere Informationen finden Sie auf Seite 99.

Freies Lektorat III

Texte professionell bearbeiten

Nach der Pflicht die Kür: Am einsamen Schreibtisch verfestigen sich persönliche Eigenheiten und Vorlieben im Umgang mit Manuskripten. Tauschen Sie sich mit kompetenten Kolleginnen und Kollegen über Texte aus und erarbeiten Sie gemeinsam Kriterien für das Redigieren verschiedener Genres. Gewinnen Sie dadurch mehr Sicherheit bei der Beurteilung von Manuskripten sowie für Gespräche mit Lektoren, Autoren und Übersetzern.

SEMINARZIEL

Aus der gemeinsamen Arbeit an Textbeispielen und der Reflexion über die Erwartungen und Anforderungen der Zielgruppe gewinnen Sie objektive Kriterien für die Beurteilung und Bearbeitung von Manuskripten. Sie schärfen Ihren Blick systematisch für stilistische und inhaltliche Besonderheiten und Mängel und können Autoren gegenüber redaktionelle Eingriffe sachlich und souverän begründen.

THEMEN

- Selbstverständnis und Verlagserwartungen
- Redigieren mit System
 - Anforderungen der Zielgruppe erkennen
 - Arbeitsschritte planen
 - Aufgaben eindeutig verteilen
- Änderungen begründen
 - Mängel objektiv benennen
 - Beurteilungskriterien entwickeln
 - Umgang mit Terminologie, Fachjargon, inhaltlichen Fehlern
- Konstruktive Kommunikation mit Autoren und Übersetzern
 - Abläufe und Anforderungen transparent machen
 - Professionell Feedback geben

METHODEN

Intensive Einzel- und Gruppenarbeit, Diskussion.

Bitte mailen Sie uns bis zwei Wochen vor Seminarbeginn 4 – 5 Normseiten eines unbearbeiteten Manuskripts als Arbeitsgrundlage (möglichst als Word-Datei).

ZIELGRUPPE

Freie Lektoren und Redakteure mit mindestens einem Jahr Berufserfahrung, die objektive Kriterien für die Arbeit an Texten und für Gespräche mit Autoren gewinnen wollen.



Seminarleitung: Irene Rumler, Lektorin, TMS®-Trainerin und Systemischer Coach

Termin 1: 04.05. - 05.05.2020 (Seminar-Nr.: 120140, München) Termin 2: 25.06. - 26.06.2020 (Seminar-Nr.: 120141, Berlin)

Termin 3: 27.08. – 28.08.2020 (Seminar-Nr.: 120143, Frankfurt a. M.) Termin 4: 07.09. – 08.09.2020 (Seminar-Nr.: 120142, Hamburg)

Termin 5: 09.11. – 10.11.2020 (Seminar-Nr.: 120144, Düsseldorf)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de. Teilnehmer: 15

Preis:

€ 495,-

€ 395,- für Mitglieder des VFLL

€ 895,- bei Kostenübernahme durch den Arbeitgeber

Mit dem Besuch der Seminare "Freies Lektorat" I – III erwerben Sie das Zertifikat "Freie Lektorin/Freier Lektor". Nähere Informationen finden Sie auf Seite 99.





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Dr. Johanna Platter Tel.: +49 89 291953-56

E-Mail: johanna.platter@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Ob Kundenzeitschrift, mobile App, hausinterner Newsletter oder Online-Portal – Corporate Publishing hat sich im Kommunikations- und Marketing-Mix von Unternehmen fest etabliert. Unsere Corporate Media-Seminare greifen Schlüsselthemen auf, die für eine zeitgemäße Unternehmenskommunikation, erfolgreiches Content Marketing und professionelle PR-Arbeit notwendig sind. Vermittelt werden Kompetenzen, die für Kommunikationsexperten zur Erstellung professioneller CD-Medien – in Print, digital oder mobil – von zentraler Bedeutung sind.

AUF EINEN BLICK

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
 PR- und Communications-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat
Termin 3: 24.11. – 27.11.2020 (Berlin)
Termin 2: 29.09. – 30.09.2020 (Berlin)
VERANSTALTUNGEN UND EVENTS • Eventmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat ☑ Termin 1: 13.01. – 16.01.2020 bzw. Termin 2: 11.05. – 14.05.2020 bzw. Termin 3: 04.08. – 07.08.2020 bzw. Termin 4: 06.10. – 09.10.2020
• Konzeption von Veranstaltungen – Kongresse, Tagungen, Seminare Termin: 02.07. – 03.07.2020
• Rechtsfragen rund um Veranstaltungen, Events und Live-Entertainment ♦ Termin: 08.09.2020
CORPORATE MEDIA - MANAGEMENT UND PROJEKTMANAGEMENT • Corporate Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat ☐ ● Termin 1: 16.03 20.03.2020 bzw.
Termin 2: 26.10. – 30.10.2020
Termin 3: 27.10 30.10.2020 (Berlin)
Termin 1: 18.05. – 19.05.2020 (München) bzw. Termin 2: 31.08. – 01.09.2020 (Hamburg)
Termin: 13.07. – 14.07.2020

CORPORATE MEDIA - PRINT- UND DIGITALE MEDIEN ENTWICKELN

		•
•	 Crashkurs Kunden- und Mitarbeitermagazine – 	
	So meistern Sie Refresh, Relaunch und Neuentwicklung	
	Termin: 13.02. – 14.02.2020	120
•	 Crashkurs Corporate Media – So optimieren Sie Website, 	
	Instagram, Magazin und Blog	
	Termin 1: 25.06. – 26.06.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 10.09. – 11.09.2020 (Frankfurt a. M.)	121
•	 Interne Kommunikation – Crossmediale Strategien und 	
	Content-Konzepte für erfolgreiche Mitarbeitermedien 📀	
	Termin:18.11. – 19.11.2020	122
•	 Videos für Website und Social Media – 	
	Strategien, Formate und Storytelling	
	Termin 1: 23.01. – 24.01.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 22.06 23.06.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 3: 12.10. – 13.10.2020 (München)	123
•	 Expert of Storytelling – Ein Intensivkurs mit Zertifikat ☑ ⑤ 	
	Termin: 25.02. – 28.02.2020	124
•	 Erfolgsfaktor Storytelling – Unternehmen, Marken und Produkte 	
	mit Geschichten inszenieren	
	Termin 1: 23.01. – 24.01.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 06.07. – 07.07.2020 (München) bzw.	
	Termin 3: 15.10. – 16.10.2020 (Hamburg)	126

Die Seminare der Kategorie "Corporate Media" werden in Kooperation mit dem Content Marketing Forum durchgeführt. Mitglieder des CMF erhalten bei der Anmeldung einen Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft.



JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

PR- und Communications-Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Die PR-Arbeit hat sich radikal verändert: Blogs und Bewertungsplattformen, Twitter und YouTube, Facebook und Instagram bieten PR-Managern via Social Buzz unzählige Möglichkeiten, das eigene Unternehmen und seine Produkte ins Gespräch zu bringen. Damit steigen jedoch auch die Herausforderungen, denen PR-Mitarbeiter im Alltag begegnen: Sie sollen klassische Kampagnen planen und umsetzen, aber auch Online-Presseportale und Social Media bedienen, Texte für Suchmaschinen optimieren und Podcasts produzieren. Eine klare PR-Strategie, um Kommunikationsmaßnahmen zielgerichtet zu planen, und hervorragende Kenntnis der unterschiedlichen Kommunikationskanäle und -stile sind daher stärker gefragt als je zuvor.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt umfassendes Praxiswissen und alle wesentlichen Instrumente für eine zeitgemäße Pressearbeit bzw. das Public-Relations-Management in Verlagen, Verbänden und Unternehmen – vom Verfassen aussagekräftiger Pressetexte über die PR-Konzeption bis hin zum Reputation Management im Social Web.

THEMEN

1. Tag Begrüßung, Vorstellungsrunde, Zielsetzung

PR Classic: Strategie und Konzeption

- Erste Orientierung: Grundlagen und Ziele der Unternehmenskommunikation
- Corporate Identity: Was die Öffentlichkeit wahrnehmen soll
- Corporate Publishing: Mediengattungen kennen und Veröffentlichungen steuern
- Storytelling: Spannende Geschichten finden und aufbereiten
- PR-Instrumente: Wie die Digitalisierung die PR verändert
- Exkurs: Internal Communication

2. Tag PR Digital: Strategie und Konzeption

- Erste Orientierung: Daten und Fakten zu Online-Nutzung und Social Media
- Theorie und Praxis: Die Einsatzgebiete der Online und Social-PR
- Social Media Tools und Plattformen: Facebook, YouTube, Snapchat & Co.
- Owned Media: Corporate Blog, Facebook, Twitter etc.
- Earned Media: Bewertungen, Rezensionen, Influencer Marketing
- Paid Media: Banner, Advertorials, Facebook Ads
- Chancen und Risiken der Online- und Social-PR
- Exkurs: Krisen-PR im Social Web

3. Tag PR Classic & Digital: Umsetzung und Evaluation

- Situationsanalyse: Daten sichten, Ideen sammeln und Ziele bestimmen
- Konzeptelemente: Kommunikationsziele festlegen, Maßnahmen einleiten
- Entwicklung eines PR-Konzepts: Leitfragen und Umsetzung
- PR-Instrumente: Sinnvolle Maßnahmenplanung zusammenfügen
- Ressourcenplanung: Zeit, Budget und Know-how beziffern
- Evaluation: Fehlentwicklungen erkennen und korrigieren
- Praxis-Workshop: Crossmediale PR-Konzepte entwickeln

Tools für die onlinegestütze PR-Arbeit

- Webmonitoring
- Social Media Monitoring
- Live Demo

4. Tag Textwerkstatt

- Textkonzeption: Regeln für gute Texte
- Presseformate und ihre Anforderungen:
 - Pressemitteilung: Vom Titel bis zum Abbinder
 - Headline und Kurzmeldung
 - Nachricht, Bericht, Internet-News
- Pressetexte: Dos and Don'ts
- Themenfindung: Mit starken Themen bei der Zielgruppe punkten
- Exkurs: Suchmaschinenoptimiertes Schreiben Der Einfluss von SEO und SEA auf die PR-Arbeit

IM ZERTIFIKATSKURS "PR- UND COMMUNICATIONS-MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie erfolgreiche PR-Strategien entwickeln, umsetzen und evaluieren.
- wie Sie aussagekräftige Nachrichten, Berichte und Interviews verfassen.
- wie Sie ein zielführendes Online-Konzept entwickeln.
- wie Sie Online-Portale und Social Media-Kanäle gewinnbringend nutzen.
- wie Sie PR-Texte für Suchmaschinen optimieren.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Trainer und PR-Experten aus der Praxis
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit (auch für Berufseinsteiger)
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen aus anderen Unternehmen und PR- bzw. Kommunikationsabteilungen

METHODEN

Diskussion, Referat, Präsentation, Fallanalysen, Besprechung von Praxisfällen der Teilnehmer.

Wir erhielten außergewöhnlich viel Input und Hinweise für die Optimierung der eigenen Kommunikationsstrategie. Toll fand ich auch die Textwerkstatt, in der wir die einzelnen PR-Formate und -Kanäle noch einmal genauer betrachten konnten. Und: Die Übungen und Beispiele machen den Transfer in den Arbeitsalltag leicht!

Teilnehmer "PR- und Communications-Manager" 2019

ZIELGRUPPE

Fachkräfte und (Junior) PR-Manager von Unternehmen, Agenturen, Verlagen, Verbänden und Stiftungen sowie Neu- und Quereinsteiger in den Bereichen PR und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Unternehmenskommunikation, die erfolgreiche PR-Strategien entwickeln, umsetzen und evaluieren möchten.



Seminarleitung: Oliver Jorzik, PR-Berater und Dozent



Dominik Ruisinger, PR-Berater, Journalist und Dozent

Termin 1: 27.01. - 30.01.2020 (Stuttgart) Termin 2: 06.07. - 09.07.2020 (München) Termin 3: 24.11. - 27.11.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 12 Preis: € 1.795,-

Seminar-Nr.: 160029 (Termin 1, Stuttgart), 160030 (Termin 2, München) bzw.

160031 (Termin 3, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "PR- und Communications-Manager".

Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit

Mehr Bekanntheit im Netz erlangen, neue Multiplikatoren erschließen, Krisen just-in-time bewältigen – Online-PR ist unabdingbarer Bestandteil eines jeden Kommunikationsmixes. Dabei setzt Online-Kommunikation neben einer nutzerfreundlichen Website, einem professionell aufgebauten Pressebereich oder Newsroom, suchmaschinenoptimierten Inhalten und der Online-Distribution von PR-Material zunehmend auch auf Reichweite und Dialog in sozialen Netzwerken. Wie lassen sich Plattformen wie Facebook, Instagram, YouTube und Twitter, Business-Netzwerke wie Xing oder LinkedIn sowie Blogs und Foren einsetzen, um mit Journalisten, Redakteuren und anderen Multiplikatoren zu kommunizieren? Welches Potenzial bieten Chatbots und Messenger-Dienste wie WhatsApp? Welche Content-Strategien funktionieren für welches Unternehmen, welche Ressourcen und Budgets sind einzuplanen und wie können Sie den Erfolg Ihrer Maßnahmen messen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt, wie Internet und Social Media im Bereich Presse und Unternehmenskommunikation erfolgreich genutzt werden können. Die Teilnehmer erfahren, wie die verschiedenen Plattformen funktionieren und welcher Content sich dafür eignet, wie sie ihre Online-PR abteilungsübergreifend organisieren und ihre Ressourcen optimal einsetzen können. Zudem lernen sie Möglichkeiten kennen, um den Erfolg ihrer Kampagnen zu messen und Risiken zu minimieren.

THEMEN

- Grundlagen Online-PR
 - Aktuelle Entwicklung und Trends
 - Vom Pressebereich zum (Social Media-)Newsroom: PR-Material organisieren
 - Usability als Erfolgsfaktor: Website und Content nutzerfreundlich gestalten
 - Online-PR und SEO: Suchmaschinenoptimiertes Texten On- und Off-Page
 - PR-Material distribuieren: Presseportale und Newsfeeding-Strategien im Web
- Social Media und PR
 - Social Media- und Content-Strategien entwickeln
 - Zielgruppen und Ziele bestimmen, Plattformen sondieren
 - Relevanten Content finden
 - Kommunikationsziele erreichen auf Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Pinterest, Xing, LinkedIn, WhatsApp sowie in Foren und Blogs
 - Die Plattformen im Überblick
 - Bekanntheit und Reichweite steigern
 - Image und Reputation entwickeln
 - Beziehungen und Expertise aufbauen
 - PR-Kampagnen und Agenda Setting anstoßen
 - Kritik und Krisen bewältigen, Shitstorms vermeiden
 - Social Media-Management
 - Redaktions- und Organisationsplanung
 - Handhabung und Werkzeuge
 - Social Media-Monitoring und Erfolgsmessung

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Praxisbeispiele, Analysen, Gruppenarbeit und Übungen, u. a. zu Website-Analyse und Content-Optimierung.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus PR und Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation und Corporate Publishing, die ihre Kenntnisse im Bereich Online-PR und Social Media ausbauen wollen.



Seminarleitung:
Oliver Albiez, Berater und Coach für Online- und
Social Media Marketing sowie Online-PR

Termin 1: 23.03. - 24.03.2020 (München) Termin 2: 29.09. - 30.09.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 160032 (Termin 1, München) bzw. 160033 (Termin 2, Berlin)

Texten für PR

Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben

Pressemitteilungen schreiben, Interviews redigieren und PR-Berichte verfassen – dies sind nur einige der Aufgaben, die PR-Verantwortliche in ihrem immer komplexeren Arbeitsalltag bewältigen müssen. Die Herausforderung besteht dabei nicht nur darin, klassische PR-Texte professionell zu schreiben und für Redakteure und Journalisten interessant zu gestalten, sondern die Inhalte – je nach Zielgruppe – auch adäquat für die Firmen-Website, das Intranet oder Social Media aufzubereiten. Doch egal, ob online oder offline: Texten für PR ist Handwerk. Beachtet man bestimmte Regeln, erreichen die Texte ihr Ziel.

Doch was bedeutet "professionell texten" eigentlich? Was sind die Faustregeln für einfaches und klares Formulieren? Wie sieht ein idealer Textaufbau aus? Was müssen Sie beim Texten für Online-Kanäle beachten? Wie erreichen Sie, dass Redakteure und Journalisten Ihre Pressetexte tatsächlich veröffentlichen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt praxisnahe Methoden und Techniken, um professionelle PR-Texte zu verfassen. Die Teilnehmer erfahren, wie sie diese zielgruppenorientiert und passend für Online- oder Print-Medien schreiben, und erhalten konkrete Tipps und Hinweise, wie sie ihre Pressetexte schnell und einfach optimieren können.

THEMEN

- Was ist PR? Definitionen und Selbstverständnis
- PR-Konzepte planen: Von der Analyse zur Evaluation
- Zielgruppen verstehen: Mitarbeiter, Manager und Multiplikatoren
- PR-Formate beherrschen: Nachricht, Bericht, Reportage, Interview, Kommentar
- Erzählen können: Von drögen Themen zu interessanten Storys
- Fehler vermeiden: Substantivierungen, Superlative und Schachtelsätze
- Schreiben üben: Guter Stil und packende Texte
- Geschickt verbreiten: Internet, Intranet und Social Media
- Der Umgang mit Journalisten und Agenturen

METHODEN

Präsentation, Diskussion, Gruppenarbeit, Fallanalysen, Besprechung von Praxisfällen der Teilnehmer, Schreib- und Redigierübungen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene PR-Texte oder -Konzepte einzureichen bzw. diese ins Seminar mitzubringen, um sie gemeinsam mit der Seminarleitung zu besprechen bzw. zu analysieren.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Presseabteilungen von Verlagen, Unternehmen, Verbänden, Stiftungen und Agenturen sowie Neu- oder Quereinsteiger im Bereich PR und Unternehmenskommunikation, die bessere PR-Texte schreiben möchten.



Seminarleitung:
Peter Gaide, Journalist und Kommunikationsberater

Termin 1: 19.03. - 20.03.2020 Termin 2: 08.10. - 09.10.2020

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.095.-

Seminar-Nr.: 160034 (Termin 1) bzw. 160035 (Termin 2)

Eventmanager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Ob Public oder Corporate Event – die Planung und Steuerung von Veranstaltungen ist eine komplexe Aufgabe, die die Verantwortlichen vor große Herausforderungen stellt. Denn für ein erfolgreiches Event braucht es neben kreativen Ideen, spannenden Inhalten und einer gelungenen Inszenierung eine professionelle Planung und Organisation. Bewährtes Handwerkszeug kann Sie als Eventmanager dabei unterstützen, für eine hohe Umsetzungsqualität der von Ihnen betreuten Veranstaltungen zu sorgen.

Was also gilt es in puncto Briefing, Konzept, Ausschreibung, Location, Budgetplanung, Künstler- und Gästemanagement von Events zu beachten? Wie wird eine Veranstaltung zu einem echten Ereignis, das Kunden aktiviert, Mitarbeiter motiviert und die gewünschten Botschaften platziert? Welche Marketing-Instrumente – von Direktmarketing bis zu Social Media – bieten sich für Ihr Event und Ihre Zielgruppe an? Und welche juristischen Rahmenbedingungen müssen Sie für eine rechtssichere Umsetzung von Events berücksichtigen?

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt die zentralen Tools und Techniken für die professionelle Entwicklung, Organisation und Umsetzung von Events. Die Teilnehmer erfahren, wie sie erfolgreiche Veranstaltungen konzipieren, vermarkten, durchführen und evaluieren können. Sie lernen die Grundlagen der Event-Finanzierung und -Kalkulation ebenso kennen wie die rechtlichen Rahmenbedingungen, die es für ein gelungenes Veranstaltungsmanagement zu beachten gilt.

THEMEN

1. Tag Eventmanagement – Die Grundlagen

- Eventarten und -formen im Überblick Von Mitarbeiterevents bis zu Kundenveranstaltungen
- Qualitative und quantitative Zielsetzung von Events
- Der Eventmanager Aufgaben, Funktionen, Herausforderungen

Eventkonzeption und -inszenierung

- Eventkonzeption und Strategieentwicklung
- Zielgruppenanalyse und Ideenfindung
- Dramaturgie im Eventmanagement
- Auswahl und Akquise von Speakern und Künstlern
- Zusammenarbeit mit Agenturen und externen Dienstleistern

2. Tag Eventorganisation und -planung

- Planung des Events: Location, Ausstattung, Kalkulation, Zeit- und Kostenrahmen, Budgetplanung
- Ablaufplanung des Events: Projektverlauf und Phasenpläne
- Programm und Rahmenprogramm der Veranstaltung
- Catering/Food and Beverage
- Veranstaltungstechnik
- Durchführung vor Ort: Location-Checklisten

3. Tag Marketing für erfolgreiche Events

- Marketingstrategie und -planung
- Print, digital oder crossmedial? Instrumente im Veranstaltungsmarketing
- Direkt- und Social Media-Marketing im Überblick

Sponsoring und Finanzierung

- Kooperationsangebote und -verträge
- Finanzielle Abwicklung
- Werbliche Begleitung der Aussteller und Sponsoren

Eventdurchführung und -evaluation

- Zielgerichtete Planung und systematische Organisation
- Regieplan, Generalprobe, Teambriefing
- Nachbereitung und Erfolgskontrolle (Methoden, Fragebögen u.a.)

4. Tag Veranstaltungsrecht – Rechtliche Grundlagen

- Haftung des Veranstalters und Versicherungen zur Risikoabdeckung
- Urheberrecht: Rechtssicheres Verwenden von Fotos. Videos etc.
- Persönlichkeitsrecht: Einführung

Innovation und Trends in der Live Kommunikation

- Definition und Tendenzen der MICE-Branche (Meeting, Incentive, Convention and Event)
- Neue Formate und Trends: Multisensorik, Green Events, Confertainment, Hybrid Events
- Tools im Eventmanagement: Event-Apps, Gamification

IM ZERTIFIKATSKURS "EVENTMANAGER" ERFAHREN SIE ...

- was die zentralen Erfolgsfaktoren für gelungene Events sind.
- wie Sie Events konzipieren und organisieren von der Ideenfindung über die Programmentwicklung bis hin zur Dienstleistersteuerung.
- welche Tools Ihnen dabei helfen, Veranstaltungen nach Plan durchzuführen.
- mit welchen PR- und Marketingmaßnahmen Sie die Zielgruppe Ihres Events erreichen.
- mit welchen Methoden und Kennzahlen Sie Ihr Event evaluieren können.
- wie Sie Ihre Veranstaltung rechtssicher umsetzen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- berufsbegleitende Zusatzqualifikation in kurzer Zeit
- hochqualifizierte Referenten aus dem Event-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Checklisten und Leitfäden, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop.

Die vier Tage waren sehr informativ und effizient. Vielen Dank für das tolle Programm, von dem ich viele Themen in meinen Arbeitsalltag übertragen kann und zahlreiche Anreize erhalten habe. Der Austausch mit den Dozenten, die bereits viel Erfahrung in ihrem Bereich gesammelt haben, war besonders lehrreich.

Amelie Dallmayr, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Referat für Bildung und Sport der Landeshauptstadt München

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus dem Bereich Event- und Veranstaltungsmanagement, Marketing, Vertrieb, PR und Unternehmenskommunikation, Projektleiter und -manager und alle, die erfolgreiche Events realisieren möchten, die Mitarbeiter, Kunden oder Partner begeistern.



Seminarleitung: Sven Classen, Inhaber, Erlebnisbüro

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Marco Jung, Rechtsanwalt, Lausen Rechtsanwälte
Prof. Dr. Ricarda Merkwitz, Professorin für Event- und Kulturmanagement
Martin Rüdel, Geschäftsführer, Martinimusic

Termin 1: 13.01. – 16.01.2020 Termin 2: 11.05. – 14.05.2020 Termin 3: 04.08. – 07.08.2020 Termin 4: 06.10. – 09.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.795,-

Seminar-Nr.: 160036 (Termin 1), 160037 (Termin 2), 160040 (Termin 3) bzw. 160038 (Termin 4)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Eventmanager".

Konzeption von Veranstaltungen

Kongresse, Tagungen, Seminare



Ob Seminar oder Kongress, ob Tagung, Bildungsevent oder Webinar – das Herzstück jeder erfolgreichen Veranstaltung ist die Konzeption. Wesentlich sind dabei die systematische Themen- und Referentenauswahl sowie der exakte Zuschnitt auf die anvisierte Zielgruppe. Zudem gilt es, das passende Veranstaltungsformat zu wählen und ein schlüssiges kreatives Gesamtkonzept zu entwickeln. Nur wenn hier die richtigen Akzente gesetzt werden, werden Veranstaltungen von den jeweiligen Zielgruppen als relevant wahrgenommen und schließlich besucht. Doch welche Methoden eignen sich für die Markt-, Zielgruppen- und Themenrecherche in Ihrem Business-Umfeld? Wie kann die Konzeptentwicklung stringent und budgetgenau angegangen werden? Und welche Möglichkeiten stehen für die Qualitätskontrolle und -sicherung von Veranstaltungen zur Verfügung?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt konkretes Praxiswissen, mit dem Veranstaltungen zielgerichtet konzipiert und erfolgreich durchgeführt werden können. Die Teilnehmer erhalten einen vollständigen Überblick über alle Schritte der Produktentwicklung – von der ersten Idee bis zum druckfähigen Ausschreibungstext.

THEMEN

- Marktrecherche
 - Netzwerke, Verbände, Beiräte
 - Presse, Internet, Fachportale und Communities: Blogs, Xing, Twitter & Co.
 - Wettbewerbs- und Konkurrenzanalyse
- Veranstaltungsformate Wofür eignet sich was?
 - Vom Incentive bis zum Unternehmens- und Markenerlebnis Ein Überblick
 - Seminare, Kongresse, Tagungen, Bildungsevents
 - Exkurs Webinare Organisatorische, technische und pädagogische Fragen
- Themenauswahl
 - Themensammlung und Themenauswahl
 - Entscheidungskriterien
- Programmplanung
 - Ausgewogene Programmgestaltung
 - Abgleich mit der Strategie
 - Schärfung des Profils
- Zielgruppen analysieren, Ziele definieren
 - Bedarfsermittlung: Erfahren, was der Kunde will
 - Ziele definieren
 - Vom Ziel zur Idee: Kreativ bei der Ideenfindung
- Konzeptentwicklung
 - Konzepterstellung für Seminare, Kongresse & Co.
 - Lernziele und didaktisches Konzept festlegen
 - Themenschwerpunkte und innovative Aspekte
 - Dramaturgischer Aufbau

- Referenten-Akquise
 - Systematische Recherche und Qualitätscheck
 - Referenten finden, überzeugen und briefen
- Budget- und Kostenplanung
- Qualitätssicherung
 - Checklisten, Referenten-Briefings
 - Entwicklung von Standards

METHODEN

Präsentation, Diskussionen, Einzelübungen, Gruppenarbeiten, Checklisten.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, v. a. aus den Bereichen Event- und Veranstaltungsmanagement, Kommunikation und Public Relations, Produkt- und Trainingsentwicklung sowie HR, Personalentwicklung und Erwachsenenbildung sowie alle, die mit der Konzeption von Veranstaltungen – ob Kongress, Tagung oder Seminar – betraut sind.



Seminarleitung: Ricarda Merkwitz, Eventmanagerin und Professorin für Event- und Kulturmanagement

Termin: 02.07. - 03.07.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 160039

Rechtsfragen rund um Veranstaltungen, Events und Live-Entertainment



Bei der Durchführung von Events oder Live-Entertainment-Veranstaltungen gibt es auch in rechtlicher Hinsicht viel zu beachten – von der urheberrechtlich korrekten Verwendung von Fotos, Videos oder Musik über vertragliche Vereinbarungen mit Künstlern und Kooperationspartnern bis hin zu Sicherheitsvorkehrungen für das Publikum. Um juristische Risiken zu vermeiden, benötigen Eventprofis daher grundlegendes Know-how im Veranstaltungs- und Vertragsrecht. Doch welche Sorgfaltspflichten fallen als Veranstalter überhaupt in Ihren Verantwortungsbereich? Was ist unter Verkehrssicherungspflichten zu verstehen? Wann haften Sie als Veranstalter bzw. Mitveranstalter? Wie lässt sich Ihr Haftungsrisiko minimieren? Welche Lizenzen und Genehmigungen gilt es einzuholen? Wie lassen sich Vereinbarungen und Verträge rechtlich einwandfrei gestalten? Das Seminar hilft Ihnen, sich und Ihre Veranstaltung möglichst umfassend abzusichern. Denn ein Event soll den Beteiligten Spaß machen – und keine unangenehmen Rechtsstreitigkeiten nach sich ziehen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt rechtliches Grundwissen und zeigt Vorschriften auf, die bei der Planung und Durchführung von Events zu beachten sind. Es werden wesentliche Vertragstypen anhand von Musterverträgen beleuchtet und Checklisten für den Arbeitsalltag präsentiert. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Erörterung von eventuellen Haftungsrisiken und Präventionsmaßnahmen.

THEMEN

- Haftung und Versicherungsfragen
 - Haftung und Haftungseinschränkung
 - Sorgfalts- und Verkehrssicherungspflichten
 - Versicherungen Von Haftpflicht- über Ausrüstungs- bis hin zur Ausfallversicherung
 - Weitere Präventionsmaßnahmen
 - Typische Gefahrenquellen bei Veranstaltungen
- Urheber- und Persönlichkeitsrechte
 - Verwendung von urheberrechtlich geschütztem Material im Rahmen von Veranstaltungen: Fotos, Videos, Musik, Livestreams, Bühnenbilder, Choreografien etc.
 - Bildrechte: Rechtskonforme Abbildung von Besuchern auf Fotos
- Verträge und Vertragsgestaltung
 - Grundlagen
 - AGB/Allgemeine Geschäftsbedingungen
 - Ticketing
- Rechtssichere Planung der Veranstaltung
 - Behördliche Genehmigungen Von der Baugenehmigung bis zur Schankerlaubnis
 - GEMA und GVL Die Rolle von Musikverwertungsgesellschaften

METHODEN

Referat, Präsentation, Diskussion, Erläuterungen anhand von Musterverträgen, Checklisten und Fallbeispielen.

ZIELGRUPPE

Alle, die an der Planung, Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen beteiligt sind, insbesondere Eventmanager, Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen der Eventbranche, Mitarbeiter von Event-Abteilungen, Produzenten von Live-Entertainment-Veranstaltungen, Vereinsvorstände, ehrenamtliche Veranstalter, Juristen sowie alle, die sich künftig mit Themen des Veranstaltungsrechts befassen müssen.



Seminarleitung: Marco Jung, LL.M., Rechtsanwalt, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 08.09.2020
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190100

Corporate Media Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Ob mit mobiler App oder klassischem Kundenmagazin, ob mit hausinternem Newsletter oder Online-Portal – eine zielgerichtete und zeitgemäße Unternehmenskommunikation ist heute unerlässlich, um als Marke aus der Flut an Informationen hervorzustechen. Es gilt, mit klaren Botschaften und hochwertigen Inhalten die Aufmerksamkeit der Leser zu gewinnen.

Doch was sind die Erfolgsfaktoren gelungener Unternehmenskommunikation, sowohl intern als auch extern? Wie entwickeln Sie eine Strategie, die zu Ihrem Kommunikationsziel passt und alle relevanten Kanäle umfasst? Was gilt es bei der zielgruppengerechten Content-Produktion zu beachten? Mit welchen Marketing-Maßnahmen lassen sich die Inhalte verbreiten und die verschiedenen On- und Offline-Kanäle miteinander verzahnen? Und welche Projektmanagement-Tools können Sie nutzen, um die Umsetzung möglichst reibungslos zu organisieren? Dieser Intensivkurs vermittelt die wesentlichen Kompetenzen für die erfolgreiche Entwicklung crossmedialer Kommunikationslösungen: von der strategischen Konzeption über Digital-Know-how und Content Marketing bis hin zu professioneller Koordination und Aufgabensteuerung im Projekt.

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs liefert einen fundierten Überblick über alle relevanten Themenbereiche im Corporate Publishing – von Print bis digital. Die Teilnehmer erfahren, wie sie eine crossmediale Strategie für ihre Unternehmenskommunikation entwickeln und zielgruppengerechte CP-Projekte effizient planen und umsetzen, ob Mitarbeiteroder Kundenmagazin, Online-Portal oder Social Media-Anwendung.

THEMEN

1. Tag Konzeption und Planung von Corporate Media

- Corporate Publishing und Content Marketing: Eine Abgrenzung
- Entwicklung von Corporate Media: Projekt-, Produktions-, Zeitund Themenplanung
- Kunden- und Mitarbeitermagazin, App, Newsletter & Co.: Produktionsabläufe von Corporate Media in Print und digital

2. Tag Projektmanagement im Corporate Publishing

- CP-Projekte verwalten und monitoren: Kalkulation, Budgetverwaltung, Projektcontrolling
- Redaktionssysteme für Print- und digitale Medien
- Erfolgsmessung für Corporate Media: Methoden und Tools

Corporate Media im Gesamtkonzept integrierter Kommunikation

- Kommunikationsziele von Corporate Media
- Strategieentwicklung: Zielgruppe, Zielsetzung und Kennzahlen
- Von Ausschreibung bis Auftragsvergabe: Tipps für den Pitch

3. Tag Digital Publishing – Entwicklung von digitalen Corporate Media

- Paid, Owned und Earned Media: Grundlagen im Digital Publishing
- Digitale Corporate Media im Überblick: Corporate Website, Landingpage, Online-Shop, Newsletter & Co.
- Digitale Geschäftsmodelle: Einführung und Bewertung

Digitales Content Marketing

- Strategie: Der richtige Content zum richtigen Zeitpunkt
- Digitale Content-Formate: Von Infografik bis Video

- Content Promotion und Seeding: Inhalte streuen über verschiedene Kanäle
- Redaktionelles SEO: Content für ein besseres Ranking

4. Tag Mobile Publishing – Umsetzung von mobilen Applikationen

- Besonderheiten für Tablets und Smartphones
- Von Mobile Services bis Content-App: Geschäftsmodelle, Vermarktung und Distribution im Mobile Publishing
- Erfolgsmessung und Reporting: Relevante Kennzahlen (KPI)

Social Corporate Media

- Social Media in der Unternehmenskommunikation: Die Strategie
- Social Media-Plattformen und Messenger-Dienste im Überblick: Facebook, Instagram, WhatsApp & Co.
- Der perfekte Post: Content-Produktion und Storytelling
- Social Advertising und Erfolgsmessung: Tipps und Tools

5. Tag Rechtsfragen rund um Corporate Media

- Rechteinhaber und Rechteverwerter im Überblick
- Urheberrecht und Lizenzverträge, Persönlichkeitsrecht
- Folgen einer Rechtsverletzung: Die Grundlagen der Haftung

Visuelle Konzeption und Gestaltung von Corporate Media

- Gestaltungsmöglichkeiten für Corporate Media in Print und digital
- Fotografie, Typografie, Infografik
- Visuelle Konzeption und aktuelle Designtrends
- Kriterien zur Beurteilung und Bewertung von Corporate Media

- wie Sie zielgruppenorientierte und kanalübergreifende Corporate Media entwickeln und umsetzen.
- welche Besonderheiten es im Digital und Mobile Publishing zu beachten gilt von Newsletter über App bis Social Media.
- wie Sie erfolgreiche Kunden- und Mitarbeitermagazine konzipieren.
- wie Sie Ihre CP-Projekte mit professionellem Projektmanagement verwalten und monitoren.
- was gutes Design von Unternehmensmedien in Print und digital ausmacht.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Trainer und Experten aus dem Corporate Media- und Digital-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivseminar mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Diskussion, Präsentation, Gruppenarbeit, Fallanalysen, Besprechung von Praxisfällen der Teilnehmer.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Corporate Publishing, Corporate Media, PR, Unternehmenskommunikation und (Content-) Marketing in Unternehmen, Agenturen und öffentlichen Einrichtungen sowie alle, die CP-Projekte durchführen und leiten

Der Kurs war inhaltlich sehr interessant und mit Referenten besetzt, die viel Erfahrung in der Branche haben. Das hat mir gut gefallen, weil auf die Weise wirklich Einblicke in das alltägliche Geschäft und konkrete Aufgaben im Corporate Publishing möglich waren.

Dorothea Rohde, Geschäftsführerin, JUST PUBLISH MEDIA

Das beste Seminar, das ich jemals besucht habe. Vom ersten bis zum letzten Moment herrschte ein konstruktives und interessiertes Klima, das sowohl vom Seminarleiter als auch von den Teilnehmern über die gesamte Woche getragen wurde. Die Referenten waren alle sehr kompetent und engagiert. Ein Seminar, das ich jedem, der sich für Corporate Publishing interessiert, empfehlen kann.

Angelika Schett-Berka, Konzernkommunikation, STRABAG



Seminarleitung: Jan Leiskau, Geschäftsführer, planet c

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Felix Loesner, Teamleiter Social Media, FC Bayern München
Rafael Mroz, Head of Digital Business, Pernod Ricard Deutschland
Andreas J. Schneider, Kommunikations- und CP-Experte
Elisabeth Wallner, Art Direktorin
Olaf Wolff, Managing Director, Publicis Pixelpark

Termin 1: 16.03. – 20.03.2020 Termin 2: 26.10. – 30.10.2020 Tagungsorte in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 250059 (Termin 1) bzw. 250060 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Corporate Media Manager".

Content Marketing Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Von Paid Media bis Owned Media – Content Marketing erobert in Form von Experteninterviews, Fachbeiträgen und Blogartikeln die Marketing-Welt. Und das nicht ohne Grund: Mehr Aufmerksamkeit im Web, verbesserte Sichtbarkeit in Suchmaschinen, Intensivierung der Kundenbeziehungen und eine positive Markenwahrnehmung sind nur einige der Gründe, weshalb Unternehmen heute auf Content Marketing setzen. Kein Wunder, denn der Großteil der Konsumenten kehrt klassischer Werbung den Rücken zu. Statt Anzeigen, Bannern und Pop-ups suchen sie attraktive Inhalte, die informieren und unterhalten.

Die zentrale Frage lautet also: Wie erreichen und überzeugen Sie Ihre Zielgruppe – ob Kunden, Journalisten oder Mitarbeiter, ob mit Ihrem Print-Magazin oder auf Social Media? In diesem Zertifikatskurs erfahren Sie, wie Sie mit einer klaren Content-Strategie relevante Inhalte entwickeln, produzieren und verbreiten können, um so Ihre Leser zu binden, neue Kunden zu finden und Ihren Unternehmenserfolg langfristig zu steigern.

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die wesentlichen Methoden, Tools und Trends für Content Marketing in Print und digital – vom Aufbau einer Content-Strategie über die Auswahl zielgruppengerechter Themen, Formate und Kanäle bis hin zur erfolgreichen Vermarktung des produzierten Contents. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihre Inhalte mit crossmedialem Storytelling, SEO & Co. aufbereiten und den Erfolg ihrer Maßnahmen messen können.

THEMEN

1. Tag Content Marketing – Einführung

• Der Content Hype und Konsument von heute: Überblick, Trends und Herausforderungen

Content-Strategie - Analyse und Planung

- Content-Strategie entwickeln: Marke, Wettbewerb und Ziele
- Zielgruppe definieren und analysieren: Von Limbic Map, Empathie und Persona
- Mission-Statement formulieren
- Relevante Kennzahlen (KPI) festlegen und ROI berechnen

2. Tag Content Marketing in der Umsetzung – Kreation und Storytelling

- Von Produktbeschreibung bis Mitarbeiter-Story:
 Einsatzmöglichkeiten und Formate für Content Marketing
- Content Creation: Ideen finden und Themen entwickeln
- (Crossmediales) Storytelling von Text bis Video: Heldenreise und Masterplot
- Content Curation und Recycling: Erfolgsfaktoren und Tools
- Kooperation mit Influencern, Testimonials & Co.
- Steuerung und Briefing von Content-Agenturen

3. Tag Content Marketing – Produktion und Redaktion

- Website, Magazin, Newsletter und Social Media: Die wichtigsten Content-Kanäle im Überblick
- Welcher Content auf welchem Kanal?
- Headline, Teaser und optimaler Textaufbau: Schreiben fürs Web
- Erfolgreiche Postings für Social Media
- Redaktionelles SEO: Content für ein besseres Ranking in Suchmaschinen
- Content-Planung: Themenmanagement, Redaktionsplan und Produktionskalender

4. Tag Content Promotion und Monitoring – Vermarktung und Erfolgskontrolle

- Reichweite über Owned Media, Earned Media und User Generated Content
- Sponsored Content und Advertising: Werbeziele und -formate
- Von Business Manager bis Google Ads: Tools für die Bewerbung von Content
- Budgetplanung, Monitoring und Reporting: Kontrolle und Optimierung der Content-Performance
- Tools und Software für die Erfolgskontrolle

IM ZERTIFIKATSKURS "CONTENT MARKETING MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie eine erfolgreiche Content-Strategie entwickeln.
- wie Sie Content Marketing effizient planen und umsetzen.
- wie Sie zielgruppengerechte Formate und Themen auswählen.
- wie Sie Ihre Inhalte optimal für das Web aufbereiten mit SEO und crossmedialem Storytelling.
- wie Sie Ihren Content gewinnbringend vermarkten und verbreiten.
- wie Sie den Erfolg Ihrer Content Marketing-Maßnahmen messen können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Referenten aus dem Content Marketing- und Digital-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Vorträge, Theorie, praktische Übungen, Gruppenarbeit, Diskussion, Analysen von Fallbeispielen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Content Marketing-Fragestellungen und Fallbeispiele einzureichen, um diese gemeinsam im Seminar zu besprechen und zu analysieren. Bitte bringen Sie nach Möglichkeit einen Laptop oder ein Tablet zum Seminar mit.

Sehr empfehlenswertes Seminar! Tolle Dozenten mit viel Praxis-Know-how und konkreten Tipps für den Arbeitsalltag. Und alle relevanten Themenbereiche im Content Marketing werden vermittelt. Super!

Teilnehmer "Content Marketing Manager" 2019

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, (Online-)Marketing, Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Vertrieb sowie aus Redaktion, Produkt- und Content-Management, die Content Marketing in ihrem Unternehmen auf- und ausbauen möchten.



Seminarleitung: Andreas Berens, Content Marketing Strategist, stories4brands und Gründer, theUntold



Carsten Bolk, Hybrid Creative Director, Designer, Storyteller und Gründer, theUntold

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Dr. Sepita Ansari, Geschäftsführender Gesellschafter, SYZYGY Performance
Philipp End, Digital Content Strategist, Munich Re
Michael Netsch, Bewegtbild-Consultant und Videoproduzent
Stefan Ruzas, Gründer/Inhaber, Neue Magazin Kultur

Termin 1: 10.02. - 13.02.2020 (München) Termin 2: 17.08. - 20.08.2020 (Köln) Termin 3: 27.10. - 30.10.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.795,-

Seminar-Nr.: 250073 (Termin 1, München), 250074 (Termin 2, Köln) bzw.

250075 (Termin 3, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Content Marketing Manager".

Digitales Content Marketing



Ob über Social Media, Apps oder die Website – auf allen Kanälen mit relevanten Inhalten zu überzeugen, ist das Ziel von Content Marketing, egal ob es um die Promotion des Unternehmens, der Marke oder neuer Produkte geht. Denn: Gute Inhalte jenseits reiner Werbebotschaften werden geteilt, erreichen mehr Aufmerksamkeit im Netz und eine bessere Sichtbarkeit bei Google und steigern so die Conversion Rate. Es gilt also, attraktiven Content für die eigenen User zu entwickeln, ansprechend aufzubereiten und über digitale und mobile Kanäle zu verbreiten. Erfahren Sie, wie Sie mit professionellem Content Marketing bestehende Kundenbeziehungen stärken und neue Zielgruppen erschließen. Wie bauen Sie eine erfolgreiche Content Marketing-Strategie auf? Welche Inhalte – ob Text, Grafik oder Video, ob informativ oder unterhaltend – eignen sich für welche Plattform? Auf welchem Kanal – vom Newsletter bis YouTube – erreichen Sie Ihre Zielgruppe? Mit welchen Online Marketing-Tools können Sie Ihren Content vermarkten und verbreiten? Und wie können Sie die verschiedenen Maßnahmen crossmedial verzahnen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die wichtigsten Formate, Kanäle, Tools und Techniken im digitalen Content Marketing. Die Teilnehmer lernen erfolgreiche Strategien für die crossmediale Markenkommunikation kennen und erfahren, welcher Content sich – in welchem Format und auf welchem Kanal – für ihre Zielgruppenansprache eignet.

THEMEN

- Digitales Content Marketing Einführung
 - Content Marketing, Social Content und Storytelling: Grundlagen
 - Content Marketing-Strategie: Die Erfolgsbasis
 - Ziele und Zielgruppen, die zur Marke passen
 - Budget-, Ressourcen- und Redaktionsplanung
- Content-Formate und Storytelling
 - Texte, Bilder, Grafiken: Content-Formate im Überblick
 - Bewegtbild-Content von Animationen bis Videos
 - Kanalspezifische Content-Erstellung: Erfolgsfaktoren und Vorgehensweise
 - SEO und Content Marketing: Grundlagen
 - Visual Storytelling: Einsatzmöglichkeiten im Content Marketing
- Content-Kanäle und crossmediale Markenkommunikation
 - Social Media, Newsletter und Blogs
 - Mobile Website und Apps
 - Ausbau und Vernetzung der Content-Kanäle
 - Kanalübergreifenden Content platzieren
 - Print-Inhalte optimieren und digital flankieren
- Exkurs: Influencer Marketing Einbindung von YouTubern, Bloggern & Co.
- Generieren von Aufmerksamkeit und Traffic
 - User Generated Content nutzen
 - Sponsored Content: Mehr Reichweite durch Advertising
- Content Monitoring und Erfolgsmessung
 - KPIs/Kennzahlen, ROI und Zielerreichung
 - Tools für Monitoring und Evaluierung

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc. Bitte bringen Sie nach Möglichkeit einen Laptop oder ein Tablet mit ins Seminar.

ZIELGRUPPE

Projekt- und Produktmanager sowie Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, PR und Kommunikation, die an Konzeption und Umsetzung von Content Marketing-Projekten beteiligt sind.



Seminarleitung: Torsten Panzer, Experte für Content Marketing und Social Media/Inhaber Panzer Repuation

Termin 1: 18.05. - 19.05.2020 (München) Termin 2: 31.08. - 01.09.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 250061 (Termin 1, München) bzw. 250062 (Termin 2, Hamburg)

Projektmanagement im Corporate Publishing

Ob Kundenmagazin oder Corporate Book, Website oder E-Journal, Podcast oder Corporate-Newsletter – reibungslose Prozesse und eine klare Kompetenzverteilung sind die Voraussetzung für eine effiziente Medienproduktion. Die Koordination und Steuerung interner und externer Mitarbeiter sowie eine konsequente Qualitäts- und Kostenkontrolle sind daher unabdingbar.

Doch wie stellen Sie eine Zeit- und Budgetplanung auf, die digitalen und Printmedien gerecht wird? Wie setzt man Redaktionssysteme als Projektsteuerungstools ein? Und wie gelingt es Ihnen, Kundenwünsche optimal einzubeziehen? Erfahren Sie, was in den einzelnen Projektphasen zu beachten ist, um auch crossmediale Corporate Publishing-Projekte mit messbarem Erfolg abzuschließen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt kompakt und praxisorientiert die Grundlagen des Projektmanagements im Corporate Publishing. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, ihre Projekte systematisch zu planen und flexibel auf neue Herausforderungen zu reagieren.

THEMEN

- Der Corporate Publishing-Markt
 - Corporate Publishing vs. Content Marketing Unterschiede und Gemeinsamkeiten
 - Corporate Publishing in D-A-CH im Überblick Budgets und Entwicklungspotenziale
- Grundlagen des Projektmanagements
 - Formen von Projektmanagement Von Wasserfall bis agil
 - Projektbestimmung Ziele, Kontext und Rollen definieren
 - Projektplanung und Risikomanagement Methoden und Instrumente
- Konzeption und Entwicklung von Corporate Media
 - Wettbewerbsanalyse und Strategieentwicklung KPIs, Zielsetzung und Zielgruppe
 - Print und/oder digital Vorteile, Nachteile und Herausforderungen
 - Von der Themenkonferenz bis zum Vertrieb Produktions- und Zeitplan erstellen
 - Kosten- und Erlösplanung Kalkulation neuer Projekte im Corporate Publishing
- Projektsteuerung intern und extern
 - Effizienzsteigerung und Produktion Redaktionssysteme für digitale und Printmedien
 - Mehrkosten vermeiden Auftragsvergabe und Abstimmung mit externen Mitarbeitern
 - Mitarbeiter- und Kundenkommunikation Motivation und Kontrolle
- Wirkungskontrolle und Erfolgsmessung im Projektmanagement Methoden und Argumentationshilfen

METHODEN

Vortrag, Gruppenarbeit, Analyse von Fallbeispielen, Diskussion, Feedback.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Medienhäusern, Unternehmen und Agenturen, insbesondere aus den Bereichen Redaktion, Produktmanagement, Marketing, Neue Medien und Unternehmenskommunikation, die Corporate Publishing-Projekte effizient steuern wollen.



Seminarleitung: Jan Leiskau, Geschäftsführer, planet c

Termin: 13.07. – 14.07.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 250071

Crashkurs Kunden- und Mitarbeitermagazine

So meistern Sie Refresh, Relaunch und Neuentwicklung

Als Macher eines Magazins wollen Sie Ihre Leser optimal erreichen. Dafür müssen Sie Ihre Zielgruppe genau kennen und Ihre Ziele eindeutig festlegen. Ob Sie Kunden gewinnen, Mitarbeiter motivieren oder Produkte verkaufen wollen: Stets ist das Konzept ein anderes – und damit auch die Auswahl und der Zuschnitt der Bilder, die Länge und Tonalität der Texte und die Dramaturgie des Layouts. Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihr Magazin systematisch planen und umsetzen. Wie Sie Ihre Inhalte klug für weitere Kanäle nutzen können. Und wie Sie bei Ihren Lesern durch ehrlichen Dialog nachhaltig punkten.

SEMINARZIEL

Das Seminar zeigt, wie Sie Ihr Kunden- bzw. Mitarbeitermagazin optimieren können. Praxisnah werden alle Faktoren behandelt, die ein gutes Magazin ausmachen – von der ersten Idee über die Drucklegung bis hin zum Relaunch. Sie erhalten konkrete Tipps, an welchen Stellschrauben Sie bei der Magazinerstellung drehen müssen.

THEMEN

- Gewusst wie: Die Faustregeln für erfolgreiche Magazin-Macher
- Der Einstieg: Was muss ich sagen, was zeigen?
- Dramaturgie und Spannungsbogen: Die packende Inszenierung eines Magazins
 - Grundlagen für eine spannende Text-Bild-Mischung
 - Kernbotschaften und Pflichtthemen
 - Ausschöpfen des Themenspektrums
 - Die Bedeutung von Informationskästen und Grafiken
- Was die Unternehmensleitung lesen will und was der Kunde oder Mitarbeiter: Interessante Aufhänger und neue Perspektiven
- Verbesserung der Qualität trotz knapperen Budgets: Hilfestellung von der Auftragserteilung bis zum Druck
- Der Neustart: Wann ein Relaunch Not tut und wann ein Refresh ausreicht
- Exkurs: Koordination Print- und Online-Medien Unterschiedliche Ziele mit unterschiedlichen Kanälen erreichen

METHODEN

Präsentation, Fallbeispiele, Übungen, Diskussion, Erfahrungsaustausch.

Die Teilnehmer haben im Seminar die Möglichkeit, konkrete Fragen und Probleme rund um die Magazinerstellung mit den Referenten zu besprechen. Bitte senden Sie uns hierfür zwei identische Exemplare Ihres Mitarbeiter- oder Kundenmagazins bis zwei Wochen vor Seminarbeginn zu und bringen acht Exemplare desselben Magazins zum Kurs mit.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte, die Kunden- und Mitarbeitermagazine erstellen, betreuen oder optimieren möchten – aus den Bereichen Corporate Publishing, interne und externe Unternehmenskommunikation, Marketing und Content Marketing, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Redaktion und Gestaltung.



Seminarleitung:
Prof. Dr. Björn Peter Böer, Chefredakteur
Wirtschaftsmedien und Leiter Business Communication,
wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation



Theo Probst-Bartolomee, Leitung Competence Center Design, wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation

Termin: 13.02. - 14.02.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 250064

Crashkurs Corporate Media

So optimieren Sie Website, Instagram, Magazin und Blog



Die Storyline der Firma steht, dennoch funktioniert die Unternehmenskommunikation noch nicht perfekt? Dann optimieren Sie Ihr Medium in der Print- und Digital-Version und ziehen Sie die Stellschrauben für Texte und Optik an. Betrachten Sie dabei Content und Design nicht getrennt, sondern denken Sie ab sofort in "Content Design". Lernen Sie durch systematische Analyse und den Vergleich mit Best-Practice-Beispielen, Ihre medialen Kanäle gezielt zu verbessern: Was wird auf der Website gesucht, was bei Instagram gefunden? Ist der Blog-Beitrag immer "stand alone" zu betrachten, oder gibt es Synergiepotenzial für Ihr Magazin? Die individuellen Herausforderungen der Teilnehmer stehen dabei im Mittelpunkt des Seminars: Gemeinsam erarbeiten die Teilnehmer, wie sich das Content Design der eigenen Medien optimieren lässt – vom Relaunch bis zur Neuentwicklung.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wichtigsten Erfolgsfaktoren für eine zielgruppenorientierte Konzeption Ihrer Unternehmensmedien: von der Pull-Funktion Ihrer Website und des Instagram-Auftritts bis zu den Push-Möglichkeiten von Newsletter und Magazin. Der Auswahl der geeigneten Medienkanäle folgt die Optimierung von Inhalt und Design. Sie analysieren den Ist-Zustand und erarbeiten systematisch den gewünschten Soll-Zustand Ihres medialen Auftritts.

THEMEN

- Corporate Media: Wie Sie die Basis für Ihre Kommunikation festlegen
 - Eine Firma, eine Botschaft, ein Medium?
 - Unternehmensmedien im Überblick: Kundenmagazin, Mitarbeiter-App, Website, Corporate Blog, Facebook-Kanal und Instagram – die neue Vielfalt
- Erfolgreiche Unternehmensmedien: Best-Practice-Beispiele
- Zielgruppen: Was Sie über die Empfänger Ihrer Botschaften wissen sollten
 - Voraussetzung für eine lesergerechte Umsetzung von Corporate Media
 - Zielgruppen identifizieren und deren Mediennutzungsverhalten analysieren
- Präzise Kommunikationsziele: Priorisieren um Ihre Botschaft zu platzieren
- Kluger Medienmix: Welcher Weg zur Zielgruppe effektiv und effizient ist
 - Medienkanal: Print vs. Digital
 - Umfang: Tweet vs. Tablebook
 - Format: Standard vs. Originalität
- Content Design: Warum Themen ganzheitlich gedacht werden müssen
 - Text: Die richtige Tonalität finden
 - Bilder: Das Corporate Design und seine Grenzen
 - Layout: Von der Text-Bild-Klammer zur visuellen Inszenierung
 - Storytelling: Es geht auch ohne Helden
- Text-Bild-Bewegtbild: Die Zielgruppe bestimmt das mediale Format
- Mehr Qualität trotz knapper Budgets: Vom Briefing bis zur Umsetzung
- Der Neustart: Wann ein Relaunch Not tut und wann ein Refresh ausreicht
- Monitoring: KPIs (Kennzahlen) definieren und messen

METHODEN

Präsentation, Vortrag, Praxis-Übungen, Showcases, Diskussion. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter, Projektleiter, Fach- und Führungskräfte, die Unternehmensmedien von Print bis digital erstellen, betreuen oder verantworten – aus den Bereichen PR und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Redaktion und Gestaltung von Unternehmen, Agenturen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen. Alle, die ihre bisherigen Mitarbeiter- und Kundenmedien optimieren und ihr Corporate Media-Know-how ausbauen und systematisieren möchten.



Seminarleitung:
Prof. Dr. Björn Peter Böer, Chefredakteur
Wirtschaftsmedien und Leiter Business Communication,
wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation



Theo Probst-Bartolomee, Leitung Competence Center Design, wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation

Termin 1: 25.06. – 26.06.2020 (München) Termin 2: 10.09. – 11.09.2020 (Frankfurt a. M.)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 250066 (Termin 1) bzw. 250065 (Termin 2)

Interne Kommunikation

Crossmediale Strategien und Content-Konzepte für erfolgreiche Mitarbeitermedien



Gerade in Zeiten häufiger Umstrukturierungen und Reorganisationsprozesse gewinnt die interne Kommunikation an Bedeutung. Denn der Verunsicherung und sinkenden Loyalität vieler Mitarbeiter kann nur durch kontinuierliche und transparente Information begegnet werden. Daher gilt es, frühzeitig die Weichen für eine interne Kommunikation zu stellen, die auf Change- und Knowledge-Management ausgerichtet ist. Nur dann kann auch Internal Branding funktionieren.

Interne Kommunikationsmedien können den Mitarbeitern den aus Markt und Wettbewerb resultierenden Wandel verständlich machen und ein glaubwürdiges Unternehmensbild, aber auch Ziele und Strategien vermitteln – mit weitreichenden positiven Folgen: Die Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter sowie ihre emotionale Bindung an das Unternehmen wachsen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wichtigsten Tools für die professionelle Entwicklung von Mitarbeitermedien – von der Strategiefindung über die crossmediale Konzeption und Content-Erstellung bis hin zu Gestaltung und Projektsteuerung. Die Teilnehmer lernen zentrale Formate der internen Kommunikation kennen, ob klassisches Print-Magazin, Mitarbeiter-Portal oder Social Intranet. Zudem erfahren sie, wie sie mit Mitarbeitermedien Change Prozesse aktiv gestalten können.

THEMEN

- Mitarbeiterkommunikation Eine Einführung
 - Aktuelle Entwicklungen und Trends in der internen Kommunikation
 - Die crossmedialen Kommunikationskanäle: Mitarbeitermagazin, Social Intranet, Mitarbeiter-App & Co.
- Strategie- und Konzeptentwicklung
 - Die Kommunikationsziele erfolgreicher interner Kommunikation
 - Die Zielgruppenansprache Wie Sie (heterogenen) Zielgruppen innerhalb der Mitarbeiterschaft Rechnung tragen
 - Das unterschiedliche Mediennutzungsverhalten: Print vs. Digital
 - Exkurs: Interkulturelle Kommunikation für Global Player/Hidden Champions
- Content-Strategie und Content-Erstellung
 - Entwicklung einer Content-Strategie für die interne Kommunikation
 - Die richtige Ansprache: Sprache(n), Tonalität, Storytelling, Visualität
 - Die Themenauswahl und ihre Bedeutung
 - Auswahl von Format, Kanal und Frequenz: Hohe Leserakzeptanz erreichen
- Digitale Transformation und ihr Einfluss auf die interne Kommunikation
 - Herausforderung Crossmedialität
 - Weiterentwicklung von Print- in digitale Mitarbeiter-Magazine
- Die technologische Basis für eine effiziente interne Kommunikation
 - Content Management Systeme (CMS) und Redaktionssysteme
 - Das Newsdesk: Print, digital, Social Media und Live-Events

- Die Umsetzung: Redaktion, Gestaltung und Projektsteuerung
 - Konzepte für redaktionelle Struktur, Storytelling und Editorial Design
 - Content Development und Wissensmanagement
 - Distribution, Controlling, Evaluation und Kostenstruktur
 - Personelle Ressourcen: Die Voraussetzungen für professionelle Umsetzung
 - Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
- Veränderungs- und Krisenkommunikation: Erfolgsfaktoren und Case Studies

METHODEN

Vortrag, Fallbeispiele, praktische Übungen, Diskussion, Case-Studies, Analyse von Teilnehmerbeispielen. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, Fragestellungen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn einzureichen, die dann im Seminar gemeinsam analysiert und besprochen werden.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter, Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen, Verbänden, Behörden und Institutionen, v. a. aus den Bereichen HR/Personal, Kommunikation und/oder PR, sowie Kommunikationsmanager und alle, die sich mit interner Kommunikation und dem Thema Mitarbeiterkommunikation in Zeiten des digitalen Wandels befassen.



Seminarleitung:

Hans-Jürgen Moers, Geschäftsführender Gesellschafter muehlhausmoers corporate communications gmbh

Termin: 18.11. - 19.11.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 250079

Videos für Website und Social Media

Strategien, Formate und Storytelling



Ob How-To-Video, Web-Tutorial oder Imagefilm für Social Media – kaum ein Unternehmen kann sich heute noch einen Online-Auftritt ohne Bewegtbild leisten. Denn Videos zahlen direkt auf Markenbildung und Content Marketing ein: Sie verbessern die User Experience und die Usability der Website, erhöhen Reichweite und Sichtbarkeit auf Google und steigern nicht zuletzt Konversionsraten und Umsätze.

Doch welche Bewegtbild-Strategien und -Konzepte sind tatsächlich erfolgreich? Was sind die richtigen Formate und Kanäle – von der Firmen-Website bis zur YouTube-Plattform – für den Bedarf und die Nutzungsszenarien der Zielgruppe? Ob Infotainment oder Edutainment – welche Inhalte funktionieren auch als Video? Auf welche Usability- und Design-Aspekte ist beim Bespielen der unterschiedlichen Devices von PC bis Smartphone zu achten? Und wie lässt sich der Erfolg von Bewegtbild-Kommunikation messen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt alle relevanten Faktoren, die eine erfolgreiche Bewegtbild-Kommunikation ausmachen – von der Strategie, Planung, Kreation und Produktion von Video-Content bis zur Distribution und den dahinter stehenden Geschäftsmodellen

THEMEN

- Video & Bewegtbild Einführung und neueste Entwicklungen
 - Anforderungen an Bewegtbild und Mobile
 - Trends im multimedialen Storytelling
- Bewegtbild-Strategie und -Konzeption
 - Die Kommunikationsziele
 - Zielgruppen und Nutzungsszenarien von Bewegtbild
 - Agile Content-Entwicklung
 - Kreation und Produktion: Von Storyboard bis Postproduktion
- Dienstleister steuern: Briefing und Konzept
- Bewegtbild-Kanäle und -Technologien
 - Kanäle im Überblick: Das Zusammenspiel von Unternehmenskanälen, Facebook, YouTube & Co.
 - Technologie und Usability: Video-Content auf unterschiedlichen Devices und Screens
 - Distribution von Bewegtbild-Inhalten
- Bewegtbild-Formate und Geschäftsmodelle
 - Image-Filme, 360-Grad-Videos und Snack Content: Bewegtbild-Formate im Content Marketing
 - Social Videos: Brand Communication und Produktvideos
 - Erklärmarkt: How-To-Video, Tutorials, Erklärfilme
 - Videoshopping und E-Commerce
 - Native Advertising für Videos
- Messbare Erfolge mit Bewegtbild
 - Welche Ziele mit Bewegtbild erreichen? Web-Traffic, Markenbekanntheit, Leads, Conversion
 - KPI/Kennzahlen und die wichtigsten Messgrößen

METHODEN

Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Best Practices.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Seminarbeginn eigene Bewegtbild-Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte, Redaktionsleiter, Online-Redakteure sowie Mitarbeiter aus den Bereichen Content Marketing, Corporate Publishing, Öffentlichkeitsarbeit, Redaktion, Produktmanagement und Kundenservice sowie alle, die in den Bereichen Unternehmenskommunikation, PR und Marketing Videos und Bewegtbildformate einsetzen wollen.



Seminarleitung (München): Max Jörg, CEO/Founder, how2 AG



Seminarleitung (Berlin):
Holger Koenig, Geschäftsführer, Koenigsfilm

Termin 1: 23.01. – 24.01.2020 (München) Termin 2: 22.06. – 23.06.2020 (Berlin) Termin 3: 12.10. – 13.10.2020 (München)

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 250067 (Termin 1, München), 250068 (Termin 2, Berlin) bzw. 250069 (Termin 3, München)

Expert of Storytelling

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Wer Storytelling beherrscht, überzeugt Kunden, Leser und Nutzer – denn kaum eine Kommunikationsform erreicht Menschen besser als eine gute, authentische Geschichte. Gerade in Zeiten eines Überangebots an Informationen auf allen Kanälen können Unternehmen die Kraft des Geschichtenerzählens nutzen, um ihre Zielgruppe auf emotionaler Ebene anzusprechen und so ihren Produkten und Services zusätzliche Relevanz zu geben. Daher ist Storytelling auch in Unternehmenskommunikation und Marketing zu einem unverzichtbaren Handwerk geworden. Werden Sie in diesem Seminar zum Storytelling-Experten für Ihr Unternehmen, Ihre Marke oder Ihr Produkt und erfahren Sie, wie Sie Ihre Kunden, Klienten oder Mitarbeiter mit crossmedialen Stories begeistern und nachhaltig binden. Wie aber finden Sie Themen und entwickeln Geschichten, die Ihre Zielgruppe überzeugen? Was braucht eine gute Story – von Protagonisten, mit denen sich die Zielgruppe identifizieren kann über eine packende Dramaturgie bis hin zum passenden Schreibstil? Wie können Sie die Methoden des Storytellings für Ihre Unternehmenskommunikation einsetzen? Und welche Besonderheiten müssen Sie beachten, wenn Sie Ihre Geschichten für digitale Marketing- und PR-Kanäle konzipieren und aufbereiten?

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt die zentralen Methoden für erfolgreiches Storytelling in der Praxis. Die Teilnehmer erhalten das Handwerkszeug, um für ihre Themen zielgerichtet und systematisch Geschichten zu entwickeln, sie lebendig zu erzählen, Spannung zu schaffen und so ihre Zielgruppe nachhaltig zu begeistern. Darüber hinaus lernen sie die Tools des Digital Storytelling kennen und können diese für jeden Kanal einsetzen – ob Social Media, Website oder Newsletter.

THEMEN

Storytelling - Grundlagen

- Storytelling Zweck, Wirkung und Einsatz
- Narrative Psychologie Warum das Gehirn Geschichten liebt
- Erfolgsfaktoren für wirkungsvolles Storytelling

Corporate Storytelling – Storytelling in der Unternehmenskommunikation

- Die Bedeutung von Storytelling für die Inszenierung von Unternehmen, Produkten, Kunden und Mitarbeitern
- Corporate Story Orientierung und Anhaltspunkt für Marketing, Produktentwicklung und Unternehmenskultur
- Wirksame Geschichten für Produkte, Marken und Themen finden und nutzen

Entwicklung der Story

- Die Core Story Die Kernbotschaft des Unternehmens
- Storytelling im Content Marketing Vom Produkt zur Story in fünf Stufen
- Themenfindung für das Corporate Storytelling
- Die Geschichten im Thema aufspüren
- Die Storyformel Plot und Fokus entwickeln und festsetzen
- Figuren, Helden und Heldinnen gestalten Nähe und Emotion schaffen
- Geschichten cross- und transmedial denken Von analog bis digital

Die Dramaturgie – A Hero's Journey

- Das Erzählmuster der Heldenreise Dramaturgische Grundstrukturen
- Den Spannungsbogen setzen, Kampagnendramaturgie entwickeln
- Starke Einstiege, unerwartete Finale Die Zielgruppe abholen

Storytelling-Schreibwerkstatt - Gute Texte von Print bis digital

- Die Grundregeln für gute Texte Klar, reizvoll, lebendig
- Das Zusammenspiel von Textaufbau und Story-Dramaturgie Texteinstieg, Spannungsbogen, Textausstieg
- Der Leser im Fokus Für wen schreibe ich und zu welchem Zweck?
- Textarten und ihre Verwendung in Journalismus, PR und Content Marketing
- Die Bedeutung von Corporate Wording im Corporate Storytelling
- Print vs. online Leserverhalten auf den unterschiedlichen Kanälen
- Schreiben für Web und Social Media Anforderungen an Online-Texte
- Suchmaschinenoptimiertes Texten
- Storytelling Workshop Arbeit an der eigenen Corporate Story

Digital Storytelling - Authentische Geschichten für Social Media & Co.

- Digital Storytelling Zielgruppen, Zweck, Formate
- Storytelling und digitales Content Marketing Corporate und Brand Stories für Online-Kanäle aufhereiten
- Die Kanäle der crossmedialen Markenkommunikation Von Social Media über Newsletter bis Corporate Blog
- Digitale Content-Formate im Überblick Text, Bild, Bewegtbild
- Entwicklung und Umsetzung multimedialer Geschichten Von interaktiven Stories bis Live-Video-Kampagnen
- Best Practice: Storytelling im Content Marketing Social und crossmedial

IM ZERTIFIKATSKURS "EXPERT OF STORYTELLING" ERFAHREN SIE ...

- welche die zentralen Erfolgsfaktoren für gelungenes Storytelling in Unternehmenskommunikation, PR und Marketing sind.
- wie genau und warum gute Geschichten bei Ihren Kunden und Lesern wirken.
- welche die Bausteine packender Stories sind von der Botschaft über die Charaktere bis zum Plot.
- wie Sie die Core-Story für Ihr Unternehmen finden.
- wie Sie von einem Thema oder vom Produkt ausgehend eine Geschichte für Ihre Zielgruppe entwickeln.
- mit welchen Methoden eine Geschichte spannend und lebendig wird.
- wie Sie die Prinzipen des Storytellings für Ihr (digitales) Content-Marketing nutzen.
- wie Sie Stories für Ihre digitalen und klassischen Kanäle aufbereiten.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Trainer und Storytelling-Experten aus der Praxis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop mit eigenen Texten und Themen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen und Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen. Bitte bringen Sie – nach Möglichkeit – einen Laptop ins Seminar mit.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Content Marketing, Brand Management, Social Media, (Online-)Redaktion, Produkt- und Content-Management, Corporate Publishing, PR und Unternehmenskommunikation sowie aus Agenturen, die Storytelling nutzen wollen, um ihr Unternehmen, ihre Produkte oder ihre Marke ansprechend und erfolgreich zu präsentieren.



Seminarleitung: Marie Lampert, Journalistin, Trainerin und Expertin für Storytelling auf allen Kanälen

Termin: 25.02. – 28.02.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.795,-Seminar-Nr.: 250078

Erfolgsfaktor Storytelling

Unternehmen, Marken und Produkte mit Geschichten inszenieren

Die Praxis des Erzählens ist so alt wie die Menschheit und auch in unserem hochtechnologisierten digitalen Zeitalter hat sie nichts von ihrer Bedeutung verloren. Wie Sie das Geschichtenerzählen als Instrument für die Unternehmenskommunikation und als Grundlage für transmediale Wertschöpfung einsetzen können, zeigt Ihnen dieses Seminar. Sie erfahren, wie Sie geeignete Themen finden, packende Geschichten erzählen und Story-Driven Marketingkampagnen entwickeln. Sie lernen, wie Sie in der "Always-On"-Medienwelt die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe bekommen und Begeisterung beim Publikum hervorrufen. Denn durch lebendige und emotionale Geschichten bleiben Sie in Erinnerung, steigern die Authentizität und damit den Wert Ihrer Marke und können so Ihre Kunden nachhaltig binden.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt den Teilnehmern Strategien und Formen des Storytellings und zeigt ihnen, wie sie Storytelling erfolgreich in der Unternehmenskommunikation und im Marketing einsetzen können. Die Teilnehmer lernen Tools und Tricks für die Entwicklung von fiktionalen und non-fiktionalen Erzählwelten v. a. im digitalen Kontext kennen. Und sie erfahren, was sie im Hinblick auf die Außendarstellung von Unternehmer, Unternehmen und Brands beachten müssen.

THEMEN

- Am Anfang war die Story
 - Wie findet man gute Geschichten? Brainstorming und Ideenfindung
 - Wie entstehen ansprechende Charaktere? Entwicklung und Konzeption
 - Wie plottet und strukturiert man Geschichten? Aufbau und Dramaturgie
 - Die Heldenreise: A hero's journey
- Storytelling in der Unternehmenskommunikation
 - Die Bedeutung des Erzählens für Unternehmen
 - Formen des Corporate Storytellings: Von Gründerstory bis Brand-Narrative
 - Emotion statt Information: Story-Power in der Praxis
- Storytelling im Marketing: Menschen kaufen Geschichten, keine Produkte
 - Storytelling als Tool im Content Marketing
 - Emotionalisierung von Kampagnen
 - Steigerung der Authentizität der Marke durch die richtige Story
- Transmediales Erzählen in der digitalen Welt
 - Herausforderungen des Digital Storytellings
 - Multiplattform-Dramaturgie: Kommunikation auf allen Kanälen (Print, digital, Social Media)
 - Interaktion und Nutzerbeteiligung als treibende Kraft
- Storytelling in Präsentationen
 - Präsentationsdramaturgie
 - Visuelle Aufbereitung von Präsentationen
- Ausblick: Story, Big Data und Personalisierung Maßgeschneiderte Narrative für jeden Kunden

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen, Best Practices.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen und Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, PR, Redaktion, Social Media, Corporate Publishing, Content Marketing und Unternehmenskommunikation.



Seminarleitung: Egbert van Wyngaarden, Storytelling-Experte und Professor für Drehbuch und Kreatives Schreiben

Termin 1: 23.01. - 24.01.2020 (München) Termin 2: 06.07. - 07.07.2020 (München) Termin 3: 15.10. - 16.10.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095.-

Seminar-Nr.: 250076 (Termin 1, München), 250070 (Termin 2, München) bzw. 250077 (Termin 3, Hamburg)

ERSTE WAHL

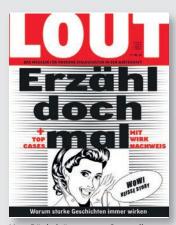
DAS CPWISSEN MAGAZIN DAS CPWISSEN MAGAZINA DAS CPWISSEN DAS



Warum Köche und Küchenstories wirksam auf Marken einzahlen



Narzissmus – welche Produkte die Ich-bezogene Gesellschaft erreicht



Vom Bänkelsänger zum Storyteller: Warum Geschichten immer wirken.

FÜR KOMMUNIKATIONS-PROFIS



Was der Angriff auf den Corporate Content mit Haltung zu tun hat



Influencer zwischen Fakt und Fake – wie Unternehmen damit umgehen





Nicht nur der Film "Circle" offenbart eine vielschichtige Zukunft



Spezial Mediaplaner: Wie sie den Anschluss an die digitale Welt halten

4 AUSGABEN: NUR 45 €
LOUTMAG.DE/ABO-LOUT
T: +49 8856 9017430
MEDIA@LOUTMAG.DE
Kündigung jederzeit möglich

https://LOUT.plus

SOCIAL MEDIA Erfolgreiche Social Media-Strategien entwickeln und Kampagnen planen





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Daniela Henneberger Tel.: +49 89 291953-45

E-Mail: daniela.henneberger@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Der Einsatz von Social Media ist heute aus Marketing, Unternehmenskommunikation und PR nicht mehr wegzudenken. Doch egal ob Facebook, Instagram, YouTube oder Xing: Die unterschiedlichen Plattformen und ihre Funktionsweisen verändern sich permanent und neue Angebote kommen auf den Markt. Unsere Social Media-Seminare geben einen Überblick über die aktuellsten Trends und Technologien und vermitteln das notwendige Know-how, um Strategien für soziale Netzwerke zu entwickeln und erfolgreiche Kampagnen umzusetzen.

AUF EINEN BLICK

SO	0	۱۸۱	I M	IE	n	۱۸
่อน	U	IAI	LIŸ	I C	וט	IΑ

•	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
	Termin 1: 28.01 30.01.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 2: 12.02. – 14.02.2020 (Köln) bzw.	
	Termin 3: 17.02. – 19.02.2020 (Stuttgart) bzw.	
	Termin 4: 04.03. – 06.03.2020 (München) bzw.	
	Termin 5: 30.03. – 01.04.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 6: 06.04. – 08.04.2020 (Stuttgart) bzw.	
	Termin 7: 25.05. – 27.05.2020 (München) bzw.	
	Termin 8: 02.06 04.06.2020 (Berlin) bzw.	
	Termin 9: 10.08. – 12.08.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 10: 14.09. – 16.09.2020 (München) bzw.	
	Termin 11: 30.09. – 02.10.2020 (Köln) bzw.	
	Termin 12: 07.10. – 09.10.2020 (München) bzw.	
	Termin 13: 11.11. – 13.11.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 14: 09.12. – 11.12.2020 (München)	130
•	Audience Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
	Termin: 05.05. – 08.05.2020	132
•	Facebook & Instagram Ads Manager –	
	Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🔼 💿	
	Termin 1: 22.04. – 24.04.2020 bzw.	
	Termin 2: 06.10. – 08.10.2020	134

•	Social Media Ads – Erfolgreich werben auf Facebook, Instagram,	
	Xing & Co. ⊙	
	Termin: 17.02. – 18.02.2020	136
•	Instagram for Business – Content erstellen, Communities aufbauen,	
	Leads generieren	
	Termin 1: 18.05. – 19.05.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 01.10 02.10.2020 (Berlin)	137
•	Influencer Marketing für Unternehmen –	
	Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen 💿	
	Termin: 05.03. – 06.03.2020	139
•	Texten für Social Media –	
	Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 📀	
	Termin 1: 02.04. – 03.04.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 2: 12.10. – 13.10.2020 (München)	140
•	Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen	
	rund um Facebook & Co. 🧇	
	Termin 1: 30.01.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 16.07.2020 (Hamburg) bzw.	
	Termin 3: 30.09.2020 (Köln) bzw.	
	Termin 4: 11.11.2020 (München)	141

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Social Media Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Ein professioneller Social Media-Auftritt ist heute längst Pflicht für jedes Unternehmen. Denn ob Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp oder Xing und LinkedIn: Social Media-Plattformen und Messenger-Dienste erlauben wie kein anderes Medium den Aufbau einer engen Beziehung zu Ihrer Community und liefern tiefe Einblicke in die Bedürfnisse und Vorlieben Ihrer Kunden, Nutzer und Leser. Zudem erleichtern sie die Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe und eröffnen neue, kostengünstigere Ansätze für Marketing, E-Commerce und Kundenbindung. Doch auf welchen Kanälen und mit welchem Content erreichen Sie bestehende und neue User? Wie können Sie Ihre Reichweite in sozialen Netzwerken vergrößern, Ihre Markenbekanntheit erhöhen und neue Follower gewinnen? Wie können Sie Social Media-Kampagnen umsetzen und den Erfolg Ihrer Maßnahmen messen? Und was gilt es aus rechtlicher Sicht zu beachten – von Urheber- und Bildrechten bis hin zum Datenschutz? Der Intensivkurs qualifiziert Sie in kompakter Form zum Social Media Manager und unterstützt Sie dabei, Social Media optimal zu nutzen – egal ob in Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen oder Institutionen.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt die wesentlichen Kompetenzen für die Tätigkeit als Social Media Manager. Die Teilnehmer erhalten das nötige Praxiswissen für den Aufbau, die Pflege und das Management von Communities sowie für den Umgang mit den neuesten Social Media-Plattformen und -Tools.

THEMEN

Social Media im Unternehmen – Einführung und Marktanalyse

- What's new? Aktuelle Trends und Entwicklungen
- Social Media und Messenger-Dienste im Überblick
- Veränderte Medienlandschaft und -nutzung

Social Media-Strategie

- Ziele festlegen: Image aufbauen, Reichweite steigern, Fans gewinnen
- Relevante Zielgruppen und Plattformen definieren
- Social Media-Plattformen und ihre Funktionsweisen: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Xing, LinkedIn & Co.

Content Strategie- und Management

- Geeigneten Content für die eigene Zielgruppe identifizieren
- Welche Inhalte auf welchem Kanal? Passende Inhalte auf den richtigen Kanälen verbreiten
- Multimedialen Content für Social Media erstellen

Social Media Advertising

- Verkauf und Vertrieb unterstützen mit Social Media
- Targeting und Werbung zielgruppengerecht ausrichten
- Social Ads: Anzeigen und Kampagnen auf Facebook & Co.

Community Management

- Aufbau und Management der eigenen Community
- Kundenservice bieten und Kundenbindung stärken
- Shitstorms vermeiden und Krisen managen

Projektmanagement und Monitoring

- Redaktionsplanung und Organisation für Social Media
- Social Media in Unternehmensprozesse und -workflows einbinden
- Relevante Kennzahlen (KPIs) für Social Media festlegen
- Nützliche Tools für die Steuerung und Erfolgsmessung

Rechtliche Rahmenbedingungen und Leitfäden

- Social Media und die aktuelle Rechtsprechung: Guidelines
- Urheberrecht und Bildrechte
- Werbung auf Social Media

Der Zertifikatskurs gibt einen guten Überblick über die aktuelle Social Media-Landschaft und die Chancen und Risiken in Bezug auf die Kommunikation in den sozialen Netzwerken. Die Vorstellung zahlreicher Best Practices, die Analyse von Fallstricken und Negativbeispielen sowie Tipps zum Community Management runden das praxisnahe Seminar ab.

Johannes Hackstette, Manager Corporate Communications, PUMA SE

IM ZERTIFIKATSKURS "SOCIAL MEDIA MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- welche Besonderheiten die verschiedenen Social Media-Plattformen haben.
- welche Social Media-Kanäle für Ihr Unternehmen relevant sind.
- wie Sie eine erfolgreiche Social Media-Strategie entwickeln.
- wie Sie Social Media-Kampagnen zielgruppengerecht planen.
- wie Sie Social Media-Maßnahmen kosteneffizient realisieren und monitoren.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Trainer und Social Media-Experten aus der Praxis
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form (auch für Berufseinsteiger)
- Zuschnitt auf die Aufgabenfelder in Unternehmen, Medienhäusern und Agenturen
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Social Media-Experten aus anderen Unternehmen

METHODEN

Diskussion, Referat, Präsentation, Fallanalysen, Besprechung von Praxisfällen der Teilnehmer.

ZIELGRUPPE

Der Zertifikatskurs richtet sich branchen- und unternehmensübergreifend an Mitarbeiter aus den Bereichen Social Media, Marketing, Werbung, PR, Unternehmenskommunikation, Corporate Media, E-Business und Produktmanagement.

Seminarleitung:

Oliver Albiez, Berater und Coach für Online- und Social Media-Marketing Margarete Arlamowski, Journalistin & Expertin für Social Media Dr. Rebecca Belvederesi-Kochs, Geschäftsführerin, REBELKO Peter Berger, Medienberater und -trainer

Torsten Panzer, Experte für Social Media und (digitales) Content Marketing

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:

Lea Drusio, Digital Lead, Nestlé Purina PetCare
Christiane Germann, Social Media-Beraterin für Behörden und Verbände
Marcus M. Hotze, Rechtsanwalt und Partner, HEUSSEN Rechtsanwaltsgesellschaft
Dana Kabbani, Abteilungsleiterin Media & Marketing Communications, comdirect bank
Felix Loesner, Head of Social Media, FC Bayern München
Carsta Maria Müller, Director Social Media, ProSiebenSat.1 TV Deutschland
Claudia Ott, Leiterin Hörermarketing & Social Media, Antenne Bayern
Stefan Primbs, Social Media-Beauftragter, Bayerischer Rundfunk
Andreas Rickmann, Director Digital Growth, BILD
Veronika Schrimpf, Performance Marketing Managerin, Bunte.de
Martin Theinert, Head of Social Media, klarmobil und mobilcom-debitel
Swen Thissen. Head of Social Media, stern.de

Dr. Carsten Ulbricht, Rechtsanwalt und Partner, Menold Bezler Rechtsanwälte Christian Wochagg, Gründer und Geschäfsführer, Agentur Gerhard Termin 1: 28.01. – 30.01.2020 (Seminar-Nr.: 150194, Berlin)
Termin 2: 12.02. – 14.02.2020 (Seminar-Nr.: 150196, Köln)
Termin 3: 17.02. – 19.02.2020 (Seminar-Nr.: 150196, Köln)
Termin 4: 04.03. – 06.03.2020 (Seminar-Nr.: 150195, München)
Termin 5: 30.03. – 01.04.2020 (Seminar-Nr.: 150198, Hamburg)
Termin 6: 06.04. – 08.04.2020 (Seminar-Nr.: 150197, Stuttgart)
Termin 7: 25.05. – 27.05.2020 (Seminar-Nr.: 150199, München)
Termin 8: 02.06. – 04.06.2020 (Seminar-Nr.: 150200, Berlin)
Termin 9: 10.08. – 12.08.2020 (Seminar-Nr.: 150202, Hamburg)
Termin 10: 14.09. – 16.09.2020 (Seminar-Nr.: 150201, München)
Termin 11: 30.09. – 02.10.2020 (Seminar-Nr.: 150204, München)
Termin 13: 11.11. – 13.11.2020 (Seminar-Nr.: 150205, Hamburg)
Termin 14: 09.12. – 11.12.2020 (Seminar-Nr.: 150206, München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de. Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Social Media Manager". Zudem ist er Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.

Audience Development Manager

Audience Development Manager dauerhaft einen loyalen Kundenstamm auf- und ausbauen können.

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Reichweite steigern, neue Nutzer generieren, bestehende Beziehungen pflegen und Kunden gewinnen: Das sind die Aufgaben und Ziele des Audience Development. Es gilt, die eigenen Zielgruppen besser kennenzulernen, um sie auf den richtigen Kanälen mit passgenauen Inhalten anzusprechen – und sie im Idealfall dauerhaft an das eigene Unternehmen zu binden und erfolgreich zu monetarisieren. Doch wie lässt sich die Aufmerksamkeit von potenziellen Interessenten erreichen und das Engagement von Nutzern steigern? Wie können Sie den passenden Content für Ihr Produkt, Ihre Marke oder Ihre Kommunikationsstrategie entwickeln und zielgerichtet distribuieren? Mit welchen Online-Marketing-Maßnahmen – organisch und bezahlt – können Sie die Reichweite Ihres Angebots erhöhen? Wie können Sie die Ergebnisse aus Datenanalysen und Testings für die Entwicklung von Content- und Marketing-Strategien nutzen? Und welche Tools und Methoden unterstützen Sie bei der Umsetzung von Audience Development in Ihrem Unternehmen? Erfahren Sie in diesem Zertifikatskurs, wie Sie als

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt die wesentlichen Kompetenzen für erfolgreiches Audience Development in der Praxis – von der Identifizierung neuer Zielgruppen ("Audiences") und ihrer Bedürfnisse über die passgenaue Ansprache mit relevanten Inhalten bis hin zur Steigerung von Reichweite und Engagement. Die Teilnehmer erfahren, mit welchen Online- und Content-Marketing-Maßnahmen sie Kundencommunities auf- und ausbauen, Nutzererfahrungen an den einzelnen Touchpoints optimieren und so Kaufentscheidungen gezielt beeinflussen können.

THEMEN

1. Tag Audience Development – Grundlagen

- Ziele, Aufgaben und Trends im Audience Development
- Von Datenanalyse über Content Marketing bis Social Media: Teildisziplinen im Audience Development
- User Centricity: Kundenanforderungen heute
- Customer Life Cycle, Customer Decision Funnel und Digital Buyers Journey: Methoden zur Analyse des Nutzerverhaltens

Audience Development – Verankerung im Unternehmen

- Verankerung des Audience Development in der Organisation
- Strategien der Implementierung und Umsetzung
- Design Thinking, Kanban & Co.: Anwendung von agilen Tools und Methoden

2. Tag Elemente des Audience Developments

Teil 1: Customer Insights

- Buyer Persona: Zielgruppe definieren, Bedürfnisse identifizieren
- User Experience Funnel: Auf welchen Kanälen und Plattformen Sie Ihre Kunden erreichen
- Customer Journey und Benutzerführung: Welche Touchpoints Ihre Kunden mit Ihrem Unternehmen haben und wie Sie diese verbessern können

Elemente des Audience Developments

Teil 2: Content Marketing

- Maßgeschneiderte Themen und crossmediale Content-Formate für die eigene Audience entwickeln
- Content Optimization: Vorhandene Inhalte anpassen
- Storytelling als Tool im Content Marketing
- Redaktions- und Zeitplanung

3. Tag Elemente des Audience Developments Teil 3: Online-Marketing-Grundlagen

- Von Paid bis Owned Media: Tools für die Generierung neuer Nutzer
- SEO, SEA, Remarketing und Strategien der Content Distribution
- Searchmetrics, Google Analytics & Co.: Tools im Online-Marketing
- Social Media und Influencer Marketing: Einführung
- Erfolgversprechende Maßnahmen für Website, Apps und Online-Shop
- Newsletter und E-Mail-Marketing: Von Contenterstellung bis Adresspflege

4. Tag Datenanalyse und Reporting – Audience Data optimal nutzen

- Relevante KPIs identifizieren
- Verschiedene Datenquellen verstehen und zusammenführen
- Werkzeuge und Techniken für Erfolgsmessung und Testing

Marketing Automation - Einsatz im Audience Development

- Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten
- Tools Software und deren Preismodelle

IM ZERTIFIKATSKURS "AUDIENCE DEVELOPMENT MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie eine loyale Audience auf- und ausbauen und das Engagement Ihrer Community steigern.
- wie Sie mit maßgeschneidertem Content neue Zielgruppen erschließen können.
- wie Sie Ihre Inhalte zielgerichtet auf verschiedenen Kanälen ausspielen.
- wie Sie die Analyse Ihrer Nutzerdaten strategisch einsetzen.
- wie Sie die Customer Journey Ihrer User optimieren und so Kaufentscheidungen beeinflussen können.
- mit welchen Tools und Techniken Sie Ihre Audience Development-Maßnahmen messen und automatisieren können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten aus dem Digital- und Marketing-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit sowie Methoden aus dem Innovation- und Lean-Umfeld (u. a. Design Thinking, Value Proposition, Kanban, Audience Development Canvas).

Bitte bringen Sie einen Laptop/ein Tablet ins Seminar mit.

Ich kann den Zertifikatskurs nur weiterempfehlen: Sehr engagierte Referenten, spannende Praxis-Einblicke und hilfreiche Tipps, die ich direkt umsetzen werde!

Teilnehmerin "Audience Development Manager" 2019

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing und Online-Marketing, Community und Social Media Management, PR, Unternehmenskommunikation, E-Business und Produktmanagement.



Seminarleitung: Norbert Barnikel, Trainer, Berater und Dozent, Barnikel Innovation & Digital Transformation

Fachreferenten waren bislang u.a.

Andreas Berens, Content Marketing Strategist, stories4brands
Felix Loesner, Head of Social Media, FC Bayern München

Termin: 05.05. - 08.05.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.795,-Seminar-Nr.: 150208

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Audience Development Manager".

Facebook & Instagram Ads Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Mehr als 30 Mio. Facebook-Nutzer, 15 Mio. Instagram-Nutzer allein in Deutschland – um die eigenen Zielgruppen anzusprechen, sind beide Plattformen als Reichweitenkanäle im Marketing-Mix nahezu unverzichtbar geworden. Doch um hier erfolgreich zu sein, ist neben einem ansprechenden Unternehmensprofil und guten Inhalten auch das Schalten von Werbung zu einem essenziellen Bestandteil einer gelungenen Social Media-Strategie geworden. Denn: Bezahlter Content – von Post und Story über Anzeigen im Messenger bis zum Instant Article – wird Usern mit einer deutlich höheren Wahrscheinlichkeit in deren Feed angezeigt. Facebook bietet hierfür eine Vielzahl von Werbemaßnahmen und -tools an, um potenzielle Fans und etablierte Kunden anzusprechen – vom Targeting über die Kampagnenautomatisierung bis hin zum Tracking. Hier setzt unser Intensivkurs an und vermittelt Know-how für das Werben auf Facebook und Instagram

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das notwendige Know-how, um auf Facebook und Instagram Werbekampagnen zu schalten und Interessenten und Kunden erfolgreich anzusprechen. Die Teilnehmer erhalten einen Überblick über die Werbemöglichkeiten und -formate auf Facebook und Instagram, die Funktionsweisen der Facebook-Werbetools und Targeting- und Trackingmöglichkeiten.

THEMEN

Facebook und Instagram - Status, Trends und aktuelle Entwicklungen

- Facebook und Instagram Zahlen, Zusammenhänge, Status Quo
- Funktionsweisen des Facebook- bzw. Instagram-Algorithmus
- Die Bedeutung von Facebook und Instagram Advertising im Online Marketing-Mix
- Trends und zukünftige Entwicklungen Von Stories, Live-Videos bis IGTV

Facebook Business Manager

- Einrichtung des Business Managers
- Verwaltung von Unternehmens- und Werbe-Accounts
- Der Facebook Business Manager Die wichtigsten Funktionen
- Das Facebook-Pixel Einrichtung und Funktionsprüfung

Der Werbeanzeigenmanager – Funktionen und Anzeigenformate

- Werbeanzeigenmanager Die wichtigsten Funktionen
- Die perfekte Struktur Kampagnen, Anzeigengruppen, Werbeanzeigen
- Anzeigenpositionen und Werbeformate in Facebook, Instagram, im Messenger und Audience Network

Targeting, Budgetierung und Angebotsstrategien

- Zielgruppen-Segmentierung mit Core-, Custom- und Look-Alike-Audiences
- Die Rolle des Facebook-Pixel Verwendung des Pixels im Retargeting
- Besondere Buchungsoptionen (Ausschlüsse, Verknüpfungen, etc.)
- Definition von Budget und Kampagnenlaufzeit
- Angebotsstrategien Cost Cap, Bid Cap oder Target Cost
- Buchung einer Beispielkampagne (Workshop)

Tracking, Erfolgskontrolle und Kampagnenoptimierung

- Conversion Tracking mit dem Facebook-Pixel
- Weitere Daten aus dem Werbeanzeigenmanager
- Monitoring und Erfolgsanalyse
- Messung mit anderen Tracking Tools (z. B. Google Analytics)
- Kampagnensteuerung und -optimierung am praktischen Beispiel (Workshop)

Rechtfragen rund um Facebook & Instagram Advertising

- Urheber-, Bild- und Markenrecht Content schützen und rechtssicher verwenden
- Datenschutzrechtliche Hinweise Von Cookie Policy bis hin zu Pixel-Tracking
- Impressums- und weitere Informationspflichten
- Haftungs- und Rechtsansprüche

IM ZERTIFIKATSKURS "FACEBOOK & INSTAGRAM ADS MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie erfolgreich auf Facebook und Instagram für Ihre Produkte und Services werben.
- welche Tools der Facebook Business Manager und der Werbeanzeigenmanager für die Kampagnensteuerung bieten.
- mit welchen Targetingmöglichkeiten Sie Ihre Zielgruppe optimal definieren, damit Ihre Anzeigen auf Facebook und Instagram effizient ausgespielt werden.
- wie Sie mit Tracking-Tools wie Facebook-Pixel, Zielgruppen-Insights und Google Analytics den Erfolg Ihrer Werbemaßnahmen auf Facebook und Instagram messen und daraus Optimierungsmaßnahmen ableiten können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Zertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierter Trainer und Digital-Experte aus der Praxis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Best Practices, Arbeit an konkreten Fragestellungen der Teilnehmer etc. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese für die Besprechung im Seminar mitzubringen.

ZIELGRUPPE

(Online) Marketing Manager, Social Media Manager, Performance Marketing Manager, Produktmanager, Website- und Portalmanager, Audience Development Manager und Mitarbeiter aus den Bereichen Werbung, Vertrieb, PR, Unternehmenskommunikation und E-Commerce, die erfolgreiche Werbekampagnen auf Facebook und Instagram schalten und sich einen Überblick über die Vermarktungsmöglichkeiten auf diesen Plattformen verschaffen wollen.



Seminarleitung: Manfred Spatz, Online Marketing-, Web- und Social Media-Experte

Termin 1: 22.04. - 24.04.2020 Termin 2: 06.10. - 08.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-

Seminar-Nr.: 150211 (Termin 1) bzw. 150212 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Facebook & Instagram Ads Manager".

Social Media Ads

Erfolgreich werben auf Facebook, Instagram, Xing & Co.



Um erfolgreich die eigene Zielgruppe in sozialen Netzwerken anzusprechen, reicht guter Content heute nicht mehr aus. Denn aufgrund der jeweiligen Plattform-Algorithmen erscheinen bezahlte Anzeigen – im Vergleich zu unbezahlten Posts – nicht nur mit höherer Wahrscheinlichkeit im Newsfeed der relevanten Audiences. Sie können auch mithilfe von Userdaten (z. B. über Verhalten und Vorlieben) fast ohne Streuverluste ausgespielt werden. Daher gehört das Schalten von Werbeanzeigen auf Facebook, Instagram, LinkedIn & Co., mittlerweile zum Arbeitsalltag von Social Media-, Performance- und Online Marketing-Managern. Im Seminar erfahren Sie, wie Sie die Werbemöglichkeiten auf Social Media für Ihr Unternehmen ausschöpfen und Anzeigen – ob B2B oder B2C – erfolgreich umsetzen und monitoren können. So können Sie effizient für Ihr Angebot werben und Ihre Reichweite dauerhaft steigern.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das notwendige Know-how für die Steuerung von bezahlten Werbekampagnen auf Social Media-Kanälen wie Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn und Xing. Die Teilnehmer lernen die Werbemanagement-Tools der einzelnen Plattformen kennen und erfahren, wie sie diese nutzen können, um Anzeigen bestmöglich an die gewünschte Zielgruppe auszuspielen.

THEMEN

- Social Media Ads Überblick über die Kanäle: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn und Xing
- Facebook Advertising
 - Grundlagen: Newsfeed-Algorithmus und Facebook Marketing
 - Facebook Werbeanzeigenmanager: Funktionen, Werbeformate, Kampagnenerstellung, Zielgruppensegmentierung
 - Facebook Business Manager: Funktionen, Verwaltung von Unternehmensund Werbeaccounts
 - Retargeting auf Facebook
 - Erfolgskontrolle und Kampagnenoptimierung
 - Beispielbuchung Facebook Ad
- Instagram Advertising
 - Instagram Grundlagen: Funktionsweise und Algorithmus, Instagram für Unternehmen
 - Anzeigenpositionen, Werbeformate und Kampagnenerstellung
 - Zielgruppenrecherche und Segmentierung
 - Erfolgskontrolle und Monitoring
 - Beispielbuchung Instagram Ad
- Twitter Advertising
 - Funktionsweise Twitter Newsfeed
 - Zielgruppenrecherche und Monitoring
 - Formate: Twittercard vs. Tweet
 - Erfolgskontrolle und Monitoring
 - Beispielbuchung Twitter Ad

- LinkedIn Advertising
 - Funktionsweise eines Business-Networks und Nutzungsmöglichkeiten für Unternehmen
 - Zielgruppenrecherche und Monitoring in LinkedIn
 - Werbeformate und -positionen in LinkedIn (InMail, Content, Text)
 - Erfolgskontrolle und Monitoring
 - Beispielbuchung LinkedIn Ad

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop.

ZIELGRUPPE

Online Marketing Manager, Social Media Manager, Mitarbeiter und Fachkräfte aus den Bereichen Performance Marketing, PR, Unternehmenskommunikation, Audience Development, Sales, Vertrieb und E-Commerce sowie alle, die erfolgreiche Werbekampagnen auf Social Media-Kanälen schalten wollen.



Seminarleitung: Manfred Spatz, Online Marketing-, Web- und Social Media-Experte

Termin: 17.02. - 18.02.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in Hamburg

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 150207

Instagram for Business

Content erstellen, Communities aufbauen, Leads generieren

Mit 1 Mrd. aktiven Nutzern gehört Instagram zu den wichtigsten sozialen Netzwerken. Als kostenloser Online-Dienst zum Teilen von Fotos und Videos bietet das Tool auch für Unternehmen vielfältige Vermarktungschancen. Denn: Auf kaum einer anderen Plattform können vor allem junge Zielgruppen derart gut erreicht und Kunden so früh gebunden werden wie auf Instagram. Wie also können Sie eine zukunftsorientierte und wirksame Instagram-Strategie entwickeln und potenzielle Kunden für Ihr Angebot begeistern – von der Content-Erstellung über die Redaktionsplanung bis hin zur Erfolgsmessung Ihrer Instagram-Aktivitäten? Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihre Marke, Ihr Unternehmen oder Ihr Produkt auf Instagram inszenieren und eine aktive Community aufbauen können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Instrumente und Techniken für die Nutzung von Instagram als Kommunikations-, PR- und Marketingtool. Die Teilnehmer erfahren, wie sie eine Instagram-Strategie entwickeln und Inhalte produzieren, die ihre Zielgruppe von ihren Produkten und Marken überzeugen.

THEMEN

- Instagram Eine Einführung
 - Die wichtigsten Funktionen im Überblick: Profile, Newsfeed, Stories
 - Instagram for Business: Marktüberblick, Wettbewerber, Benchmarks
 - Instagram-Accounts anlegen, betreuen und optimieren
- Content erstellen und posten
 - Fotografieren und Videos erstellen für Instagram
 - Bildbearbeitung für Instagram
 - Texten für Instagram: Beschreibung und Hashtags
 - Storytelling für Marken und Unternehmen
- Instagram-Strategie entwickeln
 - Zielgruppenanalyse auf Instagram
 - Ästhetik entwickeln und nutzen
 - Nützliche Apps und Tools
- Reichweite und Communities aufbauen
 - Den Instagram-Algorithmus verstehen und nutzen
 - Follower finden und binden
 - Werbung schalten auf Instagram
 - User Generated Content und Influencer: Instagrammer in die eigene Marketing- und Kommunikationsstrategie einbinden
- Instagram-Erfolgsmessung
 - Relevante KPIs: Impressions, Reichweite, Engagement
 - Analysetools
- Rechtsfragen rund um Instagram
- Die Zukunft mit Instagram: Trends und Entwicklungen (Instagram live, Updates und neue Funktionen)

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Workshop, Arbeit an Fallbeispielen. Bitte bringen Sie ein Smartphone mit und richten idealerweise vor Beginn des Seminars bereits einen Instagram-Account für sich oder Ihr Unternehmen ein.

ZIELGRUPPE

Marketing-, Social Media- und PR-Manager, Mitarbeiter aus Agenturen, Vertriebs- und Kommunikationsabteilungen sowie alle, die Instagram als Kanal für ihr Online-Marketing oder die Unternehmenskommunikation nutzen bzw. ihre bestehenden Instagram-Aktivitäten optimieren möchten.



Seminarleitung: Antonia Baedt, Konzeptionerin für Social Media und Brand Storytelling

Termin 1: 18.05. - 19.05.2020 (München) Termin 2: 01.10. - 02.10.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095.-

Seminar-Nr.: 150209 (Termin 1, München) bzw. 150210 (Termin 2, Berlin)



Influencer Marketing für Unternehmen

Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen



Immer mehr Unternehmen, Marken und Institutionen setzen auf Influencer Marketing. Kein Wunder, denn Blogger, YouTuber, Instagrammer & Co. erreichen ihre Follower auf direktem Weg und vermitteln dabei Authentizität. Die Vorteile für Unternehmen liegen auf der Hand: Die Zusammenarbeit mit Influencern bietet die Möglichkeit, Kunden und User mit glaubwürdigen Botschaften an die eigene Marke zu binden, neue Zielgruppen zu erschließen und die Reichweite der eigenen Angebote zu erhöhen.

Doch wie können Sie Influencer zielgerichtet und sinnvoll in Ihre Marketing-Strategie einbinden? Wie finden und gewinnen Sie geeignete Multiplikatoren, die zu Ihrer Marke, Ihrem Produkt und Ihrer Zielgruppe passen? Wie entwickeln Sie eine gelungene Kampagne und wie messen Sie deren Erfolg? Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Influencer Marketing in Ihrem Unternehmen – egal ob Großkonzern, Mittelständler oder Agentur – strategisch aufbauen und erfolgreich umsetzen können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wichtigsten Kompetenzen für den erfolgreichen Einsatz von Influencer Marketing im Unternehmen – von der strategischen Konzeption über die Budgetierung und Steuerung von Kampagnen bis hin zur Erfolgsmessung. Die Teilnehmer erfahren, wie sie die passenden Influencer für ihre Marke und Zielgruppe finden und welche Besonderheiten es in der Zusammenarbeit zu beachten gilt.

THEMEN

- Influencer Marketing Einführung
 - Influencer Marketing: Definition, Marktüberblick und aktuelle Trends
 - Blogger, YouTuber, Instagrammer: Ein Überblick
 - Micro- und Macro-Influencer
 - Instagram, YouTube, Pinterest & Co.: Kanäle und Plattformen
 - Influencer Marketing: Potenziale und Herausforderungen
- Influencer im Marketing-Mix
 - (Digitales) Word of Mouth in die bestehende Marketing-Strategie integrieren
 - Einsatzfelder von Influencer Marketing
- Influencer Marketing Strategie und Konzeption
 - Ziele, Zielgruppe und Marke im Fokus
 - Entwicklung von Kampagnen: Ideenfindung und visuelles Storytelling
 - Content-Formate und crossmediales Zusammenspiel
 - Bewertungskriterien für die Identifikation geeigneter Influencer
 - Auswahl von Influencern über Marktplätze und Datenbanken
 - Budgetierung von Influencer Kampagnen
- Zusammenarbeit mit Influencern Ansprache, Briefing, Dos and Don'ts
- Auswahl und Steuerung von Dienstleistern und Agenturen
- Erfolgsmessung im Influencer Marketing Relevante Kennzahlen (KPI) und Monitoring
- Monitoring-Tools für Influencer Marketing
 - Welche Tools für welche Plattform?
 - Vor- und Nachteile sowie Leistungsspektrum der Tools im Überblick
- Rechtsfragen und Vertragsgestaltung im Überblick

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in den Bereichen (Online-) Marketing, Social Media, PR, Unternehmenskommunikation und Brand Management tätig sind und Influencer Marketing erfolgreich ein- und umsetzen möchten.



Seminarleitung: Torsten Panzer, Experte für Social Media und Influencer Marketing

Termin: 05.03. - 06.03.2020 Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de. Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1 095 -

Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 150231

Texten für Social Media

Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co.



Texten für "social networks" gehört für Redaktionen und Unternehmen inzwischen zum Alltag. Doch es ist nicht leicht, aus flüchtigen Besuchern echte Fans und Follower zu machen. Hierbei kommt es auf die perfekte Länge, den richtigen Ton und den entscheidenden Klick-Anreiz der Nachricht an, denn die Aufmerksamkeitsspanne vieler Internetnutzer ist kurz.

Doch mit welchen Textformen werden welche Zielgruppen auf welchen Plattformen erreicht? Wie sollten Tweets aussehen, damit sie retweetet werden? Wie schreibe ich Kurzmeldungen auf WhatsApp? Und vor allem: Was macht Inhalte viral?

SEMINARZIEL

Das Seminar zeigt, wie Inhalte in sozialen Netzwerken funktionieren. Die Teilnehmer entwickeln ein Gefühl für die Tonalität, die Länge und den Aufbau von Botschaften für Facebook, Twitter, Xing und Co. Sie üben unterschiedliche Textformen ein und erfahren, welcher Content größere Chancen auf eine virale Verbreitung hat.

THEMEN

- Texten für Social Media Eine Einführung
 - Texten für Print und Online Die Unterschiede
 - Die wichtigsten Social Media-Netzwerke Facebook, Twitter, WhatsApp, Xing & Co.
 - Die Voraussetzungen für gute Social Media-Texte Zielgruppen definieren, Interessen und Bedürfnisse erkennen
- Textplanung für Social Media
 - Usability und Textverarbeitung bei Social Media Aktuelle Forschungsergebnisse
 - Vom Blick zum Klick Wie Social Media-Inhalte viral werden
 - Der rote Faden Themensammlung und Redaktionsplanerstellung für soziale Netzwerke
- Textwerkstatt Schreiben für Social Media
 - Textformen für Social Media Einzeiler, Kurztext, Teaser, Blog
 - Überschriften und Headlines auf Social Media Formen und Effekte
- "Hi" oder "Sehr geehrte Damen und Herren"? Den richtigen Ton finden
- Workshop Texten in der Praxis
 - Texten für Facebook
 - Erfolgreiche Facebook-Posts
 - Der passende Umgangston
 - Texten für Instagram Erfolgreiche Beiträge, Hashtags, Kommentare & Co.
 - Texten für B2B-Plattformen Besonderheiten von LinkedIn, Xing & Co.
 - Texten für Twitter Erfolgreiche Tweets, Retweets & Co.
- Krisen-Management Kommunikativer Leitfaden im Falle eines Shitstorms
- Konstruktiver Umgang mit Kritik auf den eigenen Plattformen
- Redaktionell angemessen auf negatives Feedback reagieren

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Social Media- und Content Manager, Mitarbeiter aus Unternehmen, Institutionen und öffentliche Einrichtungen Redaktionen und Verlagen, die für die Social Media-Aktivitäten des Unternehmens verantwortlich sind, insbesondere aus den Abteilungen Marketing, PR und (Online-)Redaktion sowie Website- und E-Commerce-Manager.



Seminarleitung: Markus Reiter, Medienberater und Schreibcoach

Termin 1: 02.04. - 03.04.2020 (Hamburg)
Termin 2: 12.10. - 13.10.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 100125 (Termin 1, Hamburg) bzw. 100124 (Termin 2, München)

Social Media und Recht

Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.



Facebook, Instagram, YouTube & Co. sind mittlerweile fester Bestandteil im Marketing- und Kommunikationsmix: Kampagnen, Gewinnspiele, Bilder, Texte, Videoclips und auch Musik werden dort von Unternehmen und Usern eingestellt und verlinkt, Nachrichten gepostet und Daten gesammelt. Umso wichtiger ist es, sich mit den rechtlichen Rahmenbedingungen für soziale Netzwerke und Communities zu beschäftigen. Denn aus den neuen technologischen Entwicklungen ergibt sich eine Reihe zusätzlicher Rechtsfragen – im direkten Umgang mit den Betreibern der Angebote, bei der Vertragsgestaltung mit Lizenzgebern und Kooperationspartnern sowie der Verwertung von User Generated Content. Erfahren Sie, welche rechtlichen Fallstricke beim Einsatz von Social Media zu beachten sind und wie Sie sich mit Ihrem Unternehmen rechtssicher in den sozialen Medien bewegen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen umfassenden Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen rund um die sozialen Kommunikationsplattformen und Technologien im (mobilen) Online-Bereich und zeigt auf, wie Sie rechtliche Risiken vermeiden. Anhand von Beispielen und aktuellen Fällen werden die rechtlichen Besonderheiten und Entwicklungen dargestellt und für die Praxis aufbereitet, so dass Sie sie auf Ihr Unternehmen übertragen und die verschiedenen digitalen Kanäle rechtssicher verwenden können.

THEMEN

- Nutzungsbedingungen der Plattformen von Facebook über Instagram bis YouTube
- Einrichtung einer rechtlich sicheren Facebook-Seite
- Bedingungen für die gewerbliche Nutzung
- Account- oder Seiten-Name
- Impressum
- Urheber- und Lizenzrecht
 - Schutz von Content
 - Rechteeinräumung und Rechteerwerb
 - Creative-Commons-Lizenzen
 - Teilen von Inhalten und andere Nutzungsformen
- Nutzung von User Generated Content aus Social Media-Plattformen
- Persönlichkeitsrecht/Recht am eigenen Bild in den sozialen Netzwerken
- Werbe- und wettbewerbsrechtliche Aspekte
 - Schleichwerbung
 - Gewinnspiele
 - Crowdsourcing
- Haftung für Inhalte
 - Verantwortlichkeiten für Rechtsverletzungen
 - Abgrenzung eigener vs. fremder Content
- Datenschutz und Social Plug-Ins
 - Einwilligung und Informationspflicht
 - Facebook-Regeln zum Datenschutz
 - Besonderheiten des Trackings/Nutzung von Cookies

METHODEN

Referat, Diskussion, Analyse, Fallbeispiele.

ZIELGRUPPE

Verantwortliche und Mitarbeiter von Unternehmen, Agenturen und Portalen, vor allem aus den Bereichen (Online-)Marketing, PR, Unternehmenskommunikation und (Online-)Redaktion, die sich für ihre Social Media-Aktivitäten rechtlich absichern möchten und bereits über Vorkenntnisse im Bereich Lizenzen verfügen.

Für Einsteiger ins Lizenzrecht empfiehlt sich zunächst der Besuch des Seminars "Urheberrecht – Grundlagen". Nähere Informationen finden Sie auf der Seite 232.



Seminarleitung:
Bernhard Buchner, Fachanwalt für Urheber- und
Medienrecht, Fachanwalt für IT-Recht,
Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 30.01.2020 (München) Termin 2: 16.07.2020 (Hamburg) Termin 3: 30.09.2020 (Köln) Termin 4: 11.11.2020 (München)

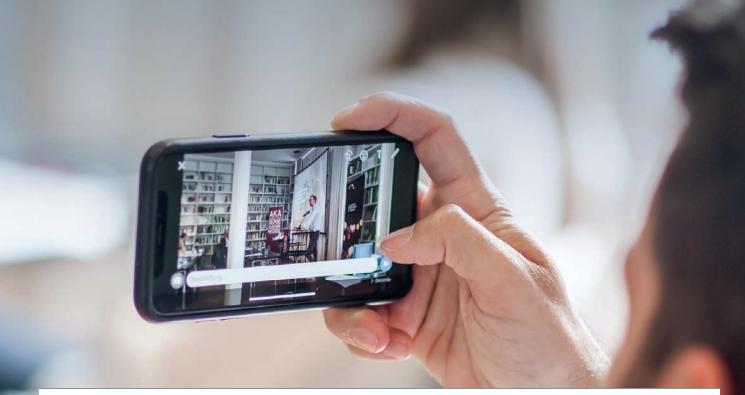
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 190091 (Termin 1, München), 190092 (Termin 2, Hamburg), 190094 (Termin 3, Köln) bzw. 190093 (Termin 4, München)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.

DIGITALE MEDIEN Apps, Websites, Portale und E-Learning-Angebote entwickeln und optimieren





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Daniela Henneberger Tel.: +49 89 291953-45

E-Mail: daniela.henneberger@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Ob Online-Portale, Apps oder Lernplattformen – die Geschäftsmodelle, Produkt- und Marketingstrategien für digitale Medien müssen laufend angepasst werden, um sowohl technologischen Neuerungen als auch den sich wandelnden Bedürfnissen der eigenen Zielgruppen Rechnung zu tragen. Unsere Seminare im Bereich "Digital Media" vermitteln umfassendes Know-how für die Entwicklung und Vermarktung digitaler Medienprodukte – von der Konzeption mobiler Applikationen und Websites über die Produktion verschiedener Content-Formate bis hin zur Umsetzung von E-Learning-Lösungen.

AUF EINEN BLICK

DIGITAL MEDIA - PRODUKTENTWICKLUNG VON DIGITALEN MEDIEN	1
Manager Digitale Produktentwicklung –	
Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵 💿	
Termin: 09.11. – 13.11.2020	144
Produktentwicklung von digitalen Medien	
Termin 1: 22.01. – 23.01.2020 (Berlin) bzw.	
Termin 2: 15.06. – 16.06.2020 (München)	146
Design Thinking – Innovative Medienprodukte agil entwickeln	
Termin 1: 10.03. – 11.03.2020 (Köln) bzw.	
Termin 2: 24.09. – 25.09.2020 (Berlin)	147
 Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videos – 	
Innovative Technologien für neue Content-Formate 📀	
Termin 1: 05.03. – 06.03.2020 bzw.	
Termin 2: 23.07. – 24.07.2020	149
Produkt- und Content Manager digital –	
Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
Termin 1: 16.03. – 20.03.2020 bzw.	
Termin 2: 29.06. – 03.07.2020 bzw.	
Termin 3: 19.10. – 23.10.2020	150

WEBSITES, PORTALE UND DATENBANKEN

 Website- und Portalmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat Z Termin 1: 11.05. – 15.05.2020 bzw. 	
Termin 2: 26.10. – 30.10.2020	. 152
• Usability Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
Termin 1: 13.07. – 15.07.2020 bzw.	
Termin 2: 02.12. – 04.12.2020	. 154
Online-Datenbanken entwickeln und optimieren Tamie 10.05 10.05 2020	15/
Termin: 18.05. – 19.05.2020	. 100
E-LEARNING	
• E-Learning-Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	
Termin 1: 04.05. – 08.05.2020 bzw.	150
Termin 2: 16.11. – 20.11.2020	. 100
Strategien, Technologien und Erlösmodelle	
Termin: 26.06.2020	160
• E-Learning-Angebote erfolgreich entwickeln –	
Vom Fachinhalt zum digitalen Lernmedium	
Termin 1: 03.02. – 04.02.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 02.06. – 03.06.2020 (Hamburg)	. 161
• Webinare entwickeln, planen und umsetzen – E-Learning-Basis für die	
Konzeption und Durchführung von Online-Seminaren Total and and and a	4.0
Termin: 08.09.2020	. 162

→ IG DIGITAL

Die Seminare der Kategorie "Digitale Medien" finden in Kooperation mit der IG Digital statt. Mitglieder der IG Digital erhalten bei der Anmeldung einen Rabatt auf den Seminarpreis. Bitte verweisen Sie bei der Anmeldung auf Ihre Mitgliedschaft. Mehr Informationen finden Sie auf Seite 13.

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Manager Digitale Produktentwicklung

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Egal ob App, Datenbank, Online-Portal oder Lernplattform – Voraussetzung für ein erfolgreiches digitales bzw. mobiles Content-Angebot ist eine systematische sowie medien- und zielgruppengerechte Produktkonzeption. Dabei unterscheidet sich die Entwicklung digitaler und mobiler Medien grundlegend von der klassischen Buch- oder Zeitschriftenkonzeption und erfordert je nach Produktform spezifische Vorgehensweisen. Was also erwarten die Zielgruppen von den unterschiedlichen Angeboten? Wann empfiehlt sich welches Format und Produktkonzept, wann welcher Vertriebsweg? Was sind die technischen Voraussetzungen für die Umsetzung digitaler Produkte? Worauf kommt es beim Pricing an und welches Geschäftsmodell führt zum Erfolg? Der fünftägige Zertifikatskurs vermittelt praxisnah alle wesentlichen Tools für die Entwicklung digitaler bzw. mobiler Medienprodukte. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, innovative Konzepte für E-Books und -Magazine, Apps, Websites oder E-Learning-Angebote zu erstellen, um mit ihren Unternehmen dauerhaft von den positiven Entwicklungen im Digital-Business zu profitieren.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt umfassendes Know-how für die Entwicklung digitaler und mobiler Medienprodukte – von der App bis zum Online-Portal. Die Teilnehmer lernen praktikable Methoden der Produktentwicklung kennen, von der Idee bis zum umsetzbaren Konzept. Anschließend werden diese Vorgehensweisen unter Berücksichtigung der jeweiligen Produktspezifika vertieft.

THEMEN

1. Tag Grundlagen der Produktentwicklung Digital/Mobil

- Idee, Konzeption, Prototyping und Umsetzung Die Phasen der Produktentwicklung
- Innovations- und Produktentwicklungsmethoden Design Thinking & Co.
- User Experience und Customer Centricity Die Rolle der Kunden in der Produktentwicklung
- Entwicklung von Value Propositions und USPs
- Geschäftsmodelle und Pricing Grundlagen
- Business Planning

2. Tag Entwicklung von Online-Portalen

- Warum ein Online-Portal? Zielsetzung und Typologie
- Erlösmodelle Refinanzierungsmöglichkeiten für Content
- Content Management und Kreativprozesse
- Webanalyse: Potenziale für Reichweite und Produktentwicklung
- SEO, Community-Building und Social Media

3. Tag Entwicklung von Apps und mobilen Websites

- Der App-Markt: Aktuelle Entwicklungen, Trends und Veränderung des Nutzerverhaltens
- Grundlagen der App-Entwicklung von App-Formaten über Geschäftsmodelle bis hin zu technischen Voraussetzungen
- Produktentwicklung für Apps entlang der typischen Projektphasen
 - Idee und Konzeption
 - Design und User Interface
 - Entwicklung
 - Testing und Monitoring

4. Tag Entwicklung von E-Books

- Marktentwicklung und Userverhalten
- Typen und Formate EPUB2/EPUB3, Mobipocket/KF8, PDF, Enhanced-E-Book-Formate
- Einsatzmöglichkeiten und Best Practices
- Technische Basics der E-Book-Entwicklung

Entwicklung von E-Learning-Angeboten

- E-Learning-Grundlagen und Klärung von Begrifflichkeiten
- Überblick Produktformen: Webinare, Mobile Learning, Web Based Training (WBT) & Co.
- Projektplanung Von der Idee zum Projekt
- Konzeption, Didaktik, Umsetzung

5. Tag Entwicklung von Datenbanken und Plattformangeboten

- Marktentwicklung, Nutzung und Trends
- Datenbankentwicklung in digitalen Zeiten
- Der Kunde im Fokus: Usabilty, User Experience und User-centered Design
- Technische Grundlagen der Datenbankentwicklung
- Marketing für Plattformen und Datenbanken
- Geschäfts- und Lizenzmodelle

IM ZERTIFIKATSKURS "MANAGER DIGITALE PRODUKTENTWICKLUNG" ...

- erfahren Sie, wie Sie Medienprodukte zielgruppengerecht konzipieren.
- lernen Sie die Verfahren agiler Produktentwicklung unter Berücksichtigung der Marktanforderungen und Zielgruppenbedürfnisse kennen.
- erhalten Sie Einblick in die inhaltliche Konzeption und die Grundzüge der technischen Produktentwicklung von Portalen, Apps & Co.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Trainer aus dem Digital- und Publishing-Business
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form (auch für Berufsteinsteiger)
- Zuschnitt auf die Aufgabenfelder in Medienhäusern bzw. Medienabteilungen in Unternehmen
- Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen

METHODEN

Input, Gruppenarbeiten, Diskussion, Praxisberichte, Best und Worst Practices, Arbeit an eigenen Projekten in der Konzeptwerkstatt.

Ich kann den Kurs uneingeschränkt empfehlen! Die Auswahl der Themen sowie der Referenten war sehr gut. Vieles von dem, was wir dort behandelt haben, konnte ich in meinem Job direkt anwenden. Ich bin vor allem aber auch mit zahlreichen Ideen und tollen Kontakten wieder nach Hause gefahren. Die fünf Tage haben sich wirklich gelohnt!

Judith Erlmann, Leitung Programmplanung, Redaktion und Realisierung Pädagogik/Lehrmittel, Cornelsen Verlag

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Agenturen und Medienunternehmen, insbesondere aus den Bereichen Produktmanagement, Business Development, Lektorat, (Online-) Redaktion, E-Publishing, Internet und Digital Media, die ihr Wissen rund um digitale und mobile Produktentwicklung vertiefen wollen.



Seminarleitung:
Dr. Martina Steinröder, Managementberaterin und
Digital-Media-Expertin

Fachreferenten waren bislang u. a.:
Stefan Huegel, IDG Business Media
Beate Muschler, Leitung Video-Coaching, Verlagsgruppe Random House
Stefan Nowak, Haufe-Lexware
Dr. Alexander Trommen, Appsfactory

Termin: 09.11. - 13.11.2020

Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
15 Teilnehmer

Preis: € 1.995,-

Preis: € 1.995,-Seminar-Nr.: 140113

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Manager Digitale Produktentwicklung". Außerdem ist er Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Digital Media Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 21–23.

Produktentwicklung von digitalen Medien

Die Konzeption von digitalen Medien – ob E-Book, App, Online-Portal oder E-Learning-Angebot – erfordert besondere Strategien bei der Entwicklung, Planung und Realisierung. Um innovative Ideen unter Einbeziehung aktueller technischer Möglichkeiten und Trends in erfolgreiche digitale Angebote umzusetzen, müssen Wünsche, Bedürfnisse und das Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe genau analysiert werden. Für einen gelungenen Launch der neuen Produkte ist es zudem entscheidend, das richtige Geschäftsmodell, geeignete Vertriebswege und mediengerechte Marketingmaßnahmen zu wählen. Erfahren Sie im Seminar, wie Sie neue digitale Medienprodukte zielgruppen- und marktgerecht konzipieren, effizient umsetzen und erfolgreich vermarkten können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das Handwerkszeug, das für die Entwicklung neuer digitaler Angebote erforderlich ist. Die Teilnehmer lernen die spezifischen Voraussetzungen für die Konzeption von E-Medien kennen, um innovative Angebote auf den Markt zu bringen. Sie erfahren, wie sie neue digitale Produkte strategisch auf die Bedürfnisse und das Verhalten ihrer Kunden ausrichten und den Erfolg dieser Angebote mit den richtigen Marketing-Maßnahmen sichern können.

THEMEN

- Apps, Chatbots, Sprachassistenten & Co.: Aktuelle Trends und deren Bewertung
- Beobachten, Lösen, Realisieren, Optimieren: Phasen der Produktentwicklung
- Best Practices digitaler Angebote und die Konsequenzen für die Produktentwicklung
- Entwicklung von kundenorientierten und mediengerechten Konzepten
 - Zielgruppen, Informationsbedürfnisse und Mediennutzung analysieren
 - Kundennutzen und Value Proposition definieren
 - Produktideen entwickeln und umsetzen
 - Die richtigen Medien wählen
 - Konzepttests und Prototyping
 - Technische Grundlagen
- Den Erfolg digitaler Angebote sichern
 - Strategische Positionierung von digitalen Produkten
 - Das passende Geschäftsmodell finden
 - Erlösmodelle und Pricing
 - Vertriebswege und Vermarktung
- Methoden der Produktentwicklung digitaler Medien
 - Von der Idee zum Go-live
 - Design Thinking, Kanban & Co.
 - Agile Produktentwicklung in der Praxis

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeit, Best Practices mit der Vorstellung erfolgreicher digitaler Angebote.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Agenturen und Unternehmen, v. a. aus Lektorat und Redaktion, Produktmanagement, Marketing, Vertrieb und E-Business, die ihr Wissen rund um digitale Produktentwicklung vertiefen wollen.



Seminarleitung:
Dr. Martina Steinröder, Managementberaterin und
Digital-Media-Expertin



Fachreferentin in München:
Beate Muschler, Leitung Video-Coaching,
Verlagsgruppe Random House

Termin 1: 22.01. - 23.01.2020 (Berlin) Termin 2: 15.06. - 16.06.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de. Teilnehmer: 15

Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 140114 (Termin 1, Berlin) bzw. 140116 (Termin 2, München)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produkt-manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Design Thinking

Innovative Medienprodukte agil entwickeln

Kundenorientierte Medienprodukte agil und kostengünstig realisieren – für erfolgreiche Medienunternehmen steht die Entwicklung von innovativen Angeboten ganz oben auf der Agenda. Design Thinking hat seine Eignung hierfür längst unter Beweis gestellt. Doch gerade in der sehr dynamischen Medienbranche ist in der strategischen Produktplanung und damit in der Lösung von Kundenproblemen noch mehr Flexibilität gefragt. Hier setzt DesignAgility an, ein Methodenmix aus Design Thinking, agilem Projektmanagement und visuellem Storytelling, der es ermöglicht, Innovationen nicht nur passgenau zu entwickeln und zu bewerben, sondern auch laufend zu reflektieren und zu modifizieren. Richtig eingesetzt, kann die Methodik helfen, Antworten auf folgende Fragen zu finden: Eignet sich mein Content für crossmediales Publishing auf neuen Endgeräten und Portalen? Wie möchte meine Zielgruppe in Zukunft Informationen und Inhalte nutzen? Auf welche Trends muss ich mich einlassen, welche sind nur ein kurzfristiger Hype? Und für welche Produkte oder Services ist meine Zielgruppe bereit, einen gewinnbringenden Preis zu zahlen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt im ersten Schritt die Prinzipien des Design Thinking. Die Teilnehmer erhalten Tools und Checklisten, um Design Thinking in ihrem Unternehmen einsetzen und so innovative Lösungen und Produkte entwickeln zu können. Im zweiten Schritt lernen die Teilnehmer DesignAgility kennen, eine Methode für die Medienbranche, mit der sie Angebote agil konzipieren, testen und modifizieren können. Zudem erfahren sie, mit welchen Strategien aus dem visuellen Storytelling sie ihre Innovationen passend vermarkten.

THEMEN

- Einführung
 - Design Thinking Definition und Grundlagen
 - DesignAgility Die Adaption von Design Thinking für agiles
 Projektmanagement in der Medienbranche
- DesignAgility in acht Sprints
 - Discovery Challenge formulieren, Daten recherchieren und als Story erzählen
 - Interpretation Personas und Trendszenarien entwerfen
 - Ideation Innovative User-Storys generieren
 - Selection Die besten Ideen auswählen und durch Iterationen überprüfen
 - Specification Die passende Form zur Story des Prototypen finden
 - Implementation Einen Prototypen umsetzen
 - Evaluation Erproben, Kundenfeedback einholen und Rückschlüsse ziehen
 - Deployment Die Innovationsidee weiterführen
- Voraussetzungen für erfolgreiche Innovationen
 - Agile Arbeitsorganisation, Innovationsteam und Ressourcen
 - Customer Insights Kundenbedürfnisse verstehen, erzählen und erfüllen
 - Kreative Generierung von Ideen
 - Systematische Angebotsentwicklung Ein Leitfaden für Medienprodukte
- Storytelling: Prototypen vor Kunden mit Storytelling erfolgreich pitchen
- Praxis-Workshop agiles Produktmanagement: Individuelle Angebote aus Kundensicht entwickeln und als Prototypen umsetzen

METHODEN

Input-Phasen, Übungen, praktische Arbeit an Fallbeispielen, Präsentation, Diskussion.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Seminarbeginn eigene Fallbeispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Business Development Manager, Produktmanager und Mitarbeiter aus Medienunternehmen, v. a. aus den Bereichen Lektorat, Redaktion, Marketing, Vertrieb und E-Business, die mit Design Thinking innovative Medienprodukte agil entwickeln und umsetzen möchten.



Seminarleitung: Prof. Dr. Okke Schlüter, Professor im Studiengang Mediapublishing, Hochschule der Medien Stuttgart



Stefanie Quade, Dozentin und Expertin für Design Thinking

Termin 1: 10.03. - 11.03.2020 (Köln) Termin 2: 24.09. - 25.09.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 110110 (Termin 1, Köln) bzw. 110096 (Termin 2, Berlin)



Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videos

Innovative Technologien für neue Content-Formate



Augmented Reality ist von einer industriellen Nischenanwendung zu einer marktfähigen Produktform geworden und Produkte wie "Pokémon Go" haben erfolgreich den Consumer-Markt erobert. Im Bereich Virtual Reality entstehen immer konkretere Ansätze für zukunftsfähige Produkt-modelle. Und die technisch relativ einfach realisierbaren 360-Grad-Videos verbreiten sich über soziale Netzwerke als neues Content-Format. Für Medienunternehmen eröffnen diese Technologien innovative Wege, ihr Produktportfolio um multimediale und interaktive Komponenten zu ergänzen. Denn bei der Verwendung von Smartphone, Tablet und der richtigen App lässt sich mit AR/VR eine Brücke zwischen Print- und Digitalmedien schlagen.

Doch nur wenn die AR-/VR-Angebote dem Kunden einen echten Mehrwert bieten, professionell realisiert sind und störungsfrei funktionieren, werden sie tatsächlich genutzt. Wie also gelingt es, Produkte mit Augmented Reality und Virtual Reality zum Leben zu erwecken? Aus welchen Technologien setzen sich solche Anwendungen zusammen? Und welche konkreten Einsatzmöglichkeiten gibt es für Medieninhalte?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen kompakten Überblick über die Themen Augmented Reality, Virtual Reality und 360-Grad-Videos. Die Teilnehmer erfahren, wie sie diese Technologien effizient für die Entwicklung und Umsetzung innovativer Produkte, Vermarktungskonzepte und Service-Modelle nutzen können.

THEMEN

- Augmented Reality, Virtual Reality, Mixed Reality, 360°-Bilder und -Videos
 - Von den Buzzwords zur konkreten Anwendung
 - Die Technologien Ein Überblick
 - Die Produktformen Unterschiede und Gemeinsamkeiten
 - Fallbeispiele aus verschiedenen Branchen: Erfahrungen und Best Practices
- Augmented Reality (AR)
 - Komponenten einer AR-Anwendung
 - Endgeräte und Hardware: Smartphones, Tablets und ihre Voraussetzungen zum sinnvollen Betrieb einer AR-Applikation
 - Software für die Erstellung und Nutzung von AR-Anwendungen
- Virtual Reality (VR)
 - Endgeräte und Hardware: Oculus Rift, Microsoft HoloLens, Gear VR, HTC Vive, Google Cardboard
 - Authoring einer VR-Applikation
 - Tools und Konzepte für VR-Anwendungen
- 360°-Bilder und -Videos
 - Plattformen und Voraussetzungen für Panorama-Views
 - Aufnahme und Kamera-Equipment: Wie entstehen 360°-Grad-Visualisierungen?
 - Die Nutzung: Vom Facebook-Post zur Panorama-App
- Praktische Anwendung von Augmented und Virtual Reality
 - Entwicklung eines konkreten Produktkonzepts
 - Notwendige Schritte zur Produktrealisierung
 - Dos und Don'ts bei Konzeption und Umsetzung
 - Leitfaden zur Projektplanung

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Best Practices, Gruppenarbeit/Workshop, Einführung in Anwendungsgebiete von erfolgreichen Angeboten im Markt.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte sowie Mitarbeiter aus Medienunternehmen, v. a. aus den Bereichen Produktmanagement, Herstellung/Medienproduktion, Digitale Medien, E-Business, Lektorat, Redaktion, Marketing, E-Commerce, PR und Business Development.



Seminarleitung:

Fabian Kern, Consultant, digital publishing competence

Termin 1: 05.03. - 06.03.2020 Termin 2: 23.07. - 24.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 140119 (Termin 1) bzw. 140120 (Termin 2)

Produkt- und Content Manager digital

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Medienunternehmen und Agenturen bespielen mit ihren Inhalten heute ganz unterschiedliche Kanäle – von der Zeitschrift bis zum Online-Portal, vom TV-Sender bis zur Web-Community. Um hier medienübergreifend eine hohe Produktqualität zu garantieren und zugleich die Komplexität und Kosten im Griff zu behalten, ist ein professionelles Content Management unverzichtbar. Dazu gehört an der Schnittstelle von Redaktion und Technik fundiertes Know-how rund um alle Prozesse, Technologien und Content-Strategien.

Doch worauf kommt es bei der Datenhaltung und -strukturierung in der Praxis an? Für wen macht welches Content Management-System Sinn? Welche Anforderungen stellen digitale und Printmedien an die Aufbereitung der Inhalte? Wie lassen sich Redaktionsprozesse z. B. für Internetportale effizient organisieren? Und wie können Inhalte noch passgenauer auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten werden – in puncto Content-Strategie, SEO und semantische Technologien?

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt alle notwendigen Kompetenzen für erfolgreiches Content Management in der Praxis. An der Schnittstelle von Redaktion und Technik umfasst dies alle Prozesse und Technologien für ein effizientes crossmediales Publizieren. Das reicht von CMS-Systemen und Methoden der Datenhaltung und -strukturierung über die Organisation der Redaktionsprozesse und webtaugliche Content-Erstellung bis hin zu angrenzenden Prozessen in Marketing, Vertrieb & Co.

THEMEN

1. Tag Produktkonzeption und -management

- Digitale Produktentwicklung: Von der Idee zum Konzept
- Die Basis: Zielgruppen, Informationsbedürfnisse und Mediennutzung analysieren
- Zielgruppenorientierung: Userfreundlich Content-Produkte
- Content-Management: Redaktionelle Prozesse und Projekte steuern
- Produktoptimierung: Kundenfeedback einbeziehen

2. Tag Technisches Content Management – Datenhaltung und Datenstrukturierung

- Content Management-Systeme und ihre Ausprägungen
- Datenformate und -konvertierungen
- (Medienneutrale) Datenhaltung: Metadaten, Dokumentstruktur und -inhalte

Vom CMS zum Content-Produkt

- Inhalte in Produkte überführen: Vom Konzept zum Projektplan
- Anforderungen unterschiedlicher Produkttypen (u. a. E-Books, Apps, Printmedien) an die Content-Aufbereitung
- Entscheidung über geeignete Technologien für das Produkt

3. Tag Content fürs Web erstellen

- Anforderungen an Content im Web: Print- in Online-Inhalte überführen
- SEO-gerechtes Texten, Keyword-Suche
- Styleguides, redaktionelle Vorgaben, Gestaltungswerkzeuge

Content- und Social Media-Strategien

- Erfolgsfaktor Social Media
- Welcher Content für welches Netzwerk?
- Von der Zielgruppenanalyse zur Social Media-Strategie
- Redaktionsplanung und Content-Aufbereitung für Social Media

4. Tag Redaktionsprozesse organisieren

- Organisation von Redaktionsworkflows
- Schnittstellenmanagement zu Autoren, Gestaltern und Dienstleistern
- Content-Partner gewinnen und managen

Agiles Projektmanagement am Beispiel von Scrum

- Agiles Projektmanagement: Zentrale Methoden und Konzepte
- App, Website, Portal: Anwendungsmöglichkeiten von agilem Projektmanagement auf digitale und Internetprojekte

5. Tag Online-Marketing für Content Manager Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Mechanismen, Techniken und Vorgehensmodelle für SEO
- SEO und Content Marketing

Suchmaschinenmarketing (SEA)

- Einführung in Google AdWords
- Kampagnensteuerung, Erfolgskontrolle und ROI-Kalkulation

Professionelle Website-Analysen mit Google Analytics

- Zieldefinition und KPIs für Web Analytics
- Das Analytics-Tool: Kennzahlen richtig interpretieren

- was die nötigen Grundlagen zur Entwicklung und zum Produktmanagement digitaler Angebote sind.
- alles Wissenswerte zum technischen Content Management CMS, Datenhaltung und -strukturierung.
- wie Sie webtauglichen Content erstellen und Redaktionsprozesse effizient steuern.
- welche Maßnahmen zur erfolgreichen Vermarktung von Online-Produkten notwendig sind von SEM bis Google Analytics.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- hochqualifizierte Trainer aus der Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop.

Ich fand das Seminar super! Die Referenten waren allesamt top und sehr gut qualifiziert in ihren Disziplinen!
Neben der hohen Praxisexpertise der Dozenten habe ich auch den Austausch mit den anderen Teilnehmern als sehr bereichernd empfunden.

Teilnehmerin "Produkt- und Content Manager digital" 2019

ZIELGRUPPE

Produkt- und Content Manager sowie Web-Manager aus Verlagen und Medienunternehmen, die ihr Wissen rund um professionelles Content Management systematisieren und vertiefen wollen. Mitarbeiter aus den Bereichen Online-Redaktion, E-Publishing, Produktmanagement und digitale Medienproduktion, die Aufgaben aus dem Content Management übernehmen.



Seminarleitung: Fabian Kern, Consultant, digital publishing competence

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:

Prof. Dr. Heiko Beier, moresophy

Dr. Harald Henzler, smart digits

Petra Meyer, Ippen Digital

Bernhard Münster, Wolters Kluwer Deutschland

Termin 1: 16.03. - 20.03.2020

Termin 2: 29.06. - 03.07.2020

Termin 3: 19.10. - 23.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15

Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 140110 (Termin 1), 140111 (Termin 2) bzw. 140112 (Termin 3)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Produkt- und Content Manager digital".

Website- und Portalmanager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Websites sind für Unternehmen heute unverzichtbare Kommunikations-, Marketing- und Vertriebskanäle. Und Internetportale, die Produkt- und Serviceleistungen für unterschiedliche Zielgruppen bündeln, gewinnen weiter an Bedeutung. Voraussetzung für den Erfolg dieser Angebote ist ein systematisches Website- und Portalmanagement im eigenen Unternehmen. Dazu gehört neben der Pflege und kundenorientierten Weiterentwicklung bestehender Sites die Konzeption und Integration neuer Web-Anwendungen und die Optimierung für mobile Endgeräte.

Doch was macht eine gute Website – mit einer guten User Experience – aus? Was gilt es in puncto Usability zu beachten und was sind die Besonderheiten von mobilen Websites, Responsive Design und nativen Apps? Wie können Sie Ihr Angebot effektiv für Suchmaschinen optimieren? Und welche Projektmanagement-Tools eignen sich für den Aufbau und die Steuerung von Portalen?

SEMINARZIEL

Der fünftägige Intensivkurs vermittelt mit hohem Praxisbezug das notwendige Know-how und Handwerkszeug für die Konzeption, Betreuung und kundenorientierte Weiterentwicklung von Websites und Portalen. Die Teilnehmer lernen alle relevanten Bereiche des Website- und Portalmanagements kennen – von Usability und technischen Grundlagen über Online-Projektmanagement- und Marketingmethoden bis hin zu Traffic Management und Conversion-Optimierung.

THEMEN

1. Tag Grundlagen Website- und Portalmanagement

- Portale im Überblick: Corporate Website, Online-Shop, Landingpage, Content-Seite & Co.
- Geschäftsmodelle, Ziele und Zielgruppen
- Konzeption und Umsetzung von Web-Portalen

User Experience, Usability und Conversion-Optimierung

- User Experience: Kriterien für die optimale Bedienbarkeit von Websites
- Methoden der Usability-Messung und Optimierung der Customer Journey
- Konzeption eines Use-Labs für Websites, Portale, Online-Shops

2. Tag Technische Grundlagen für Websites, Shops und Apps

- Technische Grundlagen von Website-Komponenten
- Clientseitige Technologien: HTML, CSS, JavaScript
- Serverseitige Technologien: Datenbanken und Frameworks
- Mobile Sites, Responsive Webdesign und Apps: Grundlagen und Besonderheiten

Technische Herausforderungen verstehen und lösen

- Effizientes Schnittstellenmanagement
- Schnelle Websites: Performance messen und optimieren
- Sicherheit und Barrierefreiheit

3. Tag Systemauswahl und technische Umsetzung

- Anforderungen für Websites & Co. für Techniker aufbereiten
- Systeme effektiv vergleichen: Markteinschätzungen und Umsetzungskosten

- Projektphasen aus technischer Sicht
- Zusammenarbeit und Kommunikation mit IT und Dienstleistern

Alternative Projektmanagement-Methoden

- Steigende Komplexität von Websites und Portalen erfolgreich managen
- Rapid Prototyping: Alternative für das Pflichtenheft?
- Agiles Projektmanagement mit Kanban und Scrum

4. Tag Online-Marketing für Web- und Portalmanager

- Grundlagen, Begriffe und Tools: Adserver, Targeting, Adblocker
- Online Marketing-Maßnahmen im Überblick:
 Suchmaschinenoptimierung, Social Media-Marketing, Retargeting und Remarketing
- Einsatz von Google Tag Manager und Google Search Console
- Verwendung von Kampagnen-URLs

5. Tag Traffic Management und Conversion-Optimierung

- Reichweitenmessung vs. Traffic Management
- Wichtige Kennzahlen (KPIs), deren Einsatz und Interpretation
- Optimierung und Erfolgskontrolle

Rechtsfragen rund um Websites und Portale

- Urheber- und Bildrechte: Welcher Content kann genutzt werden?
- Haftung für Drittinhalte: Wer ist verantwortlich?
- Rechtliche Aspekte im Online-Marketing

IM ZERTIFIKATSKURS "WEBSITE- UND PORTALMANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie ein systematisches Website- und Portalmanagement aufbauen und etablieren.
- welche Bedeutung Webdesign und Usability haben und wie Sie diese optimieren, um die User Experience Ihrer Nutzer zu verbessern.
- welches technische Know-how Sie für die Arbeit mit (mobilen) Websites, Portalen und Apps benötigen.
- wie Sie agile Methoden für ein effizientes Online-Projektmanagement einsetzen.
- welche zentralen Online-Marketing-Tools Sie als Website- und Portalmanager anwenden können.
- wie ein erfolgreiches Traffic Management und eine gelungene Conversion-Optimierung aussehen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN...

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Einsteiger)
- hochqualifizierte Trainer und Experten aus dem E-Business
- Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen

METHODEN

Präsentation, Diskussion, Live-Analysen, Gruppenarbeiten, Arbeit an den individuellen Aufgabenstellungen der Teilnehmer.

Die Teilnehmer werden gebeten, Projekte und Fragestellungen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn einzusenden, für die Lösungen erarbeitet werden können. Bitte bringen Sie für die interaktive Gestaltung des Seminars Ihr Tablet oder Notebook mit.

Die Referenten waren super, da nicht nur Theorie vermittelt wurde, sondern auch viele praktische Beispiele – vor allem bei den technischen Grundlagen. Fazit: Ein kompaktes Intensivseminar, das mir viele neue Impulse für die Betreuung unserer Unternehmenswebsite geliefert hat!

Teilnehmer "Website- und Portalmanager" 2019

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die für Unternehmenswebsites und/ oder Portale bzw. Apps verantwortlich sind, insbesondere Website- und Portalmanager, Online-Produktmanager, PR- und Marketing-Manager sowie Projektmanager und Verantwortliche für die Bereiche E-Commerce, Shop-Management und Online.



Seminarleitung: Manfred Spatz, Experte für Online-Marketing und Web-Management

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Bernhard Buchner, Lausen Rechtsanwälte
Tobias Hauser, Arrabiata Solutions
Bastian Plieninger, 1&1 Internet
Dr. Alexander Trommen, Appsfactory

Termin 1: 11.05. - 15.05.2020 Termin 2: 26.10. - 30.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 140121 (Termin 1) bzw. 140122 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Website- und Portalmanager".

Usability Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Eine gute Usability und die damit erzeugte User Experience auf Websites und in Online-Shops sind elementar, um aus Interessenten Nutzer und aus Nutzern Kunden zu machen. Um die eigenen digitalen Geschäftsziele zu erreichen, gilt es daher, die relevanten Online-Prozesse wie Bestellvorgang, Nutzerregistrierung und Newsletteranmeldung optimal auf die User auszurichten.

Doch was gehört für die eigene Zielgruppe zu einer benutzerfreundlichen Website? Welche Methoden und Tools gibt es, um Usability und User Experience zu optimieren? Welche Messverfahren stehen zum Testen und Bewerten der Benutzerfreundlichkeit zur Verfügung? Und wie lassen sich mit den gewonnenen Erkenntnissen höhere Conversion-Rates realisieren?

SEMINARZIEL

Der dreitägige Intensivkurs vermittelt den Teilnehmern, wie sie Websites und Shops bestmöglich auf ihre Nutzer und Kunden zuschneiden. Sie erfahren, wie erfolgreiche Online-Auftritte strukturiert sein müssen, um die Conversion zu erhöhen, und lernen wirksame Methoden zur Messung von Usability und User Experience kennen. Anhand praktischer Übungen, Testmethoden und Tools erhalten die Teilnehmer das nötige Rüstzeug, um Usability und Conversion für ihre Online-Angebote zu optimieren.

THEMEN

Usability, Customer Journey und User Experience

- Einführung, Grundlagen und ISO-Normen
- Relevante KPIs/Kennzahlen
- Zentrale Faktoren für Usability: Navigation, Farbe und Gestaltung, Prozesse, Formulare
- Mobile Usability: Klassische Website vs. adaptive/responsive Design vs. Apps

Conversion-Optimierung - Bedeutung von Usability im Digitalmarketing

- Conversion-Rate: Vom Werbemittel zum Abschluss
- Recherche und Definition der Zielgruppe (Persona-Modell)
- Die Landingpage: Bedeutung, Entwicklung, Umsetzung
- Bewertung der Customer Journey mit Trichter-Analysen (Funnel)

Usability-Optimierung

- Komplexe Prozesse nutzerfreundlich gestalten: Bestellung, Registrierung, interne Suche, Newsletteranmeldung
- Workflow für die eigene Website und Optimierungsziele festlegen: Detailverbesserungen, Refresh, Relaunch
- Optimierbare Elemente und Handlungsoptionen: Seiten- und Navigationsarchitektur, Headlines und Texte, Bilder und Videos, Formulare, Call-to-Action

Usability-Messverfahren und -Testmethoden

- Usability messen: Webanalyse als Schlüsselfaktor
- Usability testen: Usability-Labor, A/B- und multivariate Tests, User-Feedback, Crowdtesting
- Usability-Labs durchführen: Von der Probandengewinnung bis zur Auswertung
- Testmethoden im Usability-Lab: Eyetracking, Stressmessung & Co.
- Ergebnisse deuten, priorisieren und Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen
- Testen mit mobilen Endgeräten

Usability in Konzeption und Umsetzung

- Use Cases und User Journey: Nutzerverhalten verstehen
- Mockups, Wireframes und Click-Dummys: Tools zum Sichtbarmachen von Nutzerwegen
- Testing in der Konzeptionsphase

Usability in der Organisation

- Usability im Tagesgeschäft organisieren und in Arbeitsabläufe integrieren
- Methoden für Langzeit-Monitoring von Usability: Umfragen, Remote-Tests, Clickmaps

- mit welchen Tools und Techniken Sie die Usability Ihrer Websites und Shops optimieren.
- wie erfolgreiche Shops und Websites strukturiert sein müssen, um die Conversion zu erhöhen.
- welche Methoden sich eignen, um Benutzerfreundlichkeit und User Experience zu messen, testen und bewerten.
- was es in puncto mobile Usability und responsive Design zu beachten gilt.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Trainer und Digital-Experten aus der Praxis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Networking

METHODEN

Vortrag mit vielen Praxisbeispielen, Übungen, Arbeit an Fallbeispielen der Teilnehmer.

Die Teilnehmer werden gebeten, Projekte und Problemstellungen bis eine Woche vor Seminarbeginn einzusenden, für die Lösungen erarbeitet werden (bitte mit URL). Bitte bringen Sie – nach Möglichkeit – ein Laptop/ein Tablet ins Seminar mit.

Es gibt kaum eine effektivere Möglichkeit, um erste vorhandene UI/UX-Kenntnisse zu vertiefen, neue Methoden kennenzulernen und Impulse für das eigene Produktmanagement zu bekommen.

Jan Borowski, Rechtsanwalt/Produktmanager effacts, Wolters Kluwer Deutschland

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen (Online-)Marketing, Vertrieb, Verkauf, Produktmanagement und E-Business sowie Webshop- und Portalmanager und alle, die Webshops und Websites optimieren möchten.



Seminarleitung:
Tobias Hauser, Geschäftsführer, Arrabiata Solutions



Manfred Spatz, Experte für Online-Marketing und Web-Management

Termin 1: 13.07. - 15.07.2020 Termin 2: 02.12. - 04.12.2020

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.190,-

Seminar-Nr.: 140123 (Termin 1) bzw. 140124 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Usability Manager".

Online-Datenbanken entwickeln und optimieren

Online-Datenbanken für Fachinformationen in Bereichen wie Recht, Wirtschaft, Steuern oder Medizin zählen zu den erfolgreichsten Produktformen im digitalen Publizieren. Doch Medienhäuser stehen bei der Entwicklung von kundengerechten Fachdatenbanken vor großen Herausforderungen – egal, ob es sich um eine gute Usability, ein ansprechendes Design, die optimale Lesbarkeit von Inhalten oder die richtige Auswahl der Keywords handelt. Denn die Benchmarks, die Plattformen wie Google setzen, wirken sich nicht nur auf die Auffindbarkeit von Fachmedien-Angeboten im Netz aus, sondern steigern auch die Erwartungshaltung von Nutzern an Features und die Bedienbarkeit für Online-Datenbanken. Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie mithilfe von bewährten Instrumenten und Prinzipien des Webdesigns Ihre bestehenden Angebote verbessern und zukunftsfähige Fachdatenbanken entwickeln, die Ihre Kunden dauerhaft überzeugen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Tools und Techniken zur optimierten, mediengerechten Gestaltung von Online-Datenbanken für Fachinhalte. Die Teilnehmer lernen aktuelle Trends in puncto Technologie und Usability kennen und erhalten das notwendige Rüstzeug, um die Funktionen, Darstellungen und Nutzerführung ihrer Datenbanken auf den neuesten Stand zu bringen. Sie erfahren, wie sie mit ihrem eigenen Angebot den steigenden Nutzererwartungen gerecht werden.

THEMEN

- Fachinformationsangebote Content, Strukturen, Metadaten, Funktionen
 - Die Fachdatenbank: Status Quo und Optimierungsmöglichkeiten
 - Inhaltsstrukturen, Metadaten, Content-Zugänge: Wie Fachinformationen, ihre Datenhaltung und das Frontend für den Nutzer verzahnt werden müssen
- Content-Zugänge für die Nutzer: schnell und effizient zur richtigen Information
- Navigation und Content-Erschließung: Typische Bedien-Elemente, Dos und Don'ts in der Praxis
- Suche, Suchalgorithmus, Trefferliste, Dokument: Die User Journey des Kunden bei der Suche
- Usability und Informationsdarstellung: Tipps zur Optimierung
- Dokument-Inhalte anreichern und mit Nutzen versehen
 - Inhalte für den Kunden präsentieren: Content zwischen Lesbarkeit, inhaltlicher Aufbereitung und Web-Typografie
 - Related Content: Was Sie als Content-Anbieter neben aktueller Information noch bieten können
 - Tools, Arbeitshilfen, Rechner und Assistenten: Vom Dokument zur Arbeitsplatz-Unterstützung
- Usability und UX-Design
 - Einfache Grundregeln für optimale Bedienbarkeit
 - Typische Problemstellungen bei komplexen Fachdatenbanken und wie man sie bereits in der Konzeptionsphase optimal angeht

- SEO, Verlinkung, Vernetzung: Durch Content-Verknüpfungen mehr Kunden gewinnen und Zusatznutzen schaffen
- Indexierung, Snippets und SEO: Bezahl-Inhalte auffindbar machen
- Themenseiten und Informationsaggregierung: Optimale Präsentation der eigenen Daten
- Verlinkung und Integration von Drittanbieter-Datenquellen: Durch Vernetzung Mehrwert für den Kunden schaffen

METHODEN

Vortrag, Produktbeispiele, Präsentation, Diskussion, Workshop.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, Projekte und Problemstellungen ins Seminar mitzubringen, für die Lösungen erarbeitet werden. Bitte bringen Sie – nach Möglichkeit – ein Laptop/ein Tablet ins Seminar mit.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus Produktion, Herstellung, Lektorat, Produktmanagement und E-Publishing in Medienhäusern, die Fachdatenbanken betreiben und diese optimieren möchten. Alle, die neue Portale für Fachinhalte planen und diese zukunftssicher aufstellen wollen



Seminarleitung:

Fabian Kern, Consultant, digital publishing competence

Termin: 18.05. - 19.05.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 140118



E-Learning-Projektmanager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Die Relevanz und Verbreitung von E-Learning-Angeboten hat in den letzten Jahren massiv zugenommen: Unternehmen machen ihre Mitarbeiter in Online-Schulungen für immer kürzere Produkt- und Innovationszyklen fit, Universitäten gründen E-Learning-Center zur Verbesserung der Lehre und Fach- und Schulbuchverlage erweitern ihre Produktportfolios um Webinare & Co. Um den eigenen Zielgruppen dabei wirklich nachhaltige Lernerfolge zu ermöglichen, ist das Know-how professioneller E-Learning-Projektmanager gefragt.

Der fünftägige Intensivkurs vermittelt Mitarbeitern aus Verlagen, Bildungseinrichtungen und Unternehmen die wesentlichen Kompetenzen für die Konzeption, Kalkulation, Organisation und Evaluation unterschiedlicher E-Learning-Produkte. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, erfolgreiche Webinare und Online-Trainings zu entwickeln, um neue Zielgruppen bzw. Märkte zu erschließen.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt das notwendige Know-how für die Konzeption, Steuerung und Umsetzung von E-Learning-Projekten. Die Teilnehmer lernen alle relevanten Bereiche des E-Learning-Projektmanagements kennen – von der Bedarfsanalyse bis zur Evaluation – und erhalten einen Überblick über die wichtigsten Produktformen sowie deren Einführung.

THEMEN

1. Tag Produktformen im Überblick

- Web Based Training (WBT), Virtueller Klassenraum, Mobile Learning, Lernmanagement-Systeme (LMS)
- Einsatzmöglichkeiten und Vermarktung

E-Learning Projektmanagement (Teil I)

- Bedarfsanalyse und Konzepterstellung
- Von der Konzeption bis zur Vermarktung (Praxiscase)

2. Tag E-Learning Projektmanagement (Teil II)

- Planung, Implementierung, Durchführung, Evaluation
- Pilotprojekte erfolgreich umsetzen Vorgehen, Schaffung von Akzeptanz, Quick Wins

Technische Grundlagen für das E-Learning

- Einführung in die Basistechnologien
- Technische Herausforderungen meistern
- Technologietrends verstehen (HTML5, Responsive Design etc.)

3. Tag E-Learning-Content entwickeln

- Konzeption und didaktische Ansätze
- Kick-Off: Briefing-Gespräch mit den Fachexperten
- Entwicklung des Grobkonzepts

Praxiscase eines E-Learning-Anbieters

4. Tag Instruktionsdesign: Mediendidaktisches Know-how

- Struktur von Inhalten und Aufbereitung von Texten
- Visualisierung von Informationen und Interaktionen
- Entwicklung von Aufgaben- und Fragetypen

Entwicklung eines Feinkonzepts/Drehbuchs

- Definition von Lerneinheiten
- Beschreibung von Feinlernzielen
- Festlegung der Produktionsschritte

5. Tag Webinar

- Produktformen und Einsatzgebiete
- Konzeption von Interaktionen
- Organisation und Durchführung

Rechtsfragen rund um Multimediainhalte in Lernmedien

- Urheberrecht, Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht
- Besonderheiten beim Einsatz von Musik und Filmen
- Haftung

IM ZERTIFIKATSKURS "E-LEARNING-PROJEKTMANAGER" ERFAHREN SIE ...

- welche Produktformen es im E-Learning gibt und was deren Einsatzmöglichkeiten und Besonderheiten sind.
- welche Basistechnologien zur Entwicklung von E-Learning-Produkten nötig sind und wie Sie diese einsetzen.
- wie Sie E-Learning-Projekte zielgruppengerecht konzipieren, steuern und umsetzen.
- wie erfolgreiches E-Learning-Projektmanagement aussieht und wie Sie die Produkte am Markt und im eigenen Unternehmen etablieren.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Trainer aus der E-Learning-Branche
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis in kompakter Form
- Erfahrungsaustausch und Networking mit Kollegen

METHODEN

Vorträge, Gruppenarbeiten, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen, Praxisberichte. Bitte bringen Sie für Übungszwecke zur Erstellung eines WBT-Konzepts eine Powerpoint-Präsentation oder einen Fließtext von zwei bis drei Seiten mit.

> Wieder war ich von der Kompetenz der Seminarleiter und dem guten Service der Akademie beeindruckt. Ich habe einen guten Überblick über das Thema gewonnen und habe das Gefühl, jetzt 'mitreden' zu können. Das Thema E-Learning möchte ich unbedingt weiterverfolgen.

> > Cordula Schurig, Autorin und Redakteurin für Lernmaterialien

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Medienhäusern, Verlagen, Agenturen, Unternehmen und öffentlichen Institutionen, vor allem aus den Bereichen E-Learning, Produktmanagement, Personalentwicklung, Weiterbildung, Training sowie digitale Medien und E-Business.



Seminarleitung: Sünne Eichler, Beraterin für Bildungsmanagement

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.: Dr. Kerstin Bäcker, Lausen Rechtsanwälte Stephan Behrens, WEKA Media Tobias Hauser, Arrabiata Solutions Britta Kroker, Pink University

Termin 1: 04.05. - 08.05.2020 Termin 2: 16.11. - 20.11.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 140125 (Termin 1) bzw. 140126 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "E-Learning-Projektmanager".

→ KURS-FOLLOW-UP

Ergänzend zum Seminar findet ca. vier Wochen nach der Veranstaltung ein 60- bis 90-minütiges Online-Follow-up im Virtual Classroom (VC) statt. Weitere Informationen hierzu erhalten Sie im Seminar.

E-Learning als Geschäftsmodell für Content-Anbieter

Strategien, Technologien und Erlösmodelle

E-Learning bietet sich gerade für Verlage und andere Content-Anbieter als zusätzliche Erlösquelle an. Denn mit einer etablierten Marke, hochwertigen Inhalten und einem bewährten Pool an Experten verfügen sie über wichtige Voraussetzungen für ein erfolgreiches E-Learning-Angebot. Und die Vorteile von E-Learning liegen auf der Hand: Es ist flexibel einsetzbar, kostengünstig, termin- und ortsunabhängig und damit oft eine interessante Alternative zu Präsenzschulungen.

Doch kann E-Learning unter strategischen Gesichtspunkten als klassische Line Extension behandelt werden? Wo liegen die Chancen und Grenzen der Zweitverwertung von vorhandenem Content? Und welche Kompetenzen sind intern und extern gefragt, um ein erfolgreiches E-Learning-Portfolio aufzubauen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Strategien und Erfolgsfaktoren für die Entwicklung von E-Learning-Angeboten auf der Basis von vorhandenen Inhalten. Die Teilnehmer erfahren, welche Ressourcen und Kompetenzen im Unternehmen benötigt werden und welche technischen und organisatorischen Aspekte bei der Umsetzung von E-Learning zu beachten sind. Außerdem werden verschiedene Geschäfts- und Erlösmodelle vorgestellt.

THEMEN

- Einführung und Begriffsdefinitionen
 - Produktformate: CBT, WBT, Webinare, Lernvideos, Blended Learning etc.
 - Digitale Lerntechnologien: Wikis, Weblogs, Microblogging, Podcasts, MOOC (Massive Open Online Courses)
 - Aktuelle E-Learning-Marktdaten in Deutschland
- Entwicklung von E-Learning-Maßnahmen
 - Chancen und Grenzen der Zweitverwertung von Content
 - Analyse von Zielgruppe(n) und Lerntypen
 - Definition der Lernziele und Lernprozesse
 - Produktumfang und Content-Struktur
 - Übungstypen, Kompetenzstufen, Lernbegleitung
 - Customizing Chance oder Risiko
 - Synergieeffekte und Konzept der Reusable Learning Objects
- Plattformen, Tools und Technologien
 - Technologien: Open Source oder kommerziell?
 - Übersicht über Autorenwerkzeuge und Lernmanagement-Systeme (LMS)
- Einbindung von E-Learning in bestehende Produktportfolios
 - Unternehmensorganisation, Prozesse, Workflows
 - Change-Management-Aspekte
- Erlös- und Lizenzmodelle: Monetarisierung von E-Learning-Angeboten
 - Bezahlmodelle: Bedarfsgerecht und kundennah
 - Vertrieb und Delivery

METHODEN

Präsentation, Diskussion, Fallbeispiele, Praxisübungen in Arbeitsgruppen.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte, Business Developer und Projektmanager von Verlagen, Weiterbildungsinstitutionen, Fernseh- und Rundfunksendern, Online-Portalen und anderen Medienunternehmen, die ihr Produktportfolio um E-Learning-Angebote erweitern möchten.



Seminarleitung: Prof. Dr. Okke Schlüter, Professor im Studiengang Mediapublishing, Hochschule der Medien Stuttgart

Termin: 26.06.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 140127

E-Learning-Angebote erfolgreich entwickeln

Vom Fachinhalt zum digitalen Lernmedium

Egal ob als Webinar, Weiterbildungsplattform oder Lern-App – E-Learning gewinnt in allen Branchen weiter an Bedeutung. So erweitern viele Unternehmen ihr Portfolio aktuell um entsprechende Produkte – und verwenden dafür bestehende Inhalte.

Somit stehen im Fokus der Umsetzung von virtuellen Lernangeboten nicht nur eine umfassende und zielgruppenorientierte Konzeption, Planung und Projektsteuerung, sondern auch die medienadäquate Strukturierung und didaktische Aufbereitung des vorhandenen Contents. Doch was sind geeignete, bereits im Unternehmen vorhandene Themen für Online-Seminare, Web Based Trainings & Co.? Welche mediendidaktischen Aspekte sollten bei der Entwicklung von E-Learning-Angeboten berücksichtigt werden? Welche Formate und Technologien eignen sich für welche Zielgruppe? Wie verbindet man verschiedene E-Learning-Module zu einem schlüssigen Gesamtangebot? Und mit welchen Vermarktungsmaßnahmen kann der Erfolg von E-Learning-Produkten gesteigert werden?

SEMINARZIEL

Das Seminar zeigt, wie zielgruppengerechte E-Learning-Angebote auf der Basis von bestehendem Content entwickelt werden. Die Teilnehmer erfahren, welche mediendidaktischen und technologischen Aspekte berücksichtigt werden müssen, welche Besonderheiten es beim Produktmanagement von E-Learning-Angeboten gibt und worauf es bei Vermarktung und Vertrieb ankommt.

THEMEN

- E-Learning-Grundlagen
 - Einsatzmöglichkeiten und Besonderheiten
 - E-Learning-Formate und ihre Eigenschaften: Web Based Trainings, Lern-Apps, Webinare, MOOCs (Massive Open Online Courses)
 - Geeignete Themen und Inhalte
- Konzeption und Didaktik
 - Charakteristika und Anforderungen der Zielgruppe(n)
 - Formulierung von Lernzielen
 - Grundlagen der Mediendidaktik: Medieneinsatz, Vermittlungs- und Übungsformen
 - Modularisierung und Benutzerführung: Vom Aufbau der kleinsten Einheit bis zur Produktstruktur
 - Teilnehmerbetreuung und -motivation: Tutoring als wichtiger Faktor für den Lernerfolg
- E-Learning-Projektmanagement
 - Projektverlauf von der Zielgruppen-Analyse über die Produktion des Formats bis hin zum Monitoring
 - Projektmanagement-Tools für die erfolgreiche Umsetzung von E-Learning-Angeboten
- Vermarktung und Vertrieb von E-Learning-Produkten

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Diskussion, Arbeit an den individuellen Fallbeispielen der Teilnehmer.

Bitte bringen Sie zum Seminar ein Produkt aus Ihrem Unternehmen mit (Print, E-Book, Multimedia, Seminarkonzept etc.), das Sie als E-Learning-Angebot zweitverwerten möchten

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Unternehmen und Weiterbildungsinstitutionen, insbesondere aus den Bereichen Redaktion, Lektorat, Produktmanagement, Business Development, Marketing, Vertrieb, Human Resources und Personalentwicklung sowie alle, die eigene E-Learning-Angebote entwickeln möchten.



Seminarleitung: Prof. Dr. Okke Schlüter, Professor im Studiengang Mediapublishing, Hochschule der Medien Stuttgart

Termin 1: 03.02. - 04.02.2020 (München) Termin 2: 02.06. - 03.06.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.195,-

Seminar-Nr.: 140128 (Termin 1, München) bzw. 140129 (Termin 2, Hamburg)

→ KURS-FOLLOW-UP

Ergänzend zum Seminar findet ca. vier Wochen nach der Veranstaltung ein 60- bis 90-minütiges Online-Follow-up im Virtual Classroom (VC) statt. Weitere Informationen hierzu erhalten Sie nach Anmeldung von unserem Veranstaltungsmanagement.

Webinare entwickeln, planen und umsetzen

E-Learning-Basis für die Konzeption und Durchführung von Online-Seminaren



Egal ob Produktschulungen, Führungskräftetrainings oder Compliance-Fortbildungen: Immer mehr Unternehmen bieten Veranstaltungen im Internet an. Denn Webinare, Online-Meetings & Co. sind nicht nur ein hervorragendes Mittel zur Lead-Generierung, sondern eignen sich auch für die multimediale Erweiterung bestehender Produkt- bzw. Veranstaltungsportfolios. Der Vorteil dieser Formate liegt auf der Hand: Sie sind weder auf einen bestimmten Ort noch auf eine Teilnehmerzahl begrenzt. Gleichzeitig bieten sie vielfältige Interaktionsmöglichkeiten vom Live-Chat bis zur Online-Abstimmung. Doch für welche Zielgruppen sind Webinare bzw. Web-Konferenzen geeignet? Was gilt es bei der Konzeption und Ablaufplanung zu berücksichtigen? Wie werden Inhalte bestmöglich aufbereitet? Und wie können durch eine optimale Betreuung aller Beteiligten – vom Autor über den Trainer bis hin zum Teilnehmer – die Erfolgschancen des Webinars gesteigert werden? Erfahren Sie, was gelungene Online-Seminare ausmacht und lernen Sie die wichtigsten Instrumente kennen, mit denen Sie diese effizient konzipieren und organisieren können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das notwendige Know-how für die erfolgreiche Konzeption und Durchführung von Webinaren und Web-Konferenzen. Die Teilnehmer erfahren u. a., welche technischen, inhaltlichen und didaktischen Anforderungen erfüllt werden müssen und worauf es bei Ablaufplanung, Content-Erstellung und Online-Tutoring ankommt.

THEMEN

- Einführung
 - Präsenz- vs. Webseminar Was eignet sich wann?
 - Begrifflichkeiten und Webinar-Typen: Virtueller Klassenraum, Live Online Seminar/Meeting, Web-Konferenz
 - Blended Learning Die Kombination von On- und Offline-Elementen
- Webinare und Web-Konferenzen: Einsatzgebiete und -szenarien
 - Großgruppen, Kleingruppen, Individualbetreuung
 - Von der Produktpräsentation bis zum Online-Coaching
- Konzeption von Webinaren
 - Bedarfsanalyse und Definition von Lernzielen
 - Technische Anforderungen und Möglichkeiten für die Gestaltung von Webinaren – Kamera, Mikrofon und passende Software
 - Die Lösungsanbieter im Überblick von Google Hangouts bis Vitero
 - Einsatzmöglichkeiten und Funktionen von Lernmanagementsystemen (LMS)
 - Die Kosten: Budgetierung und Kalkulation von Webinar-Projekten
 - Kombination von Offline- und Online-Elementen
 - Auswahl der geeigneten Methode und des passenden Formates
- Content-Erstellung und Ablaufplanung eines Webinars
 - Zielgruppengerechte Aufbereitung von Webinar-Inhalten
 - Werkzeuge für das Management von E-Learning-Content Drehbuch, Autoren- und Redaktionstools
 - Mediendidaktische Ansätze
 - Aufbereitung der Unterlagen

- Organisation und Durchführung
 - Vorbereitung, Ablaufplan, Durchführung Die Schritte im Überblick
 - Management und Steuerung der Akteure Trainer, Autoren, Teilnehmer
 - Online Tutoring Was der Referent wissen muss
 - Betreuung und Aktivierung der Lernenden/Teilnehmenden
 - Motivation, Interaktion und Steuerung
 - Netiquette Verhaltensregeln in der digitalen Welt
 - Evaluation und Nachbereitung

METHODEN

Vorträge, Gruppenarbeiten, Diskussion, Praxisberichte.

Die Teilnehmer werden gebeten, ca. 5 – 8 Powerpoint-Folien zu einem geplanten Webinar-Thema ins Seminar mitzubringen. Dieses Material dient als Basis für praktische Übungen im Seminar.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter und Projektleiter aus Verlagen, öffentlichen Institutionen, Bildungseinrichtungen und Unternehmen, insbesondere aus den Bereichen Produktentwicklung, Marketing, Vertrieb, Veranstaltungsmanagement, Personalmanagement, Human Resources, E-Learning und Weiterbildung sowie alle, die Webinare konzipieren, planen und umsetzen wollen.



Seminarleitung: Claudia Musekamp, E-Learning Expertin und Geschäftsführerin, Infoport

Termin: 08.09.2020
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 695,-Seminar-Nr.: 140130

buchreport lesen Sie nicht?

Ist auch nicht nötig.*

*Es sei denn, Sie haben etwas mit Büchern zu tun.

buchreport

Unabhängige Fachinformationen für Verlage und Handel.

(ONLINE-)MARKETING UND VERTRIEB

Marketing- und Sales-Aktivitäten optimieren: von klassisch bis digital





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Daniela Henneberger Tel.: +49 89 291953-45

E-Mail: daniela.henneberger@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Erfolgreiches Marketing und zielorientierter Vertrieb – ob klassisch oder digital – richten sich an den Bedürfnissen der Kunden aus. Es gilt, die eigenen Zielgruppen an allen Touchpoints zu überzeugen und die Customer Journey insgesamt zu optimieren. Unsere Seminare im Bereich "(Online-)Marketing und Vertrieb" unterstützen bei der Entwicklung und Professionalisierung von Marketing- und Sales-Aktivitäten und vermitteln die zentralen Tools und Instrumente im Digital- und Data-Marketing, im Anzeigenverkauf sowie im Vertrieb von Print- und digitalen Medien.

AUF EINEN BLICK

ONLINE-MARKETING
Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat
Termin 1: 03.02. – 07.02.2020 (München) bzw.
Termin 2: 30.03 03.04.2020 (Berlin) bzw.
Termin 3: 25.05. – 29.05.2020 (München) bzw.
Termin 4: 17.08. – 21.08.2020 (Berlin) bzw.
Termin 5: 12.10. – 16.10.2020 (München)
Online Marketing kompakt
Termin 1: 29.06 01.07.2020 (Berlin) bzw.
Termin 2: 28.10. – 30.10.2020 (München)
■ Google Ads- und SEO-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat □
Termin 1: 27.04. – 30.04.2020 (München) bzw.
Termin 2: 21.09. – 24.09.2020 (Berlin)
■ E-Mail Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat
Termin 1: 30.03. – 01.04.2020 (Köln) bzw.
Termin 2: 24.08. – 26.08.2020 (Berlin)
 E-Mail- und Newsletter-Marketing – Wie Sie Ihre Öffnungs-,
Lese- und Klickraten erhöhen
Termin 1: 20.01.2020 (München) bzw.
Termin 2: 18.06.2020 (Berlin)
 Messenger Kommunikation für Unternehmen – WhatsApp, Facebook
Messenger und Co. erfolgreich nutzen
Termin: 02.03.2020
DATA MARKETING
Data Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat
Termin 1: 02.03. – 05.03.2020 (München) bzw.
Termin 2: 19.10. – 22.10.2020 (Düsseldorf)
Metadaten Manager − Ein Intensivkurs mit Zertifikat
Termin: 23.03. – 25.03.2020

ANZEIGENVERKAUF/MEDIABERATUNG

ANZEIGENVERRAGITHEDIADERATORO	
• Crossmedia Sales Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat ☑ Termin: 27.04. – 30.04.2020	180
• Digital Media Sales – Die 7 Schlüsselkompetenzen für die	
Vermarktung von Online-Werbung	
Termin: 16.07. – 17.07.2020	182
Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon	
Termin 1: 19.03.2020 bzw.	
Termin 2: 05.11.2020	183
Programmatic Advertising – Online-Werbung zielgruppengenau	
und effizient ausspielen	
Termin 1: 17.02.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 28.09.2020 (Berlin)	184
• Das ABC der Digitaltrends im B2B-Werbemarkt 2020 –	
Die zentralen Erfolgsfaktoren für Online-Marketing, digitale B2B-	
Mediaplanung und Vermarktung von Fachmedien	
Termin: 13.01.2020	185
VERTRIEB UND VERKAUF	
• E-Commerce-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
Termin 1: 10.02. – 14.02.2020 bzw.	
Termin 2: 20.07. – 14.02.2020 bzw. Termin 2: 20.07. – 24.07.2020	104
• Erfolgreich verkaufen bei Amazon – Den Online-Marktplatz	100
verstehen und optimal nutzen �	
Termin: 18.02.2020	100
Termini. 10.02.2020	100
VERTRIEB UND VERKAUF	
 Mehr Erfolg im Verkauf – Intensivtraining 	

→ Weitere Seminare zum Thema Marketing und Vertrieb von digitalen Medien finden Sie in der Kategorie "Digitale Medien" auf Seite 118 - 145.

Termin 1: 11.05. – 12.05.2020 bzw.

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Online Marketing Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Google Ads, Suchmaschinenoptimierung, E-Mailings, Social Media und Mobile Marketing – immer mehr Online Marketing-Instrumente stehen zur Verfügung und sie bieten viele Vorteile: Sie sind kosteneffizient, flexibel und zielgruppengerecht einsetzbar. Aufgrund immer kürzerer Innovationszyklen und neuer Technologien wird es für Marketing-Manager jedoch zunehmend schwierig, den Überblick zu behalten und die passenden Tools auszuwählen. Der Zertifikatskurs zeigt, mit welchen Marketing-Strategien und -Instrumenten Sie die Sichtbarkeit und Online-Reichweite Ihrer Angebote erhöhen und so Ihren Unternehmenserfolg dauerhaft steigern können.

Was also sind die wichtigsten Trends im Online Marketing? Welche Kampagneneinstellungen sind die richtigen für effektives Google Ads-Marketing? Wie können Sie mit professionellem E-Mail-Marketing die Conversion Ihrer Newsletter erhöhen? Wie schalten Sie erfolgreiche Kampagnen auf Facebook, Instagram & Co.? Und welche Tools können Sie einsetzen, um den Traffic auf Ihrer Website zu messen und Ihre Maßnahmen zu kontrollieren und zu steuern?

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die wesentlichen Methoden, Tools und Trends für Online Marketing Manager. Die Teilnehmer erfahren, wie sie die verschiedenen Online-Instrumente – von Suchmaschinenoptimierung und Google Ads-Kampagnen über Social Media bis hin zu E-Mail-Marketing – optimal nutzen. So können sie Online Marketing-Strategien im eigenen Unternehmen effizient und zielorientiert planen und künftig noch effektiver mit Dienstleistern zusammenarbeiten.

THEMEN

Methoden, Instrumente und Trends im Online Marketing

- Aktuelle Entwicklungen im Online Marketing
- Relevante Begriffe, Messgrößen und Abrechnungsmodelle
- Crosschannel und crossmedia: Der optimale Marketing-Mix

Usability - Nutzer gewinnen und binden

- Usability als Schlüssel zur erfolgreichen Kundenbindung
- Methoden und Tools zur Usability-Messung und -Optimierung

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Suchmaschinen: Funktionsweisen und technische Grundlagen
- OnPage-, OffPage- und technische Optimierung für Suchmaschinen
- Tipps und Tools für die Messung und Umsetzung von SEO

Suchmaschinenmarketing (SEA) - Google Ads-Kampagnen

- Aufbau einer Google Ads-Anzeige gemäß Quality Score
- Strategische Recherche und Auswahl von Keywords
- Buchungsprozess, Kontrolle und Optimierung einer Ads-Kampagne

E-Mail- und Newsletter-Marketing

- Adress-Datenbanken: Aufbau und Pflege von Abonnenten-Stämmen
- Content Marketing: (personalisierte) Inhalte als Erfolgsfaktor
- Automatisierung von E-Mail-Marketing-Kampagnen
- Nützliche Tools und technische Herausforderungen

Sonderwerbeformen - Von Display- bis Affiliate Marketing

 Sonderwerbeformen im Überblick: Display, Affiliate und Virales Marketing sowie Retargeting und Remarketing

Social Media-Marketing

- Facebook, Instagram, YouTube, Xing & Co.: Plattformen und ihre Funktionsweisen
- Zielgruppe definieren und Ziele bestimmen für B2B und B2C
- Strategien und Organisation von Social Media-Aktivitäten
- Anzeigen und Kampagnen auf Facebook & Co.

Mobile Marketing und Apps

- Mobile Ansätze und Werbeformen: Website, Responsive Design, Native und Hybrid Apps
- Erfolgversprechende Maßnahmen im App-Store und In-App-Advertising

Traffic Management

- Erfolge und Reichweite von Websites messen und steigern
- ROI-Berechnung von Online-Kampagnen
- Tools zum Steuern verschiedener Online Marketing-Maßnahmen

Rechtliche Rahmenbedingungen im Online Marketing

- Aktuelle Rechtsprechung und Fallstricke von Social Media bis E-Mail-Marketing
- Gesetzliche Grenzen unerlaubter Werbung

IM ZERTIFIKATSKURS "ONLINE MARKETING MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- welche die wesentlichen Methoden, Tools und Trends im Online Marketing sind.
- wie Sie eine Online-Marketing-Strategie entwickeln und die einzelnen Instrumente optimal nutzen.
- wie Sie mit einer quten User Experience die Customer Journey Ihrer Zielgruppen verlängern und so die Kundenbindung steigern können.
- wie Sie Erfolge messen und mit Web-Controlling die relevanten KPIs interpretieren und verbessern.
- wie Sie Agenturen und Dienstleister effektiv steuern.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- hochqualifizierte Referenten aus dem Digital-Business und Online Marketing-Experten
- Erfahrungsaustausch und Netzwerken mit Kollegen

METHODEN

Diskussion, Referat, Präsentation, Fallanalysen, Best und Worst Practices, Besprechung von Praxisfällen der Teilnehmer.

Bitte bringen Sie – nach Möglichkeit – einen Laptop/ein Tablet ins Seminar mit.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Marketing, Vertrieb und Produktmanagement, die einen fundierten Überblick über alle Aspekte des Online Marketings erhalten und ihre Kenntnisse vertiefen wollen. Das Seminar ist nicht nur für Einsteiger, sondern auch für erfahrene Mitarbeiter geeignet, die ihre Online Marketing-Kenntnisse aktualisieren und systematisieren möchten.

Meinen Dank für das Seminar selbst. Ich fand es sehr strukturiert und lehrreich. Klasse Referenten! Eines der besten Seminare, die ich je absolviert habe.

Angela Beißner, beißner event.marketing



Seminarleitung (in München):
Manfred Spatz, Experte für Online-Marketing und
Web-Management



Seminarleitung (in Berlin):
Oliver Albiez, Berater und Coach für Online- und
Social Media-Marketing

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:

Bernhard Buchner, Lausen Rechtsanwälte Matthias Rothkoegel, Managing Partner, Aptly

Felix Loesner, Head of Social Media, FC Bayern München

Christian Wochagg, Geschäftsführender Gesellschafter, Agentur Gerhard Jens Kemper, COO & Founder, mae/c video content marketing

Termin 1: 03.02. - 07.02.2020 (München)
Termin 2: 30.03. - 03.04.2020 (Berlin)
Termin 3: 25.05. - 29.05.2020 (München)

Termin 4: 17.08. - 21.08.2020 (Berlin) <u>Termin 5: 12.10. - 16.10.2020 (München)</u>

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 150188 (Termin 1, München), 150232 (Termin 2, Berlin),

150189 (Termin 3, München), 150190 (Termin 4, Berlin) bzw.

150191 (Termin 5, München)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Online Marketing Manager". Außerdem ist er Bestandteil der Zertifikatsprogramme "Verlagsmanager" und "Digital Media Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 18 – 20 bzw. 21 – 23.

Online Marketing kompakt

Ob SEO oder Google Ads-Kampagnen, E-Mail- und Newsletterversand, Mobile- oder Social Media-Marketing – mit Online-Marketing können Unternehmen kostengünstig neue Kunden gewinnen und Besucher der Website oder des Online-Shops zu Käufern machen. Das Attraktive daran: Der Erfolg lässt sich durch Webanalyse und Webtracking exakt kontrollieren und steuern.

Doch wie wählen Sie die richtigen Online-Marketing-Instrumente aus? Was macht Ihre Strategien und Kampagnen erfolgreich? Wie setzen Sie Ressourcen und Budgets optimal ein? Wie sieht der ideale crossmediale Marketing-Mix aus? Welche Kennzahlen müssen Sie im Auge behalten? Erfahren Sie praxisnah, wie Sie Ihre Online-Marketing-Kampagnen gezielt an der Customer Journey Ihrer Zielgruppen ausrichten und mit mehr Benutzerfreundlichkeit, Traffic und einer höheren Conversion-Rate den Erfolg Ihrer Website und Ihres Online-Shops sichtbar steigern.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Grundlagen und Tools des Online-Marketings. Die Teilnehmer erfahren, welche Kampagnen besser für Kundengewinnung und Kundenbindung, für mehr Traffic auf der Website und für mehr Umsatz im Onlineshop sorgen. Sie erhalten praktische Tipps, wie sie Ressourcen, Budgets und Dienstleister effizient steuern und den Erfolg ihrer Maßnahmen messen.

THEMEN

- Aktuelle Entwicklung und Trends Mobile, social und crossmedial
- Benutzerfreundlichkeit (Usability) Wie Sie Nutzer Ihrer Website binden:
 Zielgruppen ansprechen, Nutzererlebnis steigern, Responsive Design
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) Wie Sie Auffindbarkeit und PageRank steigern: On-Page und Off-Page optimieren, Content wirksam aufbereiten
- Suchmaschinenwerbung (SEA) Wie Sie mit Google Ads Kunden gewinnen: Text- und Displayanzeigen, Conversion Tracking, Retargeting
- Newsletter- und E-Mail-Marketing Wie Sie Interessenten qualifizieren: Personalisierung, Automatisierung, Permission Marketing, Landing Pages
- Social Media-Marketing Wie Sie mit Ihren Zielgruppen in Dialog treten:
 Facebook, Twitter, YouTube verstehen und Engagement Rate steigern
- Mobile und App Marketing Apps vermarkten, mobile Werbung schalten
- Webanalyse und Webtracking Wie Sie Ihren Erfolg messen: Kennzahlen (KPIs), Performance Marketing, Conversion Tracking
- Strategie und Umsetzung Zielgruppen und Ziele definieren, Ressourcen und Budget planen, online und offline verbinden, crossmediale Kampagnen umsetzen
- Rechtsfragen rund ums Online-Marketing: Rechtssicher im Internet agieren

METHODEN

Vortrag, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Analysen von Teilnehmer-Websites.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Marketing, Vertrieb, Redaktion und Produktmanagement sowie Online- und E-Business-Verantwortliche, die ihre Online-Marketing-Kenntnisse systematisieren und vertiefen wollen.



Seminarleitung (in Berlin):
Oliver Albiez, Berater und Coach für Online- und
Social Media Marketing sowie Online-PR



Seminarleitung (in München):
Stefan Seibel, Berater und Experte für Online-Marketing

Termin 1: 29.06. - 01.07.2020 (Berlin) Termin 2: 28.10. - 30.10.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis:€ 1 190 -

Seminar-Nr.: 150192 (Termin 1, Berlin) bzw. 150193 (Termin 2, München)

Dieses Seminar ist Bestandteil des modularen Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.



Google Ads- und SEO-Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Als Vertriebskanal sind Google & Co. heute für Unternehmen unverzichtbar. Eine gute Sichtbarkeit in den Suchmaschinen erhöht Produkt- und Markenbekanntheit, Reichweite und nicht zuletzt Umsätze signifikant. Jedoch ist sowohl die Suchmaschinenoptimierung als auch das Buchen von Ads komplexer geworden. Google wandelt seine Produkte permanent ab, sodass sich auch die Anforderungen an SEO- und SEA-Manager ständig verändern.

Wie lässt sich heute ein gutes Google-Ranking erzielen? Was ist bei der On- und Off-Page-Optimierung zu beachten? Wie können Sie Ihrem Online-Angebot durch Google Ads-Kampagnen zu mehr Reichweite verhelfen? Welche Rolle spielt die Usability von Webseiten? Worauf kommt es bei der Umsetzung der neuen Google-Richtlinien für Mobile Devices in der Praxis an? Und welche Tools gibt es, um die Vielzahl von Informationsquellen effizient bewerten zu können?

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die Erfolgsfaktoren für nachhaltige Suchmaschinenoptimierung (SEO) bzw. effizientes Suchmaschinenadvertising (SEA). Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihr Unternehmen und ihre Produkte in einem der aktuell wichtigsten Absatzmärkte optimal positionieren und erarbeiten passgenau für ihre Zielgruppe eine individuelle Suchmaschinenstrategie.

THEMEN

1. Tag Suchmaschinen – Neueste Trends und Entwicklungen

- Überblick: Suchmaschinen und ihre Funktionsweisen
- Suchmaschinenoptimierung vs. -advertising
- Mobile Search: Das Suchverhalten verändert sich
- Quo vadis Google? Voice Search, RankBrain & Co.

Keyword-Strategie (Workshop)

- Relevante Suchbegriffe identifizieren
- Zuordnung und Verwendung der Keywords für SEO und SEA

Suchmaschinenoptimierung (SEO) - Grundlagen und Analyse

- Definition einer perfekt optimierten HTML-Seite: Aufbau und Struktur, Keyword Density, Keyword Targeting, korrekte Metadaten
- Zusammenhänge von SEO verstehen: Accessability, Performance, Usability, Content, OnPage- und OffPage-Optimierung

2. Tag Website-Analyse – Ist-Zustand ermitteln und Ziele definieren (Workshop)

- OnPage-Optimierung
- Accessability: Korrekte Verwendung von robot.txt & Co.
- Technische SEO: Performance und fehlerfreie Programmierung
- Website-Usability: Auswirkung auf das Google-Ranking
- Snippets: Am Point-of-Sale überzeugen
- Content: Einzigartige Inhalte definieren und optimieren
- OffPage-Optimierung und nachhaltiges Linkbuilding
- Relaunch: Vorhandene Backlinks retten

SEO in der Praxis

- Festlegen und Kontrolle von SEO-relevanten KPIs: Ranking, Reichweite und Umsätze
- Black-Hat-SEO und was man (eigentlich) nicht tun sollte

- Nützliche SEO-Tools: Google SearchConsole, SEOQuake, Speedtests, Sistrix, MOZ, SEMRush
- Google-Updates verstehen und bewerten: Von Panda und Penguin über Hummingbird und Mobile bis RankBrain

3. Tag Suchmaschinenadvertising mit Google Ads (SEA)

- SEA Grundlagen: Ziele, Budgetierung und Kennzahlen
- Die wichtigsten SEA-Begriffe von Rankingfaktor bis KI
- Ideale Suchbegriffe für Google Ads festlegen
- Google Quality Score: Mit Relevanz das Ranking erhöhen
- Anzeigen im Google Suchnetzwerk: Aufbau und Gestaltung

Kampagnen für das Google Suchnetzwerk entwickeln

- Vor der Buchung: Google Ads-Konto erstellen und verwalten
- Die richtige Kampagnenstrategie: Sinnvolle Gliederung von Kampagnenelementen (Anzeigengruppen, Keywords, Texte)
- Kampagnen-Buchung: Optionen und Einstellungen

4. Tag Google Ads in der Praxis

- Kampagnen-Monitoring: Kosten kontrollieren, Anzeigenerfolge messen und auswerten, Kampagnen optimieren
- Der "Google Ads Editor": Vor- und Nachteile
- Exkurs Google Displaynetzwerk, Google Shopping & Co.: Mit Google Ads in Apps, YouTube und Google Mail werben
- Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern

Conversion - Den Suchenden zum Kunden machen

- Tipps für erfolgreiche Re-Marketing-Strategien
- Usability: Nutzerfreundlichkeit als Erfolgsfaktor
- Abbrüche auf Landing-Pages und im Buchungsprozess vermeiden
- Conversion Tracking: Wichtige KPIs

IM ZERTIFIKATSKURS "GOOGLE ADS- UND SEO-MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte in Suchmaschinen nachhaltig erhöhen.
- wie Sie mit SEO und SEA Bekanntheit, Reichweite und Umsätze steigern.
- wie Sie SEO- und Suchmaschinenmarketing-Maßnahmen planen, umsetzen und monitoren.
- welche Tools und Werkzeuge bei der praktischen Umsetzung helfen.
- wie Suchmaschinen mobile Websites bewerten.
- mit welchen Web-Analyse-Tools die Erfolgskontrolle gelingt.
- wie Sie externe Dienstleister effizient steuern und Ihre Erwartungen klar formulieren.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Trainer und SEA/SEO-Experten aus der Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen
- aktuelle Entwicklungen zu Google & Co.

METHODEN

Präsentation, Best Practice, Diskussion, Workshops, Live-Analysen.

Die Teilnehmer werden gebeten, Projekte und Fragestellungen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn einzusenden, für die Lösungen erarbeitet werden.

Bitte bringen Sie für die interaktive Gestaltung des Seminars Ihr Tablet oder Notehook mit

Der Zertifikatskurs ist sehr empfehlenswert!
Die Referenten waren fachlich top, sympathisch,
praxisbezogen und sind auf die unterschiedlichen Branchen der Teilnehmer eingegangen –
das Seminar war ein absoluter Mehrwert und
hätte gerne noch länger dauern können!
Teilnehmer, "Google Ads- und SEO-Manager" 2019

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Abteilungen (Online) Marketing, E-Business, Public Relations, Vertrieb und Produktmanagement, Online Marketing Manager und (digitale) Projektleiter, die mit SEO und Google Ads relevante Nutzer gewinnen wollen. Es sind keine Vorkenntnisse erforderlich.



Seminarleitung:
Manfred Spatz, Online-Marketing- und Web-Experte

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren: Christoph Mohr, Geschäftsführender Gesellschafter, Damcon Christian Pieper, Head of Audience Development, Funke Digital

Termin 1: 27.04. - 30.04.2020 (München) Termin 2: 21.09. - 24.09.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.795,-

Seminar-Nr.: 150213 (Termin 1, München) bzw. 150214 (Termin 2, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Google Adsund SEO-Manager". Außerdem ist er Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.

E-Mail-Marketing-Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

E-Mails sind eines der meist verwendeten und effektivsten Instrumente der Kundenkommunikation und Kundenbindung. Warum? Sie bieten direkten Zugang zum einzelnen Nutzer, sind kostengünstig und erreichen Interessenten und Kunden mit individualisierten Inhalten zum jeweils passenden Zeitpunkt. Oft wird das große Potenzial von E-Mail-Marketing jedoch nicht vollständig genutzt. Denn für eine erfolgreiche Umsetzung gibt es einige Faktoren zu beachten: Die Zielgruppe muss genau identifiziert und analysiert, der Adressverteiler systematisch aufgebaut werden. Es gilt, relevanten Content für personalisierte Mailings zu entwickeln und diese ansprechend und mobiloptimiert zu gestalten. Hinzu kommen taktische Details wie die richtige Versandzeit und -frequenz sowie technische Fragen zu geeigneten Werkzeugen und Software-Lösungen. Erfahren Sie in diesem Zertifikatskurs, wie Sie mit professionellem E-Mail-Marketing Adressen generieren, Interessenten zu Newsletter-Abonnenten und schließlich zu Kunden machen, die Abmelderaten in Ihrem Verteiler senken und mit passenden Inhalten Kundenpotenziale bestmöglich ausschöpfen können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Tools und Methoden für erfolgreiches E-Mail-Marketing – von der systematischen und rechtskonformen Adressgenerierung über Planung und Gestaltung der E-Mails bis hin zu Versand und Erfolgsmessung. Die Teilnehmer erfahren, wie sie neue Content-Ideen für E-Mailings und Newsletter entwickeln und umsetzen sowie die Relevanz, Reichweite und Klickzahlen ihrer E-Mails steigern können.

THEMEN

1. Tag E-Mail-Marketing – Einführung

- Warum E-Mail-Marketing? Vorteile und Herausforderungen für B2B und B2C
- E-Mails im Online-Marketing-Mix
- Strategien und Ziele von E-Mail-Marketing

E-Mail-Marketing und rechtliche Rahmenbedingungen

- Rechtliche Grundlagen: E-Mail-Marketing mit/ohne Einwilligung
- Datenerhebung und Adressnutzung: Aktuelle Entwicklungen und Gesetze im Datenschutzrecht
- Die DSGVO: Was für E-Mail-Marketing entscheidend ist
- Permission einholen: Double-Opt-In und andere Verfahren

2. Tag Erfolgsfaktor 1 – Daten

- Zielgruppen identifizieren und analysieren
- Adress-Datenbanken systematisch aufbauen und erweitern
- Verteiler optimieren, Abmelderate minimieren: Grundlagen der Qualitätskontrolle
- Daten aufbereiten und anreichern im CRM
- Conversion, Öffnungs- und Klickzahlen: Statistiken und Big Data monitoren und nutzen

Erfolgsfaktor 2 - Content

- Content-Strategien entwickeln: Ziel und Botschaft definieren, Themen finden
- E-Mail-Formate wählen: Begrüßungs-, Lifecycle-, Triggermails

- Schreiben für E-Mails: Betreffzeilen, SEO und Storytelling
- Redaktions- und Themenpläne erstellen
- Content für mobile Endgeräte optimieren

Design und Gestaltung von E-Mails

- Optimaler grafischer Aufbau von E-Mailings
- Text-Bild-Verhältnis: Layout, Bilder und Templates einsetzen
- Dos and Don'ts im E-Mail-Design: Gestaltungsfehler vermeiden
- Exkurs Mobile: Mobiloptimierte E-Mails und responsive Design

3. Tag Marketing Automation

- Grundlagen der Marketing Automation
- Einsatzmöglichkeiten moderner Tools und Software-Plattformen
- Personalisierte Kampagnen: Potenzielle Kunden individuell ansprechen, Leads generieren
- Content für Marketing Automation und Lead Management

E-Mail-Marketing - Organisation

- E-Mail-Versand: Versandzeit und -frequenz festlegen
- Software-Lösungen und Tools für Versand & Co. auswählen
- E-Mailing-Agenturen: Externe Dienstleister briefen und steuern

IM ZERTIFIKATSKURS "E-MAIL-MARKETING-MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- was die strategischen, organisatorischen und rechtlichen Grundlagen erfolgreichen Newsletter-Marketings sind.
- wie Sie mit professionellem E-Mail-Marketing Interessenten zu Lesern und Leser zu Kunden machen können.
- wie Sie die Öffnungs-, Lese- und Klickraten Ihrer E-Mails erhöhen.
- wie Sie Ihre Adressverteiler systematisch erweitern und optimieren.
- wie Sie mit den wichtigsten Kennzahlen den Erfolg Ihres E-Mail-Marketings messen und auswerten können.
- wie Sie E-Mail-Kampagnen zielgerichtet optimieren.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten aus dem Digital-Business und E-Mail-Marketing-Profis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Best Practices und Arbeit an Fallbeispielen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele von Newsletter- oder E-Mail-Kampagnen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

Ob Öffnungs- und Klickzahlen, CTR oder Lifecycle-E-Mails – Der Intensivkurs hat mir einen kompakten Überblick darüber gegeben, wie erfolgreiches E-Mail-Marketing aussieht. Ich kann das Seminar absolut weiterempfehlen!

Teilnehmer, "E-Mail-Marketing-Manager" 2019

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Marketing, PR und Vertrieb sowie Redakteure, die die Planung, Erstellung und den Versand von E-Mailings und Newslettern verantworten, sowohl Neueinsteiger als auch erfahrene Kräfte, die ihr E-Mail-Marketing weiter professionalisieren wollen.



Seminarleitung: Uwe-Michael Sinn, Geschäftsführer, Meister Lampe und Freunde

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.:
Marcus M. Hotze, Rechtsanwalt, HEUSSEN Rechtsanwaltsgesellschaft
Matthias Mehner, Chief Marketing Officer, MessengerPeople

Termin 1: 30.03. - 01.04.2020 (Köln) Termin 2: 24.08. - 26.08.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-

Seminar-Nr.: 150215 (Termin 1, Köln) bzw.150216 (Termin 2, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "E-Mail-Marketing-Manager". Außerdem ist er Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.

E-Mail- und Newsletter-Marketing

Wie Sie Ihre Öffnungs-, Lese- und Klickraten erhöhen

Ob durch Response-Funktionen, Bestellmöglichkeiten oder Meinungsumfragen – E-Mailings und Newsletter bieten zahlreiche Möglichkeiten, mit Lesern und Kunden in den Dialog zu treten. Dass sie zudem kostengünstig und zeitnah versendet werden können, macht sie zu einem der effektivsten Instrumente der Kundengewinnung und -bindung. Um die Öffnungs- und Klickraten der Online-Newsletter zu erhöhen, gilt es jedoch einiges zu beachten: Neben der sprachlichen und inhaltlichen Qualität zählen dazu die richtige Frequenz und eine ansprechende Gestaltung.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Grundlagen der Konzeption und Erstellung sowie des Versands von E-Mailings bzw. Newslettern, die angeklickt und gelesen statt gelöscht werden.

THEMEN

- Einführung
 - Wann werden E-Mailings und wann Newsletter eingesetzt?
 - Online-Marketing: Trends und Kennziffern
 - Content Marketing: Kundenbindung leicht gemacht
- Rechtsfragen rund um E-Mail- und Newsletter-Marketing
 - Permission: Wie Sie Einwilligungen auch nachträglich einholen
 - Neue Rechtsvorschriften im E-Mail-Marketing
 - Schutz vor Abmahnungen
- Leadgenerierung
 - Mehr Homepagebesucher = mehr Kunden?
 - Vom Interessenten zum Lead: Sales-Tunnel-Techniken
 - Einsatz von Suchmaschinenmarketing
 - Kosten für die Neukundengewinnung quantifizieren
- E-Mailings, Newsletter und Triggermails
 - Absender, Betreffzeile, Aufbau, Textgestaltung, Umfang und Themenauswahl
 - Versandzeitpunkt und Frequenz
 - Weitervermarktung von E-Mail-Adressen
 - Zusatzgeschäft mit Stand-Alones und Anzeigenformaten
 - Regeln für mobiloptimierte E-Mails
- Gestaltung von E-Mailings und Newslettern
 - Gestalten: Workflow, Konzeption und Inhalt
 - Layout, Textwahl, Text- und Bildanteile
- Software und Erfolgskontrolle
 - Blockierung durch Spamfilter vermeiden
 - Erfolgskontrolle, Reporting, Kennzahlen
 - Tipps zur Dienstleister-Auswahl

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Übungen, Best Practices, Arbeit an Fallbeispielen der Teilnehmer.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn ihre E-Mails und Newsletter (zur anschließenden Besprechung im Seminar) einzusenden.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Produktmanagement, Online-Marketing, E-Commerce & Vertrieb, Mitarbeiter aus Redaktion, PR- und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Verbänden und Stiftungen, sowie alle, die E-Mailings und Online-Newsletter betreuen und verantworten.



Seminarleitung:
Dr. Torsten Schwarz, E-Mail-Marketing Consultant

Termin 1: 20.01.2020 (München) Termin 2: 18.06.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595.-

Seminar-Nr.: 150217 (Termin 1, München) bzw. 150218 (Termin 2, Berlin)

Messenger Kommunikation für Unternehmen

WhatsApp, Facebook Messenger und Co. erfolgreich nutzen



Ob für den Kundenservice oder als effizientes Marketing-Tool: Mit kaum einem Kanal erreichen Unternehmen ihre Zielgruppe besser als mit mobilen Messenger-Diensten wie WhatsApp, Facebook Messenger, Apple Business Chat & Co. Denn die direkte Ansprache im Chat sorgt nicht nur für deutlich bessere Öffnungs-, Interaktions- und Klickraten, sondern bietet auch Raum für individuellen Austausch mit dem Nutzer und die Optimierung der Kundenbeziehung an den relevanten Touchpoints. Wie lassen sich Messenger in die eigene Content-Strategie eingliedern? Welche rechtlichen Grundlagen gilt es bei der Verwendung zu beachten? Und welche Rolle spielen Chatbots und Künstliche Intelligenz in der Messenger-Kommunikation? In diesem Seminar erhalten Unternehmen, Vereine und Organisationen Anregungen für die gezielte Planung und Anwendung von Messengern im Kundenservice und Content Marketing.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Tools und Instrumente für den erfolgreichen Einsatz von Messenger-Diensten wie WhatsApp und Facebook Messenger für Marketing, PR und Kundenservice. Die Teilnehmer lernen Methoden zur Entwicklung und Umsetzung einer Messenger-Strategie für ihr Unternehmen kennen und erhalten relevante Kennzahlen für die Erfolgsmessung und Optimierung ihrer Messenger-Kommunikation. Zudem erfahren sie, wie sie Chatbots bauen und für ihre Corporate Communication einsetzen können.

THEMEN

- Überblick: Messenger-Kommunikation in Deutschland und weltweit
 - Die Welt der Messenger-Apps: Von WhatsApp über Facebook bis WeChat
 - Einsatzmöglichkeiten für Unternehmen
- Einsatz in Marketing und Vertrieb: Content Marketing und Campaigning via Messenger
 - Messenger-Kommunikation in die Content-Strategie integrieren
 - Erfolgsfaktoren und Projektschritte
 - Best Practices und Lessons Learned
- Einsatz in Kundenservice und Support: Conversational Marketing
 - Customer Experience verbessern via Kundenservice über den Messenger
 - Erfolgsfaktoren und Projektschritte
 - Best Practices und Lessons Learned
- Entwicklung einer Messenger-Strategie
 - Definition von Zielen und Zielgruppen
 - Testphase
 - Nutzer- und Verteileraufbau, Touchpointanalyse
 - Leitfäden zur Implementierung im Unternehmen Verantwortlichkeiten, Budgets. Vorlaufzeiten
 - Messenger-Kommunikation in die Content-Strategie integrieren
 - Erfolgsmessung und Kennzahlen
- Die Rolle von Chatbots und Künstlicher Intelligenz
 - KI, Marketing Automation und Messenger Marketing
 - Definition Chatbot
 - Einsatzmöglichkeiten und Praxisbeispiele
 - Workshop: Bau eines Chatbots

- Rechtsfragen rund um Messenger-Marketing
 - Datenschutzkonforme Datenerhebung
- Rechtskonforme Messenger-Kommunikation
- Die AGBs von WhatsApp, Facebook Messenger & Co.

METHODEN

Vortrag, Theorie, Einblicke in Best Cases und Arbeit an Fallbeispielen, Diskussion, Tool-Tipps, Erarbeitung von Checklisten.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen (Online-)Marketing, Vertrieb, Sales und Customer Service sowie alle, die grundlegendes Interesse an einer Einführung im Bereich Messenger-Kommunikation haben.



Seminarleitung:
Moritz Beck, Consultant Messenger Marketing

Fachreferenten:

Matthias Mehner, Chief Marketing Officer, Messenger People Laureen Lee, Fachanwältin für IT-Recht

Termin: 02.03.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,Seminar-Nr.: 150234

Data Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Das enorme Potenzial, das die richtige Nutzung und Interpretation von Daten im Unternehmen bietet, wird nicht immer ausgeschöpft: So bleiben Datensätze aufgrund unterschiedlicher Ablagesysteme, mangelhafter Datenqualität und vor allem fehlender Kenntnisse in der Datenanalyse oft ungenutzt. Doch egal ob aus unternehmenseigenen CRM-Systemen, aus Controlling oder Produktion, Online-Shops oder Social Networks – fast jedes Unternehmen verfügt heute über immense und stetig wachsende Bestände an Daten. Bei korrekter Analyse und Aufbereitung können diese fundierte Einblicke in unterschiedlichste Geschäftsbereiche geben und Ansätze für Prozessoptimierungen und Lösungen auf aktuelle Fragestellungen liefern. Genau hier setzt der Zertifikatskurs "Data Manager" an und gibt Antworten auf folgende Fragen: Wie können Sie das Potenzial der in Ihrem Unternehmen verfügbaren Daten dauerhaft erschließen? Wo können Sie relevante Daten finden und erheben? Wie können Sie ständig wachsende Datenbestände so analysieren und aufbereiten, dass Sie daraus die richtigen Schlussfolgerungen ziehen und so Produkte, Services und Systeme noch kundenorientierter gestalten? Und wie können Sie Daten in bestehende Geschäftsmodelle und Prozesse integrieren?

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die wesentlichen Grundlagen und Methoden für Datenmanagement im Unternehmen – von der Datenerhebung über die Analyse und Interpretation bis hin zur Integration in bestehende Strukturen und Geschäftsmodelle. Die Teilnehmer erfahren, wie sie auch aus großen Datenmengen relevante Informationen gewinnen, bislang verborgene Zusammenhänge erkennen und daraus Handlungsschritte ableiten. So können sie künftig datengestützte Entscheidungen treffen, die nicht nur zu verbesserten Produkten und Services führen, sondern Prozesse und ganze Geschäftsbereiche dauerhaft optimieren können.

THEMEN

1. Tag Daten und Datenmanagement – Eine Einführung

- Der Data Manager: Skills, Methoden, Organisation
- Relevante Begriffe im Datenmarkt: Von Business Intelligence bis Predictive Analytics
- Technologien im Überblick: Von neuronalen Netzen bis Deep Learning
- Aktuelle und zukünftige Geschäftsmodelle rund um Daten

Methoden und Tools rund um Datenprojekte

- Informationsarchitekturen
- Projekt- und Innovationszyklus für Datenprojekte
- Integration in Marketing und Produktentwicklung
- Methoden zur Vermeidung von Fehlschlüssen

2. Tag Visualisierung und Ordnung von Daten

- Einführung in Datensicht-Modelle: Von Listen bis zur Blue Ocean Matrix
- Welche Visualisierung für welchen Zweck?
- Kunden im Fokus: Customer Centricity, Customer Journey, Touchpoint-Analyse

Interaktion mit Daten

- Interaction-Design Gestaltung von Mensch-Maschine-Schnittstellen
- Interface-Design Benutzerzentrierte Gestaltung von Produkten, Services und Systemen
- Usability und Ergonomie Systeme und Software an menschliches Handeln anpassen
- User-Experience und UX-Design Nutzererlebnisse an allen Touchpoints optimal gestalten
- Daten-Nutzung in Intranet, Extranet, Web, Apps

3. Tag Aggregation und Integration von Daten

- Datenaggregation Daten zusammenfassen und verdichten
- Die technische Infrastruktur für erfolgreiche Datenanalyse Big Data-Analysetools im Überblick
- Techniken und Tools zur Datenerhebung
- Umgang mit Dark Data

Identifikation und Interpretation von Daten

- Methoden zur Qualitätsoptimierung großer Datenmengen
- Künstliche Intelligenz nutzen
- Blockchain Anwendungsmöglichkeiten im Datenmanagement
- Business-Intelligence-Tools Einführung und Übersicht

4. Tag Rechtsfragen rund um Datenmanagement

- Rechtskonforme Analyse und Verarbeitung von Daten
- Die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) Auf der sicheren Seite bei der Datenanalyse
- Datenbank-Recht

Data Management in der Praxis

- Datenbasierte Business-Modelle
- Value Proposition Canvas Weiterentwicklung von Business-Konzepten
- Service-Blueprints Analyse, Visualisierung und Optimierung von Dienstleistungsprozessen
- Abschluss-Workshop

IM ZERTIFIKATSKURS "DATA MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- welches die wesentlichen Grundlagen, Methoden und Vorgehensweisen für den Umgang mit Daten im Unternehmen sind.
- wie Sie die Potenziale von Big Data für Ihr Unternehmen erschließen können.
- wie Sie durch intelligente Nutzung von Daten Produkte, Services und Systeme noch kundenorientierter gestalten können.
- wie Sie Methoden wie User Experience Design, User Centered Design und Usability in Ihrem Unternehmen einsetzen können.
- welche Aspekte Sie in puncto Datenschutz berücksichtigen müssen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten aus dem Digital- und Data-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Best Practices, Diskussion, Gruppenarbeit/ Workshop.

> Geballtes Fachwissen, hohes Digital-Knowhow, viele praktische Tipps – gerne wieder! Teilnehmer, "Data Manager" 2019

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte sowie Projektverantwortliche, Team- und Projektleiter aus Marketing, Online-Marketing, CRM und Vertrieb, aus Produktmanagement und Produktentwicklung, E-Business, Innovation und Business Development, die das Thema Data für ihr Unternehmen oder ihr Geschäftsfeld künftig systematisch und gewinnbringend einsetzen wollen.



Seminarleitung:

Prof. Tim Bruysten, geschäftsführender Gesellschafter, richtwert und Professor für Gamedesign und Kommunikationsmanagement, Mediadesign Hochschule Düsseldorf

Fachreferenten waren bislang u. a.: Sascha Cordt, Brand & Sense

Dr. Ronald Hartwig, RHaug GmbH

Thomas Hummes, petricore Systems Frank Michael Höfinger, Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 02.03. - 05.03.2020 (München)
Termin 2: 19.10. - 22.10.2020 (Düsseldorf)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 2.190,-

Seminar-Nr.: 150186 (Termin 1, München) bzw. 150187 (Termin 2, Düsseldorf)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Data Manager".

Metadaten Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Die Auffindbarkeit – Stichwort Discoverability – von Büchern, Apps und Zeitschriften entscheidet über ihren Verkaufserfolg. So resultieren alleine bei Büchern rund 60 Prozent der Absätze – bei den E-Books deutlich mehr – daraus, dass die Titel bei der Online-Recherche sichtbar werden. Damit Ihre Produkte unter den Tausenden von Konkurrenzangeboten tatsächlich gefunden werden, gilt es passende Metadaten zu hinterlegen, die bestenfalls auch SEO-optimiert sind. Denn je aussagekräftiger Titel, Autor, Veröffentlichungsdaten und inhaltliche Stichwörter und je relevanter die Keywords sind, desto schneller und einfacher finden potenzielle Kunden die Produkte im Internet und in Online-Shops. Aufgrund dieser enormen Bedeutung sollten alle Abteilungen in die Erstellung und Pflege der Metadaten einbezogen werden – vom Lektorat bis zum Vertrieb. Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie die Discoverability Ihrer Produkte mit einem strukturierten und gepflegten Metadaten-Management erhöhen und so die Absätze steigern können.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt alle notwendigen Kompetenzen für ein erfolgreiches Metadaten-Management in der Praxis – von der Erstellung der Daten über die Datenübertragung an den Handel bis hin zum zielgerichteten und SEO-optimierten Einsatz auf den eigenen Websites. Im Anschluss an das Seminar sind die Teilnehmer in der Lage, eine Metadaten-Strategie für ihr Unternehmen zu erstellen und umzusetzen.

THEMEN

1. Tag Was sind Metadaten?

- Discoverability Wie heben sich meine Produkte von der Masse ab?
- Welche Metadaten gibt es für welche Produkte?
- Welche Metadaten für welchen Kunden?
- Metadaten und Vermarktung ein Zusammenspiel
- Metadaten und Social Media

Metadaten und Bücher

- ONIX 2.1 und ONIX 3 Wie erreiche ich den Goldstatus?
- Inventory Feeds Der direkte Draht zu Amazon & Co.
- Kategorisierungen
- WGS
- thema
- BISAC
- BIC
- Digitale Vorschau (VLB-TIX/edelweiss)

2. Tag Metadaten-Marketing

- Metadaten-Marketing als Teil der Produktentwicklung: Vom Bauchgefühl zum Data-Driven Marketing
- Die Herausforderung für Medienanbieter
- Das ist zu tun
- Der Prozess
- Keywords A hidden Champion
- Vermarktung und Sichtbarkeit im Netz durch Metadaten

Metadaten-Automatisierung und -Steuerung mithilfe von Semantik-Tools

3. Tag Mein Auftritt: SEO für Shops und Portale

- Suchmaschinenoptimierte Produktbeschreibungen
- Wie verhindere ich Duplicate Content?
- 10 Schritte zur Optimierung Ihres Webauftritts
- schema.org

Strategie und Umsetzung

- Metadaten als Teil der Unternehmensstrategie
- Wer im Unternehmen ist für welche Metadaten verantwortlich?
- Die Pflege von Metadaten ist nie zu Ende

IM ZERTIFIKATSKURS "METADATEN MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie mit Metadaten direkt Ihren Umsatz steigern.
- wie Sie Metadaten als Teil Ihrer Marketing-Strategie anwenden.
- wie Sie Metadaten zur kontinuierlichen Produkt- und Portfolioentwicklung nutzen.
- wie Sie Suchmaschinenoptimierung (SEO) richtig für Ihre Internet-Präsenz einsetzen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- Kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Hochqualifizierte Trainer aus der Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen
- Aktualität durch laufende Überarbeitung und Anpassung der Inhalte

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit und Workshop.

Der Zertifikatskurs war sehr lehrreich und hat großen Spaß gemacht. Die im Kurs behandelten Themen – allesamt aufbereitet von sympathischen und sehr kompetenten Referenten – besitzen fast ausnahmslos Relevanz für mein Tagesgeschäft bzw. werden zunehmend relevanter. Kurzum: Ein lohnender, kurzweiliger Kurs, den ich auf jeden Fall weiterempfehlen kann.

Oliver Rothe, Vertrieb Online, GROH Verlag

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Medienhäusern und anderen Unternehmen, die Bücher, E-Books, Apps oder Zeitschriften anbieten, insbesondere aus den Bereichen Vertrieb, Marketing und Produktmanagement.



Seminarleitung: Dr. Harald Henzler, Geschäftsführer, smart digits



Tobias Streitferdt, Metadata & Discoverability Manager, Holtzbrinck Buchverlage

Fachreferenten waren bislang:
Prof. Dr. Heiko Beier, moresophy
Dr. Gerhard Rolletschek, Co-Founder und Managing Director, Glanos

Termin: 23.03. - 25.03.2020

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-Seminar-Nr.: 150185

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Metadaten Manager".

Crossmedia Sales Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Mediaberater und Anzeigenverkäufer müssen heute neben fundiertem Know-how im Verkauf von klassischen Werbeflächen vor allem Expertenwissen in digitalen Themenfeldern mitbringen. Denn infolge von Online-Trends und innovativen Werbemitteln – ob Native Ad, Programmatic Advertising oder Social Media-Kampagne – haben auch die Ansprüche der Kunden an die Anzeigenabteilungen zugenommen. Erwartet werden individuelle Beratung und die passgenaue Zusammenstellung digitaler oder crossmedialer Pakete, mit denen Werbetreibende ihre Zielgruppen optimal ansprechen können.

Der viertägige Zertifikatskurs gibt einen aktuellen und praxisnahen Überblick über die digitale Mediaberatung. Die Teilnehmer erfahren, wie sie innovative Online-Werbeangebote in ihr Beratungsportfolio integrieren und so passgenaue crossmediale Medialeistungen entwickeln und verkaufen können.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt das Handwerkszeug und die wesentlichen Tools für die erfolgreiche Mediaberatung von Print bis digital. Die Teilnehmer lernen alle relevanten Sales-Formate kennen und erfahren, wie sie zielgruppengerechte digitale und crossmediale Pakete schnüren können. Darüber hinaus trainieren sie die aktive Mediaberatung – von der Recherche und dem Aufbau eines Kontaktprogramms über die Akquise und den Präsentationstermin beim Kunden bis hin zum erfolgreichen Abschluss.

THEMEN

1. Tag Der Crossmedia Sales Manager – Eine Einführung

- Grundlagen der Mediaplanung Paid, Owned and Earned Media
- Marktentwicklungen verstehen und Zielgruppen analysieren

Media Sales - Print

- Printwerbung: Formate, Standards, Begrifflichkeiten
- Faktoren bei der Angebotserstellung
- Erfolgskontrolle, Messverfahren, Statistikauswertung

Media Sales - Sonderwerbeformen und Corporate Publishing

- Eventvermarktung: Vom Seminar bis zur Messe
- Corporate Media in Print und digital entwickeln Einführung
- Akquise und Finanzierung

2. Tag Online-Marketing-Grundlagen für Mediaberater und Sales Manager

- Die Rolle von SEO und SEM
- Leadgenerierung und Surveyformate

Digital Media Sales - Online-Werbung, Display Ads & Co.

- Formate, Standards, Begrifflichkeiten
- Gestaltungsformen: Von Banner bis Bewegtbild
- Faktoren bei Angebotserstellung (TKP, Targeting & Co.)
- Erfolgskontrolle, Messverfahren, Statistikauswertungen

Digital Media Sales - Programmatic Advertising

- Programmatic Advertising Eine Definition
- Real-Time Bidding und Real-Time Advertising
- Online-Marktplätze in das eigene Mediaangebot integrieren

3. Tag Digital Media Sales – Content Marketing

- E-Mail- und Newsletter-Vermarktung
- Social Media-Marketing
- Die Plattformen: Facebook, Instagram und Co.
- Social Media Advertising: Möglichkeiten und Planung
- Messenger-Marketing: Funktionsweisen und Werbeoptionen
- Platzierung mit Native Advertising, Seeding, Influencern

Grundlagen des erfolgreichen Verkaufs

- Die Verkaufsstrategie Die Basis erfolgreichen Verkaufens
- Verkaufspsychologie: Hintergründe für Kaufentscheidungen
- Kundentypen erkennen, Kundenbedürfnisse erfragen

Verkaufstraining I

- Vorbereitung von Kundenkontakten
- Verkaufsziele und Kommunikationsstrategien
- Verhandlungstypen und Kaufsignale erkennen

4. Tag Verkaufstraining II

- Bedarfsanalyse und Angebotsphase
- Einwandbehandlung: Einwänden souverän begegnen
- Preisverhandlung und Abschlussphase
- Besonderheiten beim Verkaufsgespräch am Telefon

Workshop

- Multi-Channel-Kampagnenplanung
- Crossmediale und digitale Pakete erstellen und vermarkten
- Exemplarische Planung einer Verkaufsoffensive

IM ZERTIFIKATSKURS "CROSSMEDIA SALES MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- wie Sie kundenorientierte Medialeistungen von Print bis digital entwickeln und verkaufen können.
- welche Tools und Trends der digitalen Mediaberatung Sie kennen müssen von Social Media-Marketing bis Programmatic Advertising.
- was die wesentlichen Gesprächs-, Verhandlungs- und Einwandbehandlungstechniken für erfolgreiche digitale Mediaberatung sind.
- welche Verkaufsstrategien in Ihrem Berufsalltag weiterhelfen.
- mit welchen Methoden Sie eine erfolgreiche Kommunikation auf Augenhöhe mit Werbekunden und Mediaplanern sicherstellen können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten und Sales-Experten aus dem Digital- und Media-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

Gut strukturierte vier Tage, interessante Themen und viel Raum für Austausch und Diskussionen, spannende Gruppe, super Dozenten, perfekte Location. Fazit: Diese vier Tage Seminar haben sich auf alle Fälle gelohnt! Ich konnte viel Neues und Interessantes mitnehmen.

Teilnehmerin "Crossmedia Sales Manager"

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen und Medienhäusern, v. a. aus den Bereichen Sales und Mediaberatung, Einsteiger im Mediaverkauf, aber auch erfahrene Print-Verkäufer, die sich im crossmedialen und digitalen Anzeigenverkauf fit machen und ihr Wissen auf eine systematische Basis stellen wollen.



Seminarleitung: Tanja Pfisterer-Lang, Leitung rtv media solutions, rtv media group

Fachreferenten waren bislang u.a.:

Thorsten Gerke, Experte für Önline-Sales und Lehrbeauftragter Digitale Medien, Hochschule Furtwangen

Matthias Mehner, Chief Marketing Officer, MessengerPeople

Termin: 27.04. – 30.04.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.695,-Seminar-Nr.: 150219

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Crossmedia Sales Manager".

Digital Media Sales

Die 7 Schlüsselkompetenzen für die Vermarktung von Online-Werbung

Sie wollen crossmediale Sales-Lösungen vertreiben und Ihre Werbekunden von Online-Kampagnen überzeugen? Sie wollen mehr verkaufen als den schlichten Bannerplatz und den aktuellen Content-Marketing-Trend mit Online-Anzeigen verbinden?

In diesem Seminar erlernen Sie die Schlüsselkompetenzen für den digitalen Anzeigenverkauf und das hierfür zentrale Sales-Know-how: So können Sie Ihre Werbekunden professionell bei der Marktanalyse und Zielgruppendefinition begleiten. Sie können handfeste Anleitungen für die Gestaltung und Distribution von Werbebannern sowie Content-Formaten in Google, Social Media und Co. geben. Sie erfahren, wie Sie Content Marketing und programmatische Online-Marktplätze nutzen und wie Sie die wichtigsten Leistungskennziffern für die digitalen Kampagnen Ihrer Kunden prognostizieren und dokumentieren.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Ihnen Methoden und Know-how aus sieben Kompetenzfeldern, die in der Kundenberatung für den Verkauf digitaler Werbelösungen notwendig sind. Sie erfahren, wie Sie Sales-Tools in der Praxis einsetzen, um Ihre Anzeigenangebote optimal in die wachsenden Online-Marktplätze zu integrieren und die Umsätze Ihres Unternehmens weiter zu steigern.

THEMEN

- Analyse-Instrumente (Strategieberatung)
 - Kundenbedürfnisse ermitteln und entsprechende Angebote formulieren
 - SWOT-Analyse Potenziale und Risiken für Marken und Kampagnen
- Zielgruppen-Marketing: Milieus und Motivationen
 - Kundentypologien und Zielgruppenanalyse
 - Digitale Kernzielgruppen sicher definieren
 - Motivationen und Kaufentscheidungen analysieren
- Content Marketing
 - Content und Online-Werbung Eine erfolgreiche Verbindung?
 - Kampagnenplanung mit Storytelling
 - Platzierung mit Seeding, Influencern, Native Ads
- Programmatic und Automatic Advertising
 - Automatisierte Online-Marktplätze und wie sie funktionieren
 - Online-Marktplätze in das eigene Mediaangebot integrieren
- Gestaltungstechniken
 - Kreative Gestaltung von Display-Ads
 - Tops und Flops bei Bannermotiven
- Distributionstechniken
 - Verkauf von Werbeflächen über die eigenen Medien hinaus
 - Die Möglichkeiten von Google, Facebook & Co. Platzierung in Online-/ Mobile-Netzwerken sowie in Social Media
 - Retargeting für mehr Reichweite und Response
- Leistungskennziffern (Digital Analytics)
 - Erfolgsparameter im Reporting
 - Kennziffern und ROI in Online und Social Media

METHODEN

Vortrag, Anwendung von Praxis-Instrumenten und Modellen, Präsentation, Diskussion.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Sales, Medienvermarktung und Anzeigenverkauf, Verkaufsleiter sowie Mediaberater (Print/digital/crossmedia) und alle, die ihre Kompetenzen im Bereich Digital Media Sales ausbauen wollen.



Seminarleitung: Thorsten Gerke, Experte für Online-Sales und Lehrbeauftragter Digitale Medien, Hochschule Furtwangen

Termin: 16.07. - 17.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 150229 Die meisten Verlage bieten Anzeigen für Print-Publikationen und digitale Werbeformen (auch) telefonisch an. Diese Form der Mediaberatung stellt die Verkäuferinnen und Verkäufer vor ganz besondere Herausforderungen. Denn das telefonische Verkaufsgespräch folgt eigenen Gesetzen: Bei der telefonischen Kaltakquise zum Beispiel sollten die typischen Einwände – "Kein Budget", "Wir schalten schon beim Marktführer", "Zu teuer" – schnell und professionell entkräftet werden. Zudem gilt es, in den ersten Sekunden des Kontakts den Kundentyp am anderen Ende der Leitung einzuschätzen und entsprechend zu reagieren.

Das Seminar bereitet Sie auf diese Herausforderung vor, denn nur wer die speziellen Anforderungen am Telefon kennt, kann Verhandlungen zielgerichtet und erfolgreich abschließen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Besonderheiten des telefonischen Anzeigenverkaufs bzw. der Mediaberatung am Telefon. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihre Abschlusssicherheit deutlich erhöhen können.

THEMEN

- Was das Telefonat vom persönlichen Gespräch unterscheidet
- Die besonderen Regeln fürs Telefon, z. B.
 - Wichtiges gehört angekündigt
 - Bei manchen Telefonaten macht es Sinn zu stehen
- Warum die Vorbereitung fürs Telefonieren besonders wichtig ist
 - Was weiß ich über den Kunden?
 - Was soll im Gespräch erreicht werden?
- Erfolgreiche Nutzenvermittlung
 - Von den allgemeinen Vorteilen von Werbung bis zum individuellen Kundenvorteil
 - Nutzen erfolgreich argumentieren
- Einwandbehandlung
 - Die häufigsten Einwände
 - Vorwand oder Einwand?
 - Einwänden souverän begegnen
- Sicherer Abschluss am Telefon
 - Verhandlungstypen und Kaufsignale kennen und erkennen
 - Gesprächsbewertung und Abschlussfragen
 - Auftrag Und jetzt?
 - Kein Auftrag Der letzte Eindruck bleibt!

METHODEN

Trainer-Input, Übungen, Diskussion, Simulationen,

ZIELGRUPPE

Anzeigenverkäufer, Mediaberater, Junior-Verkäufer, Trainees in der Medienvermarktung, Einsteiger im Anzeigenverkauf sowie alle Mitarbeiter in Verlagen, die Anzeigen für Print- und digitale Produkte und andere Werbemittel auch telefonisch verkaufen.



Seminarleitung (1. Termin): Sandra Gutmann, Sales-Trainerin



Seminarleitung (2. Termin): Tanja Pfisterer-Lang, Leitung rtv media solutions, rtv media group

Termin 1: 19.03.2020 Termin 2: 05.11.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 595.-

Seminar-Nr.: 150220 (Termin 1) bzw. 150221 (Termin 2)

Programmatic Advertising

Online-Werbung zielgruppengenau und effizient ausspielen

Programmatic Advertising hat die digitale Marketinglandschaft verändert. Denn die softwarebasierte Methode erlaubt es, Werbung automatisch und in Echtzeit zu buchen und diese auf Basis von Nutzerdaten zielgruppengerecht und mit sehr geringen Streuverlusten an geeigneten Touchpoints auszuspielen. So lassen sich Online-Kampagnen mit einer Effizienz steuern, die Werbetreibende aus dem Suchmaschinenmarketing gewohnt sind – sei es beim Schalten von Bannern auf Websites, Portalen und in Apps oder beim Ausspielen von Clips in der Audio- und Video-Werbung. Doch was sind die Erfolgsfaktoren von Programmatic Advertising und wie verändern die automatisierten Abläufe die Planungs- und Einkaufsprozesse von Werbeflächen? Wie sieht die technische Umsetzung von Programmatic Advertising aus und welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um automatische Werbeanzeigen schalten zu können? Mit welchen Tools können Sie die Qualität der Anzeigenausspielung optimieren? Wie kann der Erfolg von Programmatic Advertising für Werbeanbieter und -treibende gemessen und überprüft werden? Und wie lässt sich Programmatic Advertising gewinnbringend in die eigene Marketingstrategie integrieren?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wichtigsten Methoden und Technologien für die Umsetzung von Programmatic-Advertising-Kampagnen. Die Teilnehmer lernen die Abläufe und Einsatzgebiete von Programmatic Advertising kennen und erfahren, wie sie Werbeinhalte gezielt ausspielen, die Werbequalität ihrer Anzeigen steigern und eine nachhaltig erfolgreiche Programmatic-Strategie für ihr Unternehmen entwickeln können.

THEMEN

- Programmatic Advertising im Überblick
 - Programmatic Advertising Definition, Status Quo und aktuelle Entwicklungen
 - Veränderungen des Marketings und der Werbelandschaft durch Programmatic Advertising – Neue Strategien und Ziele
 - Die Akteure Werbetreibende und Vermarkter
 - Die Plattformen und ihre Funktionsweisen Demand-Side, Sell-Side, Data Management und Adserver
 - Chancen und Risiken von Programmatic Advertising
 - Abgrenzung von Programmatic Advertising zu Real-Time-Bidding und Real-Time-Advertising
 - Programmatic Advertising für Online-Medien Mobile, Social, Display
 - Exkurs: Datengetrieben werben auch in klassischen Medien TV, Radio und Outdoor
- Funktionsweisen und Technik von Programmatic Advertising
 - Grundlagen der Programmatic-Technik
 - Vergleich "Walled Gardens" von Google und Facebook vs. die offene Programmatic-Welt
 - Fehlerquellen, Brand Safety und Ad Fraud
 - Technische Voraussetzungen für die Integration von Programmatic Advertising in den Marketing-Mix
- Organisation, Steuerung und Implementierung von Programmatic Advertising
 - Programmatic Advertising aus Sicht von Werbetreibenden
 - Data Driven Marketing Datenquellen für die Vermarktung nutzen
 - Interne Daten generieren: 1st-Party-Data
 - Externe Daten einholen: 3rd-Party-Data

- Targetingmöglichkeiten Semantisch, geografisch, verhaltensbasiert
- Die Rolle von Marketing-Automation
- Marketingorganisation und Projektmanagement
- Inhouse: Den Anzeigenkauf im eigenen Unternehmen abwickeln
- Outsourced: Steuerung über externe Agenturen
- Erfolgskontrolle Zielvorgaben überprüfen und Kampagnen bewerten

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion und Workshop, in dem die Teilnehmer die Möglichkeit erhalten, erste eigene Programmatic-Strategien zu entwickeln. Die Teilnehmer können bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen einreichen, um diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Online Marketing und Digital Marketing, Werbung, Vertrieb, E-Commerce und Media Sales aus Unternehmen, Medienhäusern, Agenturen und von Marketing-Dienstleistern, die für den Einkauf oder Verkauf von digitalen Werbeflächen verantwortlich sind und Programmatic für die Ausspielung ihrer Kampagnen nutzen wollen.



Seminarleitung:

Ralf Scharnhorst, Inhaber, Scharnhorst Media & Experte für Online-Marketing und Programmatic Advertising

Termin 1: 17.02.2020 (München) Termin 2: 28.09.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
Teilnehmer: 15

Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 150223 (Termin 1, München) bzw. 150222 (Termin 2, Berlin)

Die zentralen Erfolgsfaktoren für Online-Marketing, digitale B2B-Mediaplanung und Vermarktung von Fachmedien

Ob Native Advertising, Mobile Marketing oder Social Seeding – immer neue Digitaltrends verändern den B2B-Werbemarkt. Für Verlage und Medienunternehmen sind sie Erlös- und Risikofelder zugleich. Für Agenturen und Werbetreibende sind sie Herausforderungen. Denn oft ist unklar, welches Potenzial diese Marketinginstrumente bieten, welche Kommunikationsleistung und welche Erlöse sie erbringen können. Lernen Sie in diesem Seminar – in einer Checkliste von A bis Z – 26 zentrale Marketinginstrumente kennen und bewerten: Welche Business-Relevanz haben diese Digitaltrends für Ihr eigenes Unternehmen und Ihr Geschäftsmodell? Welche personellen und finanziellen Ressourcen benötigen Sie für eine erfolgreiche Anwendung? Wie sieht die Kosten-Nutzen-Analyse in der Praxis aus? Und welches Fachwissen ist für eine effiziente Nutzung gefragt?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wichtigsten Entwicklungen in der digitalen B2B-Kommunikation und zeigt, wie diese den Werbemarkt 2020 beeinflussen. Die Teilnehmer lernen die zentralen Digitaltrends kennen und erfahren, welche Kosten und welchen Aufwand, aber auch welchen Output und welche Erlöspotenziale die jeweiligen (Marketing-)Instrumente mit sich bringen.

THEMEN

- Der B2B-Werbemarkt im Überblick
 - Neue Marktstrukturen, neue Wettbewerber
 - Wie sich Verlage, Agenturen und Dienstleister im B2B-Werbemarkt heute positionieren
 - Die Notwendigkeit digitaler und innovativer Werbeangebote Wann sich B2B-Werbetreibende für digitale Kommunikationslösungen entscheiden und wann nicht
- Digitale Marketinginstrumente im Überblick
 - Targeting, Profiling & Co. Trends in der Mobile- und Online-Werbung
 - Seeding, Native Advertising & Co. Distributionstechniken für Content
 - Content Marketing Inhalte und Formate für mehr Werbewirkung
 - Gestaltung von B2B-Werbeformaten
- Digitale Kommunikationskanäle im Überblick
 - Marktplätze für Zielgruppen und Bannerformate
 - Programmatic Advertising Automatisierte B2B-Werbung auf internationalen Marktplätzen
 - Social Media in der Fachkommunikation Pluspunkte und Defizite von Xing, Twitter. Instagram & Co.
 - Website vs. Smartphone vs. Tablet Mediennutzung von B2B-Zielgruppen
 - Performance- und Lead-Systeme im Check
 - Internationale Lösungen: Wie Google, MSN & Co. die B2B-Kommunikation unterstützen können

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Diskussion, Checkliste, Aufwand-Nutzen-Check, Best und Worst Cases, Tops und Flops aus der B2B-Praxis.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte von Verlagen, Kommunikationsagenturen und -dienstleistern sowie B2B-Unternehmen, v. a. aus den Abteilungen Marketing/ Werbung, Kommunikation und Business Development, Produktmanagement, Media- und Kundenberatung, Anzeigenverkauf und Content Marketing.



Seminarleitung:

Thorsten Gerke, Experte für Online-Marketing und Lehrbeauftragter Digitale Medien, Hochschule Furtwangen

Termin: 13.01.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München Teilnehmer: 15

Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 150224

E-Commerce-Manager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

E-Commerce bietet heute Unternehmen jedweder Größe die Chance, das eigene Angebot noch erfolgreicher zu bewerben und zu vertreiben. Doch die Konzeption und Betreuung von Online-Shops wird zunehmend komplexer. Denn: Mit den hohen Standards, die die großen Shopping-Player wie Amazon, eBay oder Zalando setzen, steigen auch die Kundenansprüche – sei es in puncto Shop-Architektur und (mobiler) Usability, sei es in puncto Payment und Logistik.

Wie also können Sie Ihren Online-Shop erfolgreich entwickeln, launchen und optimieren? Welche Services und Features erwarten Ihre Kunden? Wie sieht eine gute User Experience aus? Wie lassen sich spezielle Sortimente abbilden und Produktseiten nutzerfreundlich gestalten? Welche Marketing-Tools eignen sich für die Gewinnung und Bindung von Kunden? Wie steigen die Chancen auf eine gute Platzierung in den Suchmaschinen? Qualifizieren Sie sich in unserem Intensivkurs zum E-Commerce Manager und werden Sie fit für die Herausforderungen eines immer wichtigeren Berufsbilds.

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt mit hohem Praxisbezug, worauf es bei der Konzeption, Vermarktung und (Weiter-)Entwicklung von Online-Shops ankommt. Die Teilnehmer erhalten einen Überblick über erfolgreiche Strategien, Technologien und (digitale) Verkaufskonzepte. Sie werden in die Lage versetzt, Online-Shops zu managen bzw. externe Shops so zu bedienen, dass die Verkaufszahlen nachhaltig steigen.

THEMEN

1. Tag Grundlagen des E-Commerce

- Marktentwicklung und Trends
- Geschäfts- und Erlösmodelle im E-Commerce
- Kennzahlen für die Erfolgskontrolle: KPIs kennen und nutzen

Online-Shop-Technologien

- Shop-Architektur: Software-Trends und -Lösungen im Überblick
- Client-seitige Technologien vs. Server-Plattformen
- Shop-Systeme: Von Open Source bis Lizenzmodell
- Technische Integration der Shop-Software in andere Systeme

2. Tag Planung und Konzeption eines Online-Shops

- Zieldefinition, IST- und Anforderungsanalyse
- Strategische Konzeption und Shop-Implementierung
- Prozessmanagement und -optimierung

Payment-Systeme und Kostenstruktur

- Kostenarten und Abrechnungsmodelle im Überblick
- Online-Zahlungsmodelle: Kreditkarte, Mobile Payment etc.
- Payment Service Provider: Sichere Zahlungsabwicklung

3. Tag Usability - Shop-Besucher zu Kunden machen

- User Experience, Conversion Rate etc.: Wichtige Grundbegriffe
- Von Produktseite bis Check-out: Kriterien für Nutzerführung
- Performance-Maßnahmen für Backend und Frontend
- Shop Design für Startseite, Landingpage und Artikelseiten
- Usability-Testmethoden: a/b-Tests, multivariate Tests, etc.
- Mobile Commerce und Responsive Design: Erfolgsfaktoren

Rechtsfragen und Rahmenbedingungen im E-Commerce

- Rechtsgrundlagen im E-Commerce
- Datenschutz und Datensicherheit (DSGVO)
- Vertragsabschluss und Verbraucherschutz
- Haftung für eigene und fremde Inhalte

4. Tag Web-Controlling und E-Commerce-Tracking

- Shop-Reporting: Erfolgskontrolle mit Webanalyse
- Nützliche Tools zur Überwachung relevanter Kennzahlen
- E-Commerce-Tracking: Google Analytics und Google Tag Manager

Online-Marketing für Online-Shops

- Marketing- und Vertriebsstrategien im E-Commerce
- Suchmaschinenoptimierung: SEO, Keywords und Link-Building
- Google Shopping und Google Ads
- Facebook- und Instagram-Marketing: Ein Einblick
- E-Mail- und Newsletter-Marketing für Online-Shops: Grundlagen

5. Tag Logistik und Fulfillment

- E-Commerce Logistik: Grundlagen und Customer Support
- Warenlogistik, Lagerung und Versand
- Ausbaustufen des Fulfillment
- Retourenmanagement und Reklamation

Online-Marktplätze und Amazon Marketing

- Online-Marktplätze: Logistik, Zahlung, Kundenkommunikation
- Amazon Marketing: Einführung
- Experten-Tipps aus der Praxis für Vendor und Seller auf Amazon

IM ZERTIFIKATSKURS "E-COMMERCE-MANAGER" ERFAHREN SIE ...

- worauf es bei der Konzeption, Planung und (technischen) Umsetzung von Online-Shops ankommt.
- welche Abrechnungsmodelle und Payment-Systeme sich für Ihren Shop eignen.
- wie Sie Ihren Shop in puncto Usability und Design auf den neuesten Stand bringen und so die Customer Journey Ihrer Besucher optimieren.
- wie Sie erfolgreiche Marketingstrategien von SEO bis Google Ads für Ihren Shop entwickeln.
- wie Sie Webanalyse und Tracking im E-Commerce sinnvoll einsetzen.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- hochqualifizierte Experten und Trainer aus dem IT- und E-Business
- Erfahrungsaustausch und Netzwerken mit Kollegen

METHODEN

Vortrag, Fallbeispiele, Diskussion, Übung, Experten-Analyse von Online-Shops der Teilnehmer

Die Teilnehmer sind eingeladen, eigene Projekte und individuelle Fragestellungen ins Seminar mitzubringen und diese in Praxis-Workshops mit den Referenten zu besprechen.

Das Seminar liefert einen umfassenden und fundierten Rundumblick auf alle E-Commerce relevanten Themen. Die professionellen und sehr kompetenten Dozenten gestalten die Schulung in angenehmer Atmosphäre zu einer gewinnbringenden Wissensplattform, aus der man viel Know-how für die berufliche Praxis mitnehmen kann.

Teilnehmerin "E-Commerce Manager"

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen, v. a. aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Verkauf, Produktmanagement und E-Business. Existenzgründer, Händler und Produzenten mit Direktvertrieb, Start-ups im Bereich E-Commerce sowie alle, die Online-Shops aufbauen oder bestehende Shops optimieren möchten.



Seminarleitung: Tobias Hauser, CEO, Arrabiata Solutions und E-Commerce-Spezialist



Katja Heinemann, Consultant und Expertin/Trainerin für Digital Commerce

Fachreferenten der bisherigen Seminare waren u. a.: Lisa Gabriel, Projektmanagerin digital, Holzmann Medien Ronald Iberl, Geschäftsführer, Crea & Merce Martin Jacker, Consultant, LEITWERK Consulting Christian R. Kast, Fachanwalt für IT-Recht

Termin 1: 10.02. - 14.02.2020 Termin 2: 20.07. - 24.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995.-

Seminar-Nr.: 150225 (Termin 1) bzw. 150226 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "E-Commerce-Manager".

Erfolgreich verkaufen bei Amazon

Den Online-Marktplatz verstehen und optimal nutzen



Produktsuchmaschine, Advertising-Plattform, Online-Marktplatz – Amazon ist heute weit mehr als nur ein E-Commerce-Kanal. Händler und Hersteller, die ihr Angebot im Netz sichtbar machen, neue User erreichen und mit bestehenden Kunden in Kontakt bleiben wollen, kommen an der digitalen Handelsplattform nicht mehr vorbei. Doch nach welchen Regeln funktioniert Amazon und wie können Sie den Amazon Marketplace und Shop bestmöglich für sich nutzen? Wie erhöhen Sie mit ansprechenden Produktbeschreibungen die Sichtbarkeit und Reichweite Ihres Angebots? Und mit welcher Strategie können Sie sich von Ihren Mitbewerbern abheben – vom richtigen Pricing bis hin zu ergänzenden Serviceleistungen?

Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie als Händler und Verkäufer Ihr Angebot richtig in Szene setzen, mit welchen Marketing-Strategien Ihre Produkte auf Amazon zu Topsellern werden und welche Tools Sie dabei unterstützen, Ihre Amazon-Kampagnen zu steuern und zu messen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das Handwerkszeug für einen erfolgreichen Auftritt als Händler auf Amazon. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihr Angebot mit optimierten Produktseiten bestmöglich präsentieren und mit Amazon Marketing Services und Amazon SEA zielgerichtet bewerben können. Zudem lernen sie Techniken und Tools kennen, um den Erfolg ihrer Produkte auf Amazon zu steigern und zu messen.

THEMEN

- Amazon als größte E-Commerce-Plattform für Händler
 - Das Amazon-Geschäftsmodell: "Der Allesverkäufer" Status Quo und Trends
- Vendor vs. Seller Central: Funktionsweise für Marken/Hersteller und Händler
- Amazon als Produktsuchmaschine: Rankingfaktoren, Keywords und SEO
- Amazon Marketplace: Erfolgsfaktoren für Händler
 - Optimierung von Produktseiten
 - Marktanalyse, Sortimentsplanung und Pricing-Strategien
 - Logistik und Fulfillment (FBA)
 - After-Sales-Services
 - Review-Management: Monitoring und Steuerung von Produktbewertungen
- Promotions auf Amazon: Sonderaktionen, Coupons, Blitzangebote & Co.
- Amazon Marketing: Auf Amazon für das eigene Angebot werben
 - Retail Marketing: Grundlagen
 - Von Display-Ads bis Cost-per-Click: Marketing über die Amazon Media Group
 - HSA, SP, PDA, Stores: Amazon Marketing Services
 - Monitoring und Reporting: Relevante KPIs definieren und auswerten
 - Nützliche Tools: Vendor und Seller Central Insights, Vendor Central ARA (Premium), Google AdWords Planner sowie Tools für Keyword-Analyse, Repricing und Automatisierung

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Klären von Teilnehmerfragen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter und Entscheider aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Verkauf, Produktmanagement und E-Business, die ihre Produkte auf Amazon verkaufen und den Erfolg ihres Angebots steigern möchten.



Seminarleitung: Matthias Habel, Geschäftsführer, FISCHER & HABEL

Termin: 18.02.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München Teilnehmer: 15

Preis: € 695,-Semina<u>r-Nr.: 150230</u>

Mehr Erfolg im Verkauf

Intensivtraining

Steigende Kundenerwartungen, sich ständig wandelnde Märkte und immer härterer Wettbewerb fordern den Vertrieb stärker denn je. Kommen knappe Budgets auf Kundenseite hinzu, wird erfolgreiche Akquise eine noch größere Herausforderung. Wie also kann es dem Vertrieb gelingen, den immer anspruchsvolleren Kunden auch unter erschwerten Bedingungen gerecht zu werden? Wie lässt sich ihr tatsächlicher Bedarf ermitteln? Und wie lassen sich die Kunden zu einer Entscheidung führen und dauerhaft profitable Kundenbeziehungen aufbauen? Dieses praxisorientierte Intensivseminar bereitet Sie in zwei Tagen auf diese Herausforderung vor und vermittelt die wichtigsten Strategien und Techniken für den erfolgreichen beratenden Verkauf. Sie können das Erlernte sofort im Vertriebsalltag anwenden, Erfolge steigern und neue Verkaufsziele erreichen

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Instrumente, Tools und Techniken zur Kundengewinnung, Gesprächsplanung und Verhandlungsführung im Vertrieb. Die Teilnehmer erfahren, wie sie Kunden gewinnen, auf deren Bedarf eingehen und sie langfristig binden können.

THEMEN

- Erfolgreiche Kundenakquise und Erstkontakt
 - Professionelle Gesprächsvorbereitung und Kundenrecherche
 - Erstkontakt zum Kunden erfolgreich gestalten
 - Terminvereinbarung
 - Kundenbesuche planen und vorbereiten
- Erfolgreiche Verkaufskommunikation
 - Glaubwürdig und kompetent im Auftritt
 - Bessere Verkaufsrhetorik
- Die Phasen des Verkaufsgesprächs
 - Gesprächseröffnung
 - Fragephase, Bedarfsanalyse
 - Die richtige Wortwahl im Verkaufsgespräch
 - Nutzenargumentation, Einwandbehandlung, Preisverhandlung
 - Der Abschluss: Kaufsignale erkennen und den Abschluss einleiten
 - Im Gespräch bleiben nach dem Auftrag
 - Professionelles Dranbleiben nach dem "Nein"
 - Besonderheit: Telefonverkauf
- Wie tickt mein Kunde? Kundentypen erkennen, Kundenbedürfnisse erfragen
 - Was bewegt den Kunden? Antriebstypen und deren Motivation
 - Welchen Bedarf der Kunde wirklich hat
 - Entwicklung maßgeschneiderter Angebote
 - Käufertypologie
 - Verbale und nonverbale Signale

METHODEN

Vortrag, Trainer-Input, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen und Verkaufssimulation mit intensivem Trainer- und Gruppenfeedback.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter im Vertriebsinnen- und Außendienst, Key-Accounter und Mediaberater, die noch erfolgreicher verhandeln und verkaufen wollen. Das Training wendet sich sowohl an Einsteiger, die sich praxisnah Kenntnisse aneignen und trainieren wollen, als auch an Berufserfahrene, die Neues ausprobieren und ihre Routine überprüfen möchten.



Seminarleitung:
Dirk Raguse, Kommunikations- und Verkaufstrainer

Termin 1: 11.05. - 12.05.2020 Termin 2: 22.10. - 23.10.2020

 ${\bf Alle\ weiteren\ Termine\ finden\ Sie\ online\ unter\ www.medien-akademie.de.}$

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095.-

Seminar-Nr.: 150227 (Termin 1) bzw. 150228 (Termin 2)



Egal ob Print-Zeitschrift, Online-Portal, App oder Corporate Website – Design und Gestaltung können ein entscheidender Erfolgsfaktor für klassische und digitale Medienprodukte sein. Unsere Seminare im Bereich "Grafik, Design und Medienherstellung" vermitteln die wesentlichen Kenntnisse, um Design-Projekte zu steuern und gestalterische Entwürfe zu beurteilen – von aktuellen Trends über Grundlagen in Typografie und Layout bis hin zum Briefing von Agenturen und Druckereien.

AUF EINEN BLICK

M	IE	П	۱۱	E	N	Н	E	D	G.	ΤF	H	П	M	C
I۷	۱ħ	Ш	ш	r	N	н	ь	к		l F	ıı	ш	ΙN	Iп

Basiswissen Medienherstellung The state of the stat	
Termin 1: 27.01 28.01.2020 (Berlin) bzw.	
Termin 2: 29.06. – 30.06.2020 (München)	. 192
Kompaktseminar E-Books	
Termin: 14.05. – 15.05.2020	. 193
GRAFIK, DESIGN UND GESTALTUNG	
 Layout und Gestaltung kompakt – 	
Die wichtigsten Design-Prinzipien für Print- und digitale Medien	
Termin 1: 11.05. – 12.05.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 21.09. – 22.09.2020 (Hamburg)	. 194
Grafik für Nicht-Grafiker	
Termin 1: 10.02. – 11.02.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 11.03. – 12.03.2020 (Frankfurt a. M.) bzw.	
Termin 3: 06.07. – 07.07.2020 (München) bzw.	
Termin 4: 10.11. – 11.11.2020 (Berlin)	. 195
 Designtrends in der Unternehmenskommunikation – Layout, 	
Bild und Grafik für Corporate Media verstehen und beurteilen	
Termin 1: 23.04. – 24.04.2020	
Termin 2: 08 10 - 09 10 2020	196

Weitere Seminare zum Thema Herstellung von digitalen Medien finden Sie in der Kategorie "Digitale Medien" auf Seite 118 – 145.

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de



BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Josephine Kramer-Schulze Tel.: +49 89 291953-54

E-Mail: josephine.kramer@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Basiswissen Medienherstellung

Nicht überall, wo Print-Publikationen produziert werden, gibt es auch eine eigene Herstellungsabteilung. Gerade kleinere Verlage oder Corporate-Media-Abteilungen von Unternehmen lagern den Herstellungsprozess oft an Dienstleister aus. Die interne Ergebnisverantwortung liegt dann bei Lektoren, Redakteuren, Projekt- oder Produktmanagern, die die externen Partner steuern und zunehmend auch herstellerische Entscheidungen treffen müssen. Dafür benötigen sie fundiertes Hintergrundwissen: Sie müssen das Fachvokabular beherrschen und die Abläufe kennen, um Dienstleister professionell zu briefen, gegebenenfalls Mängel zu erkennen und eine optimale Produktqualität zu erzielen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Grundlagen der herstellerischen Medienkonzeption und -produktion. Die Teilnehmer lernen die wesentlichen Grundregeln der Gestaltung und Typografie sowie technische Fachbegriffe und Prozessabläufe in der Print-Herstellung kennen. Damit werden sie zum kompetenten Diskussionspartner für Dienstleister und können typografische und herstellerische Fragen rund um ihre Publikationsprojekte zielgerichtet steuern.

THEMEN

- Grundlagen der Gestaltung und Typografie
 - Grundprinzipien und Systematik der Typografie
 - Makrotypografie und Mikrotypografie
- Einführung in die Produktionstechniken
 - Satz und Vorstufenprozesse
 - Satzprogramme und Word als Satzprogramm (Einsatz von Word-Formatvorlagen)
 - Repro/Bilder und Colormanagement
 - Bilddatenformate/Formate von Abbildungsdateien
 - Offsetdruck und Digitaldruck
 - Beurteilung von Druckqualität
 - Buchbinderische Verarbeitung (Ausschießen, Falzen, Bindearten, Einbandarten, Prozess-Schritte)
- Materialkunde: Papierherstellung, Veredelung, Klassische Papierformate etc.
- Qualitätssicherung in der Medienproduktion
- Reklamationsgründe und ihre Ursachen
- Einführung in die medienneutrale Datenhaltung (XML)
- Grundbegriffe der Medienkalkulation
 - Die Kalkulation: Vorkalkulation, Ladenpreiskalkulation, Nachkalkulation
 - Herstellkostenkalkulation/Deckungsbeitragsrechnung
- Kostenoptimierung
- Erkennen von Kostentreibern

METHODEN

Theorievermittlung, Vortrag, Präsentation, Diskussion, Praxisbeispiele, ggf. Gruppenarbeiten.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen und Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Lektoren, Redakteure, Projekt- und Produktmanager aus Verlagen, Agenturen und Unternehmen, die ihre Kenntnisse von Abläufen und Funktionen in der Print-Herstellung erweitern oder auf eine solide Basis stellen wollen. Mitarbeiter, die neu im Bereich Medienherstellung arbeiten und einen fundierten Einblick in die Praxis gewinnen wollen.



Seminarleitung:

Heike Praetor, Herstellerin, Trainerin und Mediatorin BM®

Termin 1: 27.01. - 28.01.2020 (Berlin) Termin 2: 29.06. - 30.06.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 130034 (Termin 1, Berlin) bzw. 130033 (Termin 2, München)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/ Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Kompaktseminar E-Books

Optimale Browserkompatibilität, eine gute Accessibility, ansprechendes Design – sowohl die Erwartungen der Kunden als auch die Anforderungen der Shops an E-Books werden immer komplexer. So stehen Verlage heute gleich vor zwei großen Herausforderungen: Einerseits müssen sie technische Potenziale nutzen und ihre E-Books kontinuierlich verbessern, damit diese für Käufer und Leser attraktiv bleiben. Andererseits sollen sie digitale Angebote möglichst effizient und kostengünstig herstellen.

Genau hier setzt das Seminar an und liefert Antworten auf folgende Fragen: Wie können Medienhäuser ein innovatives, kunden- und plattformgerechtes E-Book-Angebot schaffen und dabei Produktionskosten möglichst gering halten? Welche Vor- und Nachteile bieten die
unterschiedlichen E-Book-Plattformen? Welche Formate – von EPUB bis Mobipocket – eignen sich für welche Inhalte? Welche Reichweiten sind
mit welcher Angebotsform verbunden? Und wie sehen heutige Produktionsprozesse üblicherweise aus und wie können diese verbessert werden?

SEMINARZIEL

Das Seminar gibt einen kompakten Überblick über den aktuellen Stand von Markt, Technologie und Nutzerverhalten für E-Books. Die Teilnehmer lernen verschiedene E-Book-Formate und Produktausprägungen sowie deren Vor- und Nachteile für Anbieter- und Kundenseite kennen und erhalten Entscheidungsgrundlagen für eine erfolgreiche Portfolio-Gestaltung. Sie erfahren, wie sie ein kunden- und marktgerechtes Produktangebot effizient und in hoher Qualität produzieren und so den Erfolg ihres E-Book-Portfolios nachhaltig verbessern können.

THEMEN

- Der E-Book-Markt in Deutschland
 - Geräte, Lese-Anwendungen, Marktplätze: Das E-Book-Ökosystem
 - Marktentwicklung und Nutzerverhalten
 - Die E-Book-Plattformen: Vor- und Nachteile für Kunden und Verlage
 - Vertrieb, Distribution und Vermarktung: E-Book-Vertrieb als Erfolgsfaktor
- Die verschiedenen E-Book-Formate und ihre Möglichkeiten
 - Reflow-Layout vs. Fixed-Layout, Text-E-Book vs. Enhanced E-Book
 - EPUB2/EPUB3, Mobipocket/KF8, PDF, Enhanced-E-Book-Formate: Aufbau, Gemeinsamkeiten, Unterschiede
 - Welche Formate sich am besten für welche Inhalte eignen
 - Die Abhängigkeiten der Formate zu Hardware, Software und Marktplätzen
 - Apps, Books in Browsers, Online-Datenbanken: Digitale Publikationswege neben dem E-Book
- EPUB3. KFX. Web Publications: Die neuesten E-Book-Formate im Detail
 - EPUB3: Das aktuellste E-Book-Format mit seinen Möglichkeiten für Layout, Multimedia-Integration und interaktive/dynamische Features
 - KFX: Die E-Book-Technologien von Amazon
 - EPUB3 und KFX in Markt und Technik: Welche Plattform unterstützt welche Funktionen?
 - Ausblick: Zukünftige Entwicklungen EPUB4 und Web Publications

- E-Book-Produktion optimieren und kundengerechte Produkte erstellen
 - Produktionstools und Produktionswege: Effiziente E-Book-Produktion
 - Produktgestaltung und Features: Aktuelle Kundenerwartungen an ein Digitalmedium
 - Umsetzungswege für komplexen Content: Wie lassen sich Inhalte jenseits des reinen Texts mediengerecht umsetzen?
 - Test und Qualitätssicherung: Die Qualitätsstandards der E-Book-Marktplätze und wie sie umgesetzt werden können

METHODEN

Vortrag mit Fallbeispielen, Produktbeispiele, Präsentation, Diskussion.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus Produktion, Herstellung, Lektorat, Produktmanagement und E-Publishing in Medienhäusern, die bereits E-Books produzieren oder planen, digitale Portfolios aufbauen oder aufwerten.



Seminarleitung:

Fabian Kern, Consultant, digital publishing competence

Termin: 14.05. – 15.05.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 140117

Layout und Gestaltung kompakt

Die wichtigsten Design-Prinzipien für Print- und digitale Medien

Sie setzen Unternehmensbroschüren, Werbemittel und andere Publikationen um, Ihnen fehlt jedoch der gestalterische Hintergrund? Sie sind in Design- und Grafik-Prozesse eingebunden, müssen Entwürfe beurteilen und möchten kompetent mit Dienstleistern kommunizieren? Dieses Seminar vermittelt kompakt und praxisorientiert die Grundlagen guter Gestaltung für Print- und digitale Medien – von der Konzeption zum (druck)fertigen Produkt. Denn eine (kosten)effiziente Planung und Umsetzung sind entscheidend für den Erfolg Ihrer Publikationen. Doch welchen Regeln folgt gutes Design eigentlich? Wie sieht ein gelungenes Layout aus und welche Schrift passt wofür? Wie setzt man Farben, Bilder und Grafiken wirkungsvoll ein? Welche technischen Vorgaben sind zu berücksichtigen? Und worauf ist in der Zusammenarbeit mit Agenturen und Druckereien zu achten? Erfahren Sie, wie Sie gestalterische Prozesse in Zukunft noch gezielter steuern können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Erfolgsfaktoren guter Gestaltung – von Typografie über Layout bis zum Einsatz von Bildern und Grafiken. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, gestalterische Entwürfe sachlich zu bewerten sowie in der Kommunikation mit Kollegen und Dienstleistern professionell zu argumentieren. Zudem erhalten sie grundlegende Tipps, die sie beim Erstellen einfacher Unternehmenspublikationen unterstützen.

THEMEN

- Die wichtigsten Gestaltungsprinzipien: Schrift, Layout und Farbe
- Typografie: Die Wirkung von Schrift
 - Schriftarten und ihre Verwendung
 - Auswahl und Kombination von Schriften
- Layout: Das gestalterische Grundgerüst
 - Designkonzeption und Heftführung
 - Gestaltungsraster, Spaltensysteme und Seitenstruktur
- Farben und Bilder: Wichtige Elemente im Design
 - Farben, Bildmaterial und Grafiken wirkungsvoll einsetzen
 - Technische Vorgaben für Druck und Web
- Analyse und Bewertung von Design-Entwürfen
 - Vom Gesamteindruck über Qualität bis hin zur Umsetzbarkeit
 - Analyse der mitgebrachten Teilnehmerbeispiele
- Projekt- und Zeitplanung
 - Eckdaten für ein erfolgreiches Kreativ-Briefing
 - Corporate Design und Styleguides
 - Druckvorbereitung und Kommunikation mit der Druckerei
- In der Zusammenarbeit und Kommunikation mit Dienstleistern kompetent und professionell agieren
- Ausblick: Internationale Designtrends

METHODEN

Vortrag, Best- und Worst-Cases, Analyse und Diskussion, praxisorientierte Übungen etc.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Produktmanagement, Lektorat, Redaktion, Marketing und Unternehmenskommunikation sowie Grafik und Herstellung, die Gestaltung selbst umsetzen oder grafische Entwürfe bewerten sollen bzw. in Gestaltungsprozesse einbezogen sind.



Seminarleitung: Elisabeth Wallner, Designerin und Art-Direktorin

Termin 1: 11.05. - 12.05.2020 (München) Termin 2: 21.09. - 22.09.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 130039 (Termin 1, München) bzw. 130040 (Termin 2, Hamburg)

Grafik für Nicht-Grafiker

Egal, ob Publikationen in Verlagen, CP-Agenturen oder Kommunikationsabteilungen von Unternehmen erstellt werden: Bei gestalterischen Entscheidungen sind in der Regel gleich mehrere Akteure – von Marketing-Managern, Redakteuren bis hin zu Herstellern – beteiligt. Vielen Mitarbeitern fehlt jedoch das nötige Know-how, um grafische Entwürfe zu beurteilen. Somit ergibt sich das Problem, dass Entscheidungen vor Kollegen nicht sachlich begründet werden können. Denn das harmonische Zusammenspiel von Schrift, Farbe und Bild entspringt nicht nur einem Bauchgefühl, sondern unterliegt klaren Regeln. Wie lädt ein Buch- oder Zeitschriftencover zum Lesen ein? Was sind die gestalterischen Erfolgsfaktoren der Unternehmenskommunikation? Und wie benutzt man Schriften optimal? Ein gekonntes Spiel mit Sehgewohnheiten setzt bestimmte Grundkenntnisse voraus. Erfahren Sie, was gelungene Grafik ausmacht und wie Sie gestalterische Elemente beurteilen und selbst umsetzen können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Grundlagen der Gestaltung und bietet einen Überblick über die Methoden und Verfahren des grafischen Handwerks. Die Teilnehmer erhalten Argumentationshilfen zur Beurteilung von Entwürfen, aber auch geeignete Gestaltungsanleitungen und Anregungen, wie sie eigene Ideen überzeugend umsetzen können.

THEMEN

- Grundlagen der Gestaltung
- Typografie
 - Die großen Schriftfamilien
 - Einsatz und Mischen von Schriften
 - Terminologie: Typografische Fachbegriffe
- Farbe
 - Einsatz und Wirkung von Farbe
 - Das Farbspektrum: Farbmischungen und Farbkontraste
 - Farbverhalten und Schriftfarben
 - Besonderheiten im Druck
- Bild
 - Bilder vs. Text
 - Illustrationen, Fotografien, Infografiken
 - Bildqualität in Print und im Web
- Layout
 - Layout- und Seitenentwurf
 - DIN-Formate optimal nutzen
 - Der Seitenaufbau: Satzspiegel, Gestaltungsraster und Leerraum
 - Bildformate und -ausschnitte
- Kurzer technischer Exkurs: Drucktechniken, Weiterverarbeitung, Druckdaten

METHODEN

Fachvortrag, Übungen, Diskussion, Analyse und Vergleich von Praxis- und Teilnehmerbeispielen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Beispiele ins Seminar mitzubringen und diese im Kurs gemeinsam mit dem Dozenten zu analysieren.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Abteilungen Lektorat/Produktmanagement, Redaktion, Marketing und PR sowie Einsteiger in der Herstellung, die grafische Entwürfe künftig besser beurteilen und einfache, überzeugende Kommunikationsmittel selbst erstellen möchten.



Seminarleitung: Frank Koschembar, Kommunikationsdesigner

Termin 1: 10.02. - 11.02.2020 (München)

Termin 2: 11.03. - 12.03.2020 (Frankfurt a. M.)

Termin 3: 06.07. - 07.07.2020 (München)

Termin 4: 10.11. - 11.11.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 130035 (Termin 1, München), 130036 (Termin 2, Frankfurt a. M.), 130037 (Termin 3, München) bzw. 130038 (Termin 4, Berlin)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/ Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Designtrends in der Unternehmenskommunikation

Layout, Bild und Grafik für Corporate Media verstehen und beurteilen

Egal ob bei Kunden- oder Mitarbeiterzeitschrift, bei Corporate Blog oder mobiler Website – Design kann zentraler Erfolgsfaktor und entscheidendes Differenzierungsmerkmal in der Unternehmenskommunikation sein. Denn in Zeiten von Content Marketing, in denen Inhalte und Kampagnen auf unterschiedlichen Kanälen ausgespielt werden, können Design und Mediengestaltung einen optischen Zusammenhang herstellen. Sie können Wiedererkennbarkeit garantieren und dafür sorgen, im Überangebot von Informationen herauszustechen.

Doch für Corporate Publishing-Verantwortliche ist es mitunter nicht leicht, die Qualität von Design richtig zu bewerten und Hype von Trend zu unterscheiden. Welche grundlegenden Gestaltungsregeln und -kriterien sollten Sie also unbedingt kennen – Stichwort Nutzerführung und Lesererlebnis? Welche internationalen Trends zeichnen sich im Design von Unternehmensmedien ab? Wie können professionelle Gestaltung und gutes Design zum Erfolg von Kunden- und Mitarbeitermedien in Print und digital beitragen? Und welche Designtrends sind für Ihre Corporate Publishing-Medien geeignet?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt grundlegende Gestaltungsregeln von Print bis digital und zeigt anhand von nationalen und internationalen Best Practices, was erfolgreiches CP-Design heute ausmacht. Die Teilnehmer erfahren, wie sie Designtrends für die Gestaltung von Unternehmensmedien nutzen und auf ihren Mehrwert für die crossmediale Anwendung prüfen. Zudem erhalten sie Argumentationshilfen zur Beurteilung von Entwürfen sowie Praxis-Tipps für einen konstruktiven Dialog mit Designern.

THEMEN

- Designtrends in Print und Digital
 - Ein Blick in die Trend-Labs
 - Designtrends: Zwischen Buzzwords und relevanten Entwicklungen
 - Trendfallen vermeiden: Designtrends analysieren und bewerten
- Designtrends anwenden und umsetzen
 - Ein neues Designverständnis entwickeln: Form folgt Funktion
 - Inhalte transportieren und emotional aufbereiten: Die Leistung von Design
 - Editorial Design bis Webmag: Gestaltungsregeln von Print bis digital
 - Von Usern und Lesern: Nutzerführung und User Experience
 - Formate, Kanäle, Devices: Design als Konstante und verbindendes Element
 - Content-Management und Design: Ein neues Teamverständnis
 - Von der Theorie zur Praxis: Was verhindert die Umsetzung im Alltag?
- Designtrends erklären und beurteilen
- Hinweise für einen konstruktiven Dialog zwischen Designern und Nicht-Designern
- Argumentationshilfen für eine zielführende Kommunikation zwischen Kunde und Dienstleister

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Diskussion, praxisorientierte Übungen, Analyse von Best Cases in Print und digital, nationale und internationale Best Practices und ihre Erfolgsfaktoren.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen, Agenturen und Verlagen, v. a. aus den Bereichen Kommunikation, Marketing und PR. Alle, die im Kontext der Medienkonzeption und -umsetzung mit Design in Berührung kommen, Gestaltung beurteilen und vorantreiben müssen.



Seminarleitung:

Theo Probst-Bartolomee, Leitung Competence Center Design, wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation

Termin 1: 23.04. - 24.04.2020 Termin 2: 08.10. - 09.10.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.095.-

Seminar-Nr.: 130042 (Termin 1) bzw. 130041 (Termin 2)



Eleganz der Farben

GARDAMATT ART

90 bis 400 g/qm Bilderdruckpapier – holzfrei halbmatt gestrichen



Ein Papier produziert von



Carl Berberich GmbH • Sichererstraße 52 • 74076 Heilbronn Tel.: +49 (0)7131 189-169 • Fax: +49 (0)7131 189-190 www.berberich.de • E-Mail: marketing@berberich.de

- O Bilderdruck
- O holzfrei weiß
- O halbmatt gestrichen
- O exzellente Druckfarbenbrillanz
- O elegante Haptik
- O glatte, extrem matte Oberfläche
- hervorragende Laufeigenschaften
- O FSC®-zertifiziert



PROJEKT- UND PROZESSMANAGEMENT

Projektmanagement-Know-how vertiefen, erfolgreich Projekte planen und steuern - von klassisch bis agil



Immer mehr Projekte gleichzeitig bearbeiten und fristgerecht abschließen – für Mitarbeiter eine der zentralen Herausforderungen im digitalen Wandel. Entsprechend gestiegen ist auch der Bedarf an qualifizierten Projektmanagern, deren Aufgabe es ist, Projekte zielgerichtet zu planen, Aufgaben im Team zu koordinieren sowie Qualität und Kosten im Blick zu behalten. Unsere Seminare führen ein in die aktuellsten Projektmanagement-Methoden – von klassisch bis agil, von Scrum bis Kanban – und vermitteln die grundlegenden Kompetenzen, um Projekte effizient zu steuern und neue Workflows in Abteilungen zu etablieren.

AUF EINEN BLICK

PROJEKTMANAGEMENT	
 Der Projektleiter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	
Termin 1: 13.01. – 17.01.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 31.08. – 04.09.2020 (Berlin)	200
 Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	
Termin 1: 27.07. – 31.07.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 12.10. – 16.10.2020 (Berlin)	202
■ Der agile Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	
Termin 1: 04.03 06.03.2020 bzw.	
Termin 2: 09.11. – 11.11.2020	204
Projektmanagement kompakt Total 25	007
Termin: 13.05. – 15.05.2020	206
PROJEKTMANAGEMENT DIGITALE MEDIEN	
• Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 🗵	
Termin 1: 09.03. – 13.03.2020 (Hamburg) bzw.	
Termin 2: 22.06. – 26.06.2020 (München) bzw.	
Termin 3: 07.09. – 11.09.2020 (Hamburg) bzw.	
Termin 4: 30.11. – 04.12.2020 (München)	208
Projektmanagement für digitale Medien	
Termin 1: 29.04. – 30.04.2020 (München) bzw.	
Termin 2: 09.07. – 10.07.2020 (Köln)	210
Agiles Projektmanagement in der Redaktion –	
Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern ◆	044
Termin: 26 N3 - 27 N3 2020	211

ORGANISATION, PROZESSE UND WORKFLOWS

•	Die agile Organisation – Teams, Bereiche oder Unternehmen	
	agil aufstellen	
	Termin 1: 13.02.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 28.10.2020 (Berlin)	212
•	Workflow- und Prozessmanagement kompakt –	
	Prozesse in Medienunternehmen gezielt optimieren	
	Termin: 22.07. – 23.07.2020	213

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de



BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Dr. Johanna Platter

Tel.: +49 89 291953-56

E-Mail: johanna.platter@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30-33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Der Projektleiter

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Sie müssen Projekte leiten, interdisziplinäre Gruppen steuern und dabei mit Ihrem Team flexibel auf wechselnde Marktanforderungen und Rahmenbedingungen reagieren? Dieser Intensivkurs bereitet Sie auf Ihre Rolle als Projektleitung vor und zeigt Ihnen, wie Sie mit agilen und klassischen Methoden Ihre Projekte sicher und erfolgreich zum Abschluss bringen. Sie erfahren, wie Sie komplexe Prozesse koordinieren und monitoren, reibungslose Abläufe im Team gewährleisten und Mitarbeiter auch ohne disziplinarische Macht souverän führen können. Denn eine gute Projektleitung basiert nicht zuletzt auf ausgeprägten Leadership-Qualitäten.

Doch welche Aufgaben hat eine Projektleitung zu erfüllen? Wie lassen sich Chancen im Projekt nutzen und Risiken erkennen und minimieren? Wie können Sie als Leitung Projektfortschritt, Termine und Kosten effektiv überwachen – unter anderem mithilfe von agilen Tools wie Scrum und Kanban? Wie bringen Sie Mitarbeiter unterschiedlicher Abteilungen im Projekt zusammen und binden jeden Einzelnen sinnvoll ein? Und was macht gutes Reporting an Auftraggeber und Stakeholder aus?

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt den Teilnehmern umfassende Kenntnisse und Methoden für ihre Rolle als Projektleitung. Dabei lernen sie agile und klassische Projektmanagement-Techniken kennen und je nach Bedarf anzuwenden – von Wasserfall bis Scrum oder Kanban. So können sie komplexe Prozesse effizient planen, Abläufe zielorientiert steuern und ihre Projekte erfolgreich zum Abschluss bringen. Sie erfahren, wie sie mit den richtigen Führungs- und Kommunikationsstrategien auch ohne Vorgesetztenfunktion alle Beteiligten so koordinieren, dass im Projektteam die bestmöglichen Ergebnisse erzielt werden.

THEMEN

1. Tag Klassische Projektmanagement-Methoden für Projektleiter

- Der Projektauftrag: Analyse der Projektanforderungen, Rahmenbedingungen und Stakeholder
- Der Projektstart: Ressourcen planen und Projektteam bilden
- Klassisches Projektmanagement mit Wasserfall & Co.: Funktionsweisen, Eigenschaften und Prozesse im Überblick
- Projekt-Steuerung: Qualitätssicherung und Kostenplanung
- Risikomanagement: Gefahren, Prävention und Problemlösungen

2. Tag Agile Projektmanagement-Methoden für Projektleiter

- "Klassisches" und "agiles" Projektmanagement: Unterschiede und Besonderheiten
- Kriterien und Voraussetzungen für die Auswahl agiler Techniken
- Scrum: Von Rollenkonzepten, Product Visions und Sprint Reviews
- Kanban: Aufgabentypen und Aufbau von Kanban-Boards
- Hybrides bzw. adaptives Projektmanagement: Kombinationen von klassisch und aqil

3. Tag Leadership-Skills – Der Projektleiter als Führungskraft auf 7eit

- Steuerung von Teams und Gruppen: Grundlagen und Instrumente
- Führen ohne Vorgesetztenfunktion und ohne Macht
- Agil führen: Change-Bewusstsein und Innovationskultur
- Teamentwicklung und typische Rollen im Projekt
- Selbstreflexion und individuelle Handlungsstrategien

4. Tag Kommunikation und Konfliktmanagement im Projekt

- Gesprächstechniken für wertschätzende und zielführende Kommunikation im Projekt
- Feedback geben: Mitarbeitergespräche vor- und nachbereiten
- Konflikte erkennen, Ursachen identifizieren
- Ansätze und Vorgehensweisen zur Konfliktlösung
- Reporting: Tipps für die optimale Berichterstattung an Auftraggeber und Stakeholder

5. Tag Einsatz von Software-Tools im Projekt

- MS Project: Projekte und Kosten planen, Aufgaben koordinieren
- Jira, MeisterTask & Co.: Projekte agil planen mit Kanban-Software
- ProjectLibre, Burn-Down-Charts etc.: Tools zum Monitoring des Projektfortschritts
- Entwicklung eines persönlichen Projektleitfadens

IM ZERTIFIKATSKURS "DER PROJEKTLEITER" ERFAHREN SIE ...

- mit welchen Projektmanagement-Methoden (ob agil oder klassisch) Sie Ihre Projekte sicher und erfolgreich zum Abschluss bringen.
- wie Sie mit agilen Ansätzen wie Scrum oder Kanban schnell und flexibel auf veränderte Markt- und Rahmenbedingungen reagieren können.
- wie Sie als Projektleitung Ihr Team so durch das Projekt führen, dass die bestmöglichen Ergebnisse erzielt werden.
- wie Sie Ihre Besprechungen ergebnisorientiert moderieren und eine sinnvolle Kommunikationsstruktur im Projekt aufbauen.
- anhand Ihrer mitgebrachten Projekte, wie Sie für eine praxisorientierte Umsetzung in Ihrem Unternehmen vorgehen können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- hochqualifizierte Trainer und Projektmanagement-Experten aus der Praxis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop, Leitfaden, Arbeit an echten Projekten (der Teilnehmer): Wechsel zwischen theoretischem Input und praktischen Übungen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen, Agenturen, Verbänden und öffentlichen Institutionen, die zukünftig Projekte leiten und dafür ihre Führungskompetenz ausbauen möchten sowie Projektmanager mit ersten Projekterfahrungen.



Seminarleitung: Marina Schmid, Beraterin und Trainerin für Projektmanagement, Projektmensch



Holger Zimmermann, Berater und Trainer für Projektmanagement, Projektmensch

Termin 1: 13.01. - 17.01.2020 (München) Termin 2: 31.08. - 04.09.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 320049 (Termin 1, München) bzw. 320066 (Termin 2, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Der Projektleiter".

Projektmanager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat



Gute Planung, eine klare Teamstruktur und eine konkrete Aufgabenverteilung sind die Basis für erfolgreiches Projektmanagement. Um auch abteilungsübergreifend reibungslose Prozesse sicherzustellen, müssen die Zusammenarbeit und Kommunikation im Projektteam optimal organisiert sein. Es gilt, Abläufe zu koordinieren, Termine zu halten und den Projektfortschritt zu überwachen und zu dokumentieren. Und genau hier setzt dieser Intensivkurs an: Fundiert und kompakt werden die wichtigsten Projektmanagement-Methoden von klassisch bis agil vermittelt, um Projekte aller Art erfolgreich abzuschließen.

Doch wie sieht gutes und professionelles Projektmanagement aus? Welche Werkzeuge und Techniken unterstützen Sie dabei, Kosten, Zeit und Leistungsumfang Ihrer Projekte im Blick zu behalten? Welche Tools aus dem klassischen und agilen Projektmanagement sind für die Anwendung in Ihrem Unternehmen geeignet? Und wie können Sie Ihr eigenes Zeit- und Selbstmanagement noch effizienter gestalten?

SEMINARZIEL

Der Intensivkurs vermittelt den Teilnehmern die wichtigsten Elemente und relevanten Methoden für erfolgreiches Projektmanagement von klassisch bis agil. Sie lernen Techniken kennen, um Prozesse effizient zu steuern, Termine einzuhalten und Zielvorgaben zu erreichen. Nach dem Seminar sind die Teilnehmer dazu in der Lage, die Vielzahl an Aufgaben im Team – ob mit Wasserfall, Scrum oder Kanban – systematisch zu planen und zu koordinieren und ihre Projekte so sicher zum Abschluss zu bringen.

THEMEN

1. Tag Agiles und klassisches Projektmanagement – Methodentraining Teil 1

- Projekt, Projektmanagement, Projektarbeit & Co.: Grundlagen und Begrifflichkeiten
- Projektarten, Projekteigenschaften und Prozesse im Überblick
- Analyse der Projektanforderungen und Stakeholder sowie der Risiken und Chancen im Projekt
- Ziele definieren, steuern und im Blick behalten
- Kosten- und Ressourcenplanung

2. Tag Agiles und klassisches Projektmanagement – Methodentraining Teil 2

- Projektstrukturierung und Phasenplanung: Rollen und Aufgaben im Team
- Projekt-Kick-off: Basisplan zur Freigabe durch Auftraggeber und Team
- Projektablauf und Projektsteuerung: Zeitplanung mit Netzplantechnik und Gantt-Diagramm
- Umgang mit Änderungen im Projekt
- Dokumentation und Projektabschluss

3. Tag Hybrides Projektmanagement – Adaptiver Ansatz zwischen klassisch und agil

- "Klassisches" und "agiles" Projektmanagement: Grundannahmen und Unterschiede
- Agile Techniken situations- und projektbezogen integrieren
- Stärken und Schwächen des agilen Projektmanagements
- Scrum und Kanban für innovative Projekte einsetzen
- Reflexion der Vorgehensweisen am eigenen Projekt

4. Tag Selbst- und Zeitmanagement für Projektmanager

- Aufgaben filtern, sortieren und priorisieren
- Wochen- und Tagesplanung: Hilfreiche Methoden und Techniken
- Selbstreflexion: Innere Antreiber und individuelle Lösungen
- Zeitdiebe, Ablenkungen und Störungen erkennen und vermeiden

5. Tag Moderation und Kommunikation im Projekt

- Der Projektmanager als Moderator: Hilfsmittel für eine ergebnisorientierte Moderation
- Gesprächstechniken: Kommunikationsstruktur und Sprache im Projekt
- Umgang mit schwierigen Situationen und Konflikten
- Zielführende Projektmeetings gestalten: Tipps für die Vorbereitung, Durchführung, Nachbereitung und Visualisierung

IM ZERTIFIKATSKURS "PROJEKTMANAGER" ERFAHREN SIE ...

- welche Projektmanagement-Methoden von klassisch bis agil es gibt und welche Instrumente sich wann eignen.
- wie Sie Projekte erfolgreich planen, steuern und zum Abschluss bringen.
- wie Sie agile Methoden wie Scrum oder Kanban situations- und projektbezogen einsetzen können.
- wie Sie als Projektmanager auch ohne Führungsrolle in eine aktive Position kommen.
- wie Sie Ihr eigenes Selbst- und Zeitmanagement im Projekt verbessern können.
- anhand Ihrer mitgebrachten Projekte, wie Sie für eine praxisorientierte Umsetzung in Ihrem Unternehmen vorgehen können.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Trainer und Projektmanagement-Experten aus der Praxis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop, Leitfaden, Arbeit an echten Projekten (der Teilnehmer): Wechsel zwischen theoretischem Input und praktischen Übungen.

Die Inhalte wurden sehr anschaulich in einer guten Mischung aus Theorie und Praxis mit sehr gutem didaktischen Vorgehen vermittelt. Ich kann das Gelernte perfekt bei der Umsetzung meiner Projekte anwenden.

> Thomas Jenne, Projektmanagement Database Development, Mediengruppe Klambt

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Unternehmen, Agenturen, Verbänden und öffentlichen Institutionen, die über erste Projekterfahrungen verfügen oder zukünftig Projekte planen und umsetzen.



Seminarleitung: Marina Schmid, Beraterin und Trainerin für Projektmanagement, Projektmensch



Holger Zimmermann, Berater und Trainer für Projektmanagement, Projektmensch

Termin 1: 27.07. - 31.07.2020 (München) Termin 2: 12.10. - 16.10.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 320050 (Termin 1, München) bzw. 320051 (Termin 2, Berlin)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Projektmanager".

Der agile Projektmanager

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Ob mit Scrum, Kanban oder Scrumban – agiles Projektmanagement kann helfen, schnell, flexibel und effizient auf wechselnde Kunden- und Marktanforderungen zu reagieren und in-time, in-Budget und in-Quality zu arbeiten. Und das sowohl teamintern als auch teamübergreifend. Denn: Anders als klassisches Projektmanagement begreift der agile Ansatz Planabweichungen als Chance, Produkte noch kunden- und marktgerechter zu gestalten. Dies hat nicht nur positive Auswirkungen auf Produktivität und Qualität, sondern ermöglicht z.B. bei Produkteinführungen in der Regel einen früheren Markteintritt.

Genau hier setzt der Zertifikatskurs an. Er erläutert das zugrunde liegende agile Mindset und zeigt, wie agiles Projektmanagement im Unternehmen oder in einzelnen Abteilungen eingeführt werden kann: Wie unterscheiden sich die einzelnen agilen Methoden? Welche Ansätze eignen sich für welche Teams und welches Vorhaben? Wie kann agiles Projektmanagement erfolgreich in der eigenen Organisation implementiert werden? Und welche Fehler gilt es bei der Umsetzung agiler Projekte zu vermeiden?

SEMINARZIEL

Der Zertifikatskurs vermittelt die Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten des agilen Projektmanagements. Die Teilnehmer lernen – ausgehend von Ansätzen wie Lean Management und Lean Startup – die Methoden Scrum, Kanban, Scrumban und Objective & KeyResults (OKR) kennen. Sie erfahren, wie sie diese nutzen können, um ihre Produkte und Services markt- und kundengerecht zu entwickeln und Teams optimal zu steuern. Die Teilnehmer erhalten zudem das notwendige Know-how, um (digitale) Projekte agil zu planen, zu kalkulieren und so noch erfolgreicher umzusetzen.

THEMEN

1. Tag Einführung in agile Methoden

- Klassische vs. agile Methoden
- Lean Start-up und Lean Management Einordnung
- Das ,agile Manifesto'
- Agile Methoden Vergleich und Methodenauswahl
- Das geeignete Projekt- und Organisationsumfeld für agile Projekte und Teams

Scrum - Einführung

- Grundsätze des agilen Frameworks Scrum
- Konzeption und Aufwandsschätzung anhand von User Stories
- Rollenkonzept: Product Owner, Team & Scrum Master
- Scrum und Organisation: Selbstorganisation der Teammitglieder

Best Practice: Arbeiten an einem konkreten Beispielprojekt

2. Tag Scrum - Vertiefung

- Artefakte: Product Vision, Product Backlog, Sprint Backlog, Impediment Backlog
- Zeremonien: SprintPlanning, DailyScrum, SprintReview und Retrospektive
- Budget- und Releaseplanung
- Projektmanagement-Tools: Pivotaltracker, Jira, scrumdesk, Trello

Best Practice: Umsetzungsbericht

3. Tag Kanban – Einführung

- Grundsätze und Ziele
- Aufbau von Kanban-Boards
- Aufgabentypen
- Anwendungsszenarien und Unterschiede zu Scrum

Scrumban - Einführung

- Unterschiede und Vorteile gegenüber Scrum und Kanban
- Anwendungsszenarien von Scrumban

Objectives & Keyresults (OKR)

- Definition und Funktionsweise von "Objectives and Key Results (OKR)"
- Nutzung von OKR in Management-Systemen
- Langfristige Vorteile von OKR

IM ZERTIFIKATSKURS "DER AGILE PROJEKTMANAGER" ERFAHREN SIE ...

- was die Erfolgsfaktoren, Tools und Techniken des agilen Projektmanagements sind.
- worin die Unterschiede zwischen klassischen und agilen Projektmanagement-Methoden bestehen.
- wie Sie agile Methoden für die Steuerung Ihrer Teams und Umsetzung Ihrer Digitalprojekte einsetzen können.
- wie Sie Scrum, Kanban und Scrumban nutzen können, um zielgruppenorientierte Services und Produkte zu entwickeln und zu realisieren.
- welche Kosten- und Planungsaspekte Sie beim Einsatz von agilen Methoden beachten sollten.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- hochqualifizierte Referenten und PM-Experten aus dem Digital- und Tech-Business
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

Der Kurs war sehr informativ und praxisnah. Die Inhalte sind auf vielfältige Art und Weise vermittelt worden (Vortrag, Gruppenarbeit, Praxisberichte). Dabei ist individuell auf die Voraussetzungen und Wünsche der anwesenden Teilnehmer eingegangen. Ich kann das Seminar daher sehr empfehlen.

Teilnehmer "Der Agile Projektmanager" 2019

ZIELGRUPPE

Projektleiter, Projektmitarbeiter und -beteiligte, Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Business Development, Innovationsmanagement und Produkt-management sowie alle, die Projekte verantwortlich steuern und umsetzen, ihre bestehenden Prozesse optimieren oder zukünftig agil arbeiten wollen.



Seminarleitung:
Manfred Spatz, Experte für agiles Projektmanagement

Fachreferent war bislang u. a.:

Alexander Thoms, Deutscher Landwirtschaftsverlag

Termin 1: 04.03. - 06.03.2020 Termin 2: 09.11. - 11.11.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-

Seminar-Nr.: 320052 (Termin 1) bzw. 320053 (Termin 2)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Der agile Projektmanager".

Projektmanagement kompakt

Ob bei der Entwicklung neuer Produkte, Umsetzung von Marketingkampagnen oder bei der internen Prozessoptimierung – Projekte erfordern eine stringente Planung und Steuerung. Bereits im Vorfeld müssen die verschiedenen Interessen geklärt, Ziele und Prioritäten definiert und Risiken kalkuliert werden. Um Fortschritt und Qualität zu sichern, müssen Ressourcen, Termine und Kosten fortlaufend überwacht und die Zuständigkeiten im Projektteam effizient verteilt werden. Denn nur wenn alle Beteiligten zum gemeinsamen Verständnis gebrieft und Entscheidungen klar kommuniziert werden, können Projekte erfolgreich zum Abschluss gebracht werden.

Doch wie gelingt eine reibungslose Zusammenarbeit und Verständigung im Team, auch über verschiedene Abteilungen hinweg? Wie können Sie Ihre Projekte – selbst bei unplanmäßigen Änderungen – innerhalb des gegebenen Zeit- und Kostenrahmens zum Erfolg führen? Das Seminar hilft Ihnen, Projekte systematisch zu planen sowie Abläufe zielführend zu steuern und zu koordinieren.

SEMINARZIEL

Das Seminar zeigt die Grundlagen erfolgreicher Projektarbeit auf und vermittelt Methoden, die ein optimales – auch abteilungsübergreifendes – Projektmanagement ermöglichen. Die Teilnehmer erhalten Werkzeuge für die Planung und Steuerung von Projekten und erfahren, wie sie für eine gute Zusammenarbeit im Team sorgen und mit Störungen und Änderungen konstruktiv umgehen können.

THEMEN

- Grundlagen des Projektmanagements
 - Einsatzmöglichkeiten von Projektmanagement
 - Prozesse und Phasen eines Projekts
- Projektstart
 - Ziele und Prioritäten des Auftrags definieren
 - Stakeholderanalyse: Interessen verstehen und bedienen
 - Risiko- und Erfolgsfaktoren identifizieren
 - Die passende Organisationsform wählen
- Projektplanung
 - Struktur und Ablauf des Projekts bestimmen
 - Zeit-, Ressourcen- und Kostenplan erstellen
 - Rollen und Zuständigkeiten im Projekt festlegen
 - Typische Fehler frühzeitig erkennen und vermeiden
- Projektdurchführung und -steuerung
 - Statuserfassung und Änderungsmanagement
 - Qualitätskontrolle und Reporting
 - Konfliktmanagement
- Projektkoordination: Definition, Verantwortung, Aufgaben
- Projektkommunikation
 - Gemeinsames Verständnis im Unternehmen sichern
 - (Abteilungsübergreifende) Kommunikation: Methoden und Werkzeuge
 - Vereinbarungen und Entscheidungsprozesse
- Projektabschluss: Analyse und Know-how-Transfer

METHODEN

Impulsreferate, Einzel- und Gruppenarbeit, Übungen, Fallbeispiele, Diskussion. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn Beispiele von konkreten Projektsituationen einzureichen bzw. im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Alle Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die Projekte koordinieren, steuern oder daran beteiligt sind.



Seminarleitung: Marina Schmid, Beraterin und Trainerin für Projektmanagement, Projektmensch

Termin: 13.05. - 15.05.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.190,-Seminar-Nr.: 320054



Projektmanager Digitale Medien

Ein Intensivkurs mit Zertifikat

Die Steuerung von digitalen Medienprojekten erfordert spezielle Kenntnisse – von der Strategieentwicklung über die Konzeption digitaler Content-Angebote bis hin zur technischen Umsetzung und ihrer Vermarktung. Gerade in Zeiten einer wachsenden crossmedialen Produktvielfalt und immer kürzeren Innovationszyklen müssen Mitarbeiter auf dem neuesten Stand bleiben, um digitale Medienprojekte effizient zu managen und einen reibungslosen Projektablauf zu gewährleisten.

Doch welche Komponenten umfasst eine professionelle und kundenorientierte Entwicklung, Realisierung und Vermarktung digitaler Content-Angebote? Welche besonderen Anforderungen an Teams, Dienstleister und Technik stellt die Umsetzung von digitalen Medien? Welche Tools und Methoden gibt es für das agile bzw. klassische Management von digitalen Medienprojekten – von Wasserfall über Scrum bis Kanban? Und wie sieht eine gelungene Projektsteuerung für Apps, Websites & Co. in der Praxis aus?

SEMINARZIEL

Der fünftägige Intensivkurs vermittelt die Grundlagen des Managements von digitalen Medienprojekten, von der Geschäftsmodellentwicklung über die Methoden des agilen und klassischen Projektmanagements bis hin zu den jeweiligen Produktspezifika von Portalen, Plattformen & Co. Die Teilnehmer erfahren, aus welchen Bausteinen eine professionelle Produktentwicklung und -vermarktung besteht und welche Erfolgsfaktoren bei der Projektsteuerung zu beachten sind.

THEMEN

Tag 1 Digitale Medien - Strategie, Konzeption und Methodik

- Digitale Geschäftsmodelle Grundlagen und Entwicklung
- Der Kunde im Fokus Der Wandel vom produkt- zum kundenorientierten Unternehmen
- Digitale Medien als Teil der Verlags- und Unternehmensstrategie
- Design Thinking, Agile Entwicklung, Rapid Prototyping Methoden der Produktentwicklung und -innovation
- Neue Konzepte für die Entwicklung digitaler Medien
- Change Management: Wie Digitalprojekte Unternehmen verändern

Tag 2 Projektmanagement in Theorie und Praxis I

- Projektmanagement von klassisch bis agil Grundlagen
- Prozesse und Phasen eines (Digital-)Projekts: vom Projekt-Auftrag bis zur Projekt-Review
- Projekt- und Auftragsdefinition
- Ziele formulieren, Erwartungen managen
- Projektplanung und -steuerung

Tag 3 Projektmanagement in Theorie und Praxis II

- Risikomanagement
- Kommunikation und Konfliktlösung
- Projektdokumentation, Projektcontrolling
- Tools für das Projektmanagement von Digitalen Medien

Agiles Projektmanagement für Digitalprojekte

- Klassisches vs. Agiles Projektmanagement
- Methoden des agilen Projektmanagements von Scrum bis Kanban

- Agiles Projektmanagement am Beispiel "Scrum"
- Grundsätze des agilen Frameworks
- User Stories, Rollenkonzepte, Artefakte, Zeremonien

Tag 4 Umsetzung von Digitalprojekten – Dienstleistersteuerung, Budgetierung, Technik

- Auswahl und Steuerung von Dienstleistern
- Aufwände, Kosten, Budgetierung
- Technische Umsetzung von Digitalprojekten

Apps - Konzeption, Vermarktung, Projektmanagement

- Der App-Markt Aktuelle Trends und Entwicklungen im Bereich mobiler Anwendungen
- Konzeption von Apps und mobilen Content-Angeboten: Von der Idee bis zur Umsetzung
- App-Vermarktung und App-Projektmanagement

Tag 5 Portale und Websites – Konzeption, Vermarktung und Projektmanagement

- Online-Portale Typologie, Zielsetzung und Geschäftsmodelle
- Content Management: Inhalte generieren, halten und ausspielen
- Web-Analyse: Potenziale für die Produktoptimierung entdecken
- Web-Design & Usability: UX, HTML5, Responsive Design
- Search Engine Optimization: SEO-Grundlagen

IM ZERTIFIKATSKURS "PROJEKTMANAGER DIGITALE MEDIEN" ERFAHREN SIE ...

- welche Komponenten und Erfolgsfaktoren das Projektmanagement von digitalen Medien umfasst.
- welche Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements Sie für die Umsetzung von digitalen Content-Angeboten nutzen können.
- wie Sie Apps, Portale & Co. systematisch konzipieren, entwickeln und vermarkten.
- welche technischen Vorgänge und Hintergründe Sie bei der Steuerung von digitalen Medienprojekten beachten sollten.

IHRE ERFOLGSFAKTOREN

- Karriere-Baustein: Teilnehmerzertifikat der renommierten Akademie der Deutschen Medien
- kompakter Intensivkurs mit begrenzter Teilnehmerzahl (auch für Berufseinsteiger)
- hochqualifizierte Trainer und Digital-Experten aus der Praxis
- aktuelle Inhalte und direkte Umsetzbarkeit
- optimale Verbindung von Theorie und Praxis
- Erfahrungsaustausch mit Branchenkollegen und Networking

METHODEN

Referat, Präsentation, Fallbeispiele, Diskussion, Gruppenarbeit/Workshop. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter, Fach- und Führungskräfte sowie Projektmanager aus Medienhäusern, Verlagen, Agenturen, Unternehmen und öffentlichen Institutionen, v. a. aus den Bereichen Redaktion, Online-Redaktion, Produktentwicklung und -management, (Online-)Marketing, Corporate Media und Unternehmenskommunikation sowie Digital Media und E-Business.

Fin kompetenter, praxisbezogener Moderator sorgte zusammen mit den anderen Referenten für einen guten Überblick und ein interessantes Seminar zum Thema Digital Publishing. Die Referenten waren alle engagiert und konnten ihr Wissen gut vermitteln.

Jörg Paßmann, Projektmanager E-Commerce, wvgw Wirtschafts- und Verlagsgesellschaft Gas und Wasser

Der Zertifikatskurs vermittelt anschaulich einen sehr guten Überblick über dieses vielfältige Themenfeld. Er gibt fundierte Anstöße für die eigene Arbeit und ermöglicht fachübergreifende Vernetzung. Dies ist gerade wegen der Vielfältigkeit dieses Themenspektrums unerlässlich.

Juliane Oberlinger, Produktmanagerin, Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm



Seminarleitung: Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner

Fachreferent:

Christian Hoffmeister, Geschäftsführender Gesellschafter, DCI-Institute Christian Kohl, Digital Publishing-Consultant und Projektmanager Rafael Mroz, Head of Digital, Pernod Ricard Deutschland Dr. Alexander Trommen, CEO, Appsfactory

Termin 1: 09.03. - 13.03.2020 (Hamburg)
Termin 2: 22.06. - 26.06.2020 (München)
Termin 3: 07.09. - 11.09.2020 (Hamburg)
Termin 4: 30.11. - 04.12.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.995,-

Seminar-Nr.: 140104 (Termin 1, Hamburg), 140105 (Termin 2, München), 140106 (Termin 3, Hamburg) bzw. 140107 (Termin 4, München)

Mit dem Besuch dieses Intensivkurses erwerben Sie das Zertifikat "Projektmanager Digitale Medien".

Projektmanagement für digitale Medien

Ob in Medienunternehmen, Corporate-Media-Abteilungen oder Agenturen – die Planung und Umsetzung digitaler Angebote lässt sich mit den gewohnten Techniken und Methoden nicht mehr bewältigen. Digitale Produktentwicklung verlangt interdisziplinäre Zusammenarbeit und die Einbindung von externen Dienstleistern. Zudem müssen neue Projekte unter kurzfristiger Einbeziehung der Marktentwicklungen geplant und gesteuert werden.

Um einen reibungslosen Projektablauf zu gewährleisten, ist daher ein spezifisches Projektmanagement erforderlich, das Sie dabei unterstützt, schnell auf die komplexen Anforderungen digitaler Produktentwicklung zu reagieren. Denn: Digitale Projekte müssen flexibel gemanagt werden, aber jederzeit beherrschbar bleiben.

SEMINARZIEL

Das Seminar führt in das Projektmanagement und die Planung und Umsetzung von digitalen Medien ein. Die Teilnehmer lernen klassische und agile Projektmanagement-Methoden und den Projektverlauf von Digitalprojekten kennen. Zudem werden Tools zur Steuerung digitaler Medienprojekte sowie Techniken zur Qualitäts-. Risiko- und Kostenkontrolle vermittelt.

THEMEN

- Projektmanagement von digitalen Projekten: Grundlagen
- Definition, Planung, Steuerung, Abschluss: Projektphasen und Aktivitäten
- Formen digitaler Medien und ihre besonderen Anforderungen an das Projektmanagement
 - E-Books, E-Learning, Plattformen und Portale
 - Multimediale Publikationsformen
- Methoden des Projektmanagements
 - Projektdefinition und -strukturplan
 - Zeit- und Ressourcenplanung
 - Projektdokumentation
 - Optimales Risikomanagement
 - Kalkulation und Kostenkontrolle
 - Maßnahmen der Qualitätssicherung
 - Projekt-Review und Abschluss
- Scrum, Kanban & Co.: Agile Projektmanagement-Methoden im Überblick
 - Rollen im Projektteam
 - Abläufe, Vorgehen, Einsatz in der Praxis
- Nützliche Tools für klassisches oder agiles Projektmanagement, Kommunikation und Dokumentation
- Zusammenarbeit mit Dienstleistern
 - Auswahl und Kommunikation mit Dienstleistern
 - Umgang mit Lasten- und Pflichtenheft
- Vorgehen am praktischen Beispiel: Das optimale Management für Ihr Projekt

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeit, Best Practices.

Die Teilnehmer sind eingeladen, eigene Projekterfahrungen einzubringen bzw. spezielle Fragestellungen bis zwei Wochen vor Seminarbeginn einzureichen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Medienunternehmen und Agenturen, v. a. aus den Bereichen Produktmanagement, Lektorat und Redaktion, Herstellung und Digital Publishing sowie Projektmanager im Bereich Unternehmenskommunikation und Corporate Media.



Seminarleitung:
Dr. Martina Steinröder, Managementberaterin und
Digital-Media-Expertin

Termin 1: 29.04. - 30.04.2020 (München) Termin 2: 09.07. - 10.07.2020 (Köln)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 140108 (Termin 1, München) bzw. 140109 (Termin 2, Köln)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Lektor/Produktmanager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 27 – 29.

Agiles Projektmanagement in der Redaktion

Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern



Immer mehr Projekte gleichzeitig bearbeiten, fristgerecht abschließen und dabei agil auf Kunden- und Marktanforderungen reagieren – mit wachsender crossmedialer Produktvielfalt steigen auch die Herausforderungen für Redakteure und Corporate Publisher. Wie kann es Ihnen hier gelingen, trotz zunehmender Aufgaben den Überblick zu behalten? Wie stellen Sie – sowohl für digitale als auch für Printmedien – eine effiziente Zeit- und Projektplanung auf? Wie können Sie interne Prozesse optimieren, ohne dabei an Flexibilität einzubüßen? Und wie können Sie die Vorteile von agilen Arbeitsweisen wie Kanban und Scrum für sich selbst und im Team nutzen?

Erfahren Sie in diesem Seminar, mit welchen Methoden aus dem agilen und klassischen Projekt- und Prozessmanagement Sie auch ohne entsprechende Software Publikationsprozesse und -projekte effizient steuern. Denn gezielte Planung, reibungslose Workflows und klare Kompetenzverteilung im Team sind essenziell für eine erfolgreiche Medienproduktion – egal, ob es sich um ein Kundenmagazin oder einen Corporate Newsletter, die Website oder ein E-Journal handelt.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Methoden und Tools aus dem agilen und klassischen Projekt- und Prozessmanagement, um Aufgaben und Arbeitsabläufe in Redaktion und Corporate Publishing zu optimieren. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihre Projekte – insbesondere mit Kanban und Scrum – planen, steuern und im Team koordinieren und so Prozesse nachhaltig verbessern können. Zudem werden sie in die Lage versetzt, jederzeit flexibel auf neue Kundenanforderungen und Veränderungen am Markt zu reagieren.

THEMEN

- Projekt- und Prozessmanagement Einführung
 - Vom Multiprojektmanagement bis zum agilen Prozessmanagement:
 Grundlagen und Begrifflichkeiten
 - Projektarten und -eigenschaften im Überblick
- Agile Projektplanung
 - Klare Zielvorgaben erhalten und Ziele formulieren
 - Gemeinsames Zielverständnis im Team entwickeln
 - Begünstigungen und Behinderungen auf dem Weg zur Zielerreichung erkennen
 - Kommunikation mit dem Auftraggeber
- Arbeitsorganisation mit Kanban und Scrum
- Standards und Qualitätsmanagement, Kosten- und Projektkontrolle
- Projekte in Prozesse integrieren
- Arbeitslast transparent machen durch den Einsatz von Kanban- und Scrumboards
- Projektfortschritt visualisieren und Durchfluss optimieren
- Auslastung und Aufgabenverteilung im Team regulieren
- Kommunikation im (selbstorganisierten) Team
- Selbstmanagement
 - Aufgabenmanagement
 - Priorisieren und Delegieren
 - Grenzen setzen
- Projekt- und Prozessmanagement
 - Tools in der Praxis von klassisch bis agil

METHODEN

Vortrag, Übungen, Arbeitsgruppen, konkrete Handlungsanleitungen, Diskussion. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Agenturen, Verlagen, (Medien-)Unternehmen und Institutionen, insbesondere aus den Bereichen Publishing, Corporate Publishing, Redaktion und Unternehmenskommunikation, sowie Freelancer, die ihre Projekte noch effizienter steuern und Prozesse optimieren möchten.



Seminarleitung: Andrea Tenorth, Beraterin für agiles Projekt-, Prozessund Change Management

Termin: 26.03. – 27.03.2020 Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de. Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 250063

Die agile Organisation

Teams, Bereiche oder Unternehmen agil aufstellen

More, more, more – mehr Themen und Angebote auf immer mehr Kanälen für wachsende Zielgruppen, stetiger Wandel, mehr Projekte und folglich immer mehr Aufgaben. Fühlt sich die digitale Transformation für Sie auch so an? Wie können Sie, Ihr Team und Ihre Abteilung dies alles bewältigen, gerade wenn die althergebrachten Methoden an ihre Grenzen stoßen? Gefordert sind neue Strukturen, die agile Prinzipien wie Kundenorientierung, Fokussierung sowie Selbstführung und -organisation in den Mittelpunkt stellen.

Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihr Team, einen Bereich oder das ganze Unternehmen nachhaltig agil aufstellen können. In praktischer Anwendung lernen Sie Methoden und Instrumente kennen, um Ihre unternehmenseigenen Herausforderungen zu identifizieren, die passenden Organisationsmodelle zu entwickeln und Agilität erfolgreich zu implementieren.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Tools und Techniken für agile Organisationsgestaltung sowie die Chancen und Grenzen agilen Vorgehens. Die Teilnehmer erhalten eine Bauanleitung zur Entwicklung eines erfolgreichen Organisationsdesigns und lernen, verschiedene agile Methoden direkt auf ihren Berufsalltag anzuwenden. So können sie agile Prinzipien und Organisationsformen für ihre spezifische Situation gestalten und dauerhaft in ihrem Unternehmen verankern.

THEMEN

- Agil denken und handeln
 - Agile Mindset: Was agiles Denken ausmacht
 - Agile Prinzipien: Welche Ziele "agile" verfolgt
 - Agile Methoden: Welche agilen Praktiken es gibt und wie sich diese im eigenen Unternehmen anwenden lassen
- Die eigenen Herausforderungen erkennen
 - Bestehende Rahmenbedingungen bewerten
 - Leitlinien auf dem Weg zu mehr Agilität in der eigenen Organisation entwickeln
- Das eigene Organisationsdesign optimieren
 - Agilität durch neue organisatorische Rahmenbedingungen fördern
 - Innovative, motivierende Arbeitsumfelder gestalten
- Agile Methoden
 - Kanban, Scrum, Design Thinking & Co.: Welche Methode sich wofür eignet
 - Chancen und Grenzen agiler Werkzeuge

METHODEN

Impulsvorträge, gemeinsame Arbeit in Kleingruppen, Diskussion.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, eigene Beispiele und Fragestellungen mitzubringen, die im Seminar besprochen werden.

ZIELGRUPPE

Alle Führungskräfte aus Medienunternehmen, Agenturen oder der Unternehmenskommunikation, die neue Formen der agilen Organisation und Zusammenarbeit in ihrem Unternehmen implementieren möchten, sowie Mitarbeiter aus den Bereichen Organisation, Unternehmensentwicklung, Change Management und Personal.



Seminarleitung:

Dr. Marco Olavarria, Consultant und Geschäftsführender Gesellschafter, BC Berlin Consulting

Termin 1: 13.02.2020 (München) Termin 2: 28<u>.10.2020 (Berlin)</u>

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 695,-

Seminar-Nr.: 110093 (Termin 1, München) bzw. 110094 (Termin 2, Berlin)

Workflow- und Prozessmanagement kompakt

Prozesse in Medienunternehmen gezielt optimieren

Effiziente, flexible und transparente Prozesse – die Hauptaufgabe des Workflow- und Prozessmanagements in Verlagen ist es, die komplexen Abläufe der crossmedialen Medienproduktion und -vermarktung zu optimieren. Hierfür gilt es, die bestehenden Prozesse abzubilden, deren Leistungsfähigkeit zu analysieren und Maßnahmen zur Prozessoptimierung einzuleiten. Und zwar so, dass die internen Abläufe mit den neuen technologischen Entwicklungen mitwachsen können.

Doch wie gelingt es, professionelles Prozessmanagement für crossmediales Publizieren einzuführen und zu steuern? Welche Management-Tools sind für die Prozessoptimierung in Ihrem Unternehmen geeignet? Vom Post-it über Excel bis hin zu BPMN – wie können Sie Ihre Prozesse dokumentieren und abbilden? Wie sorgen Sie für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess? Und wie binden Sie Ihre Mitarbeiter ein? Erfahren Sie, wie Sie die Innovationskraft Ihres Unternehmens stärken, Produkt- und Service-Einführungen beschleunigen und vor allem: Ressourcen besser nutzen und Kosten reduzieren.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Methoden und Instrumente für erfolgreiches Prozessund Workflow-Management. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihre Prozesse und Workflows effizient analysieren und optimieren können, um die Produktion von Print- und digitalen Medien flexibel und transparent zu gestalten.

THEMEN

- Prozessmanagement Eine Einführung
 - Erfolgsfaktoren des Prozessmanagements
 - Unternehmensziele, Produktstrategien und wie sie mit Prozessmanagement zusammenhängen
 - Abgrenzung zum Projektmanagement
 - Workflows und Prozesse mit Fokus auf Effizienz und Qualität der Produktherstellung in Print und digital analysieren
- Prozessmanagement als Führungsaufgabe
 - Prozessmanagement in der Führungspraxis: Wo der Blick auf Prozesse hilfreich ist
 - Einbindung der Mitarbeiter in das Prozessmanagement
 - Change Management bei der Implementierung neuer Prozesse
- Prozessoptimierung vorbereiten
 - Stärken-Schwächen-Analyse
 - Ziele festlegen und KPIs definieren
 - Risikoanalyse
- Prozessanalyse und Prozessvisualisierung
 - Prozessmapping und Prozessanalyse
 - Prozessbeschreibung (EPK. BPMN)
 - Prozessdatenblatt
- Prozessoptimierung implementieren
 - Prozessverantwortung klären
 - Funktionen und Aufgaben definieren
 - Prozessveränderungen einführen (Checklisten)
 - Prozesse kontinuierlich verbessern (KVP-Methoden)

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Übungen, Diskussion von Beispielen der Teilnehmer und Erfahrungsaustausch.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte und Projektleiter, die nach konkretem Verbesserungspotenzial ihrer Prozesse für Print- und digitale Medien suchen. Hersteller, Content- und Produktmanager aus Medienhäusern, Verlagen und Agenturen, die für reibungslose Prozesse und Workflows in der Produktion oder für die Einführung von Software verantwortlich sind.



Seminarleitung:

Andrea Tenorth, Organisationsberaterin und Beraterin für Prozess- und Change Management

Termin: 22.07. - 23.07.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 110095



Arbeitsweisen optimieren, souverän kommunizieren



In zunehmend dynamischen und komplexen Arbeitsumfeldern werden persönliche und soziale Kompetenzen immer wichtiger: Denn gute Selbstorganisation, Kommunikationsstärke und Verhandlungsgeschick legen den entscheidenden Grundstein für den eigenen und unternehmerischen Erfolg. Unsere Seminare unterstützen bei der Weiterentwicklung dieser Fähigkeiten: um die eigene Resilienz und Leistungsstärke zu steigern, souverän zu kommunizieren und aufzutreten sowie besser zu verhandeln.

AUF EINEN BLICK

PERSÖNLICHE UND SOZIALE KOMPETENZEN	
Projektmanagement und Zeitmanagement –	
Projektorientiert arbeiten, Fristen einhalten, Ziele erreichen	
Termin 1: 13.02. – 14.02.2020 (Köln)	
Termin 2: 07.07. – 08.07.2020 (München)	216
Selbst- und Zeitmanagement	
Termin: 29.04. – 30.04.2020	217
Resilienz-Training – Leistungsfähigkeit und Widerstandskraft	
am Arbeitsplatz steigern	
Termin 1: 06.02. – 07.02.2020 bzw.	
Termin 2: 07.09. – 08.09.2020	218
Kreativitätstechniken – Ideen generieren, Innovation fördern	
Termin: 26.03. – 27.03.2020	219

VΩ	1 1 1 1 1 1 1		חואוו ואכ	GESPR	$M \cap H \cap F$	THE DILL
n I	I IVI IVI I I	NIKAIII	IIV IIIVII	DIF SPR	41. H.S.F	

•	Verhandlungsführung	
	Termin 1: 19.03. – 20.03.2020 (München) bzw.	
	Termin 2: 12.11. – 13.11.2020 (Hamburg)	220
•	Konflikte konstruktiv lösen	
	Termin: 24.11. – 25.11.2020	221
•	Mehr Erfolg durch sicheres Auftreten	
	Termin: 07.12. – 08.12.2020	222
•	Professionelles Beschwerdemanagement –	
	Probleme lösen, Kunden binden	
	Termin: 18.03. – 19.03.2020	223

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de



BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Susanne Rauscher Tel.: +49 89 291953-65

E-Mail: susanne.rauscher@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Projektmanagement und Zeitmanagement

Projektorientiert arbeiten, Fristen einhalten, Ziele erreichen

Eine neue Website entwerfen, E-Learning-Angebote entwickeln oder Social Media-Accounts pflegen – immer häufiger erhalten Mitarbeiter Aufträge, die über ihr eigentliches Tätigkeitsfeld hinausgehen und neben ihren Alltagsprojekten schwer zu bewältigen scheinen. Oft gibt es zu viele oder gar keine Informationen, interne Unterstützung wird zugesagt und ist dann doch nicht verfügbar. Wie kann es hier gelingen, trotz wachsender Aufgabenvielfalt den Überblick zu behalten und strukturiert vorzugehen?

Im Seminar erfahren Sie, mit welchen Tools aus dem Projektmanagement Sie Ihre (neuen) Aufgaben erfüllen können – auch ohne entsprechende Software. Zudem optimieren Sie das eigene Selbst- und Zeitmanagement, um Ihren Arbeitsalltag künftig noch aktiver und effizienter zu gestalten.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Grundlagen und Tools für projektorientiertes Arbeiten. Die Teilnehmer lernen Techniken des Projektmanagements kennen, um auch umfassendere (neue) Arbeitsaufträge strukturierter anzugehen. Und sie erfahren, wie sie – auch unter erhöhter Arbeitsbelastung – das eigene Selbst- und Zeitmanagement optimieren.

THEMEN

- Projektorientiertes Arbeiten
 - Definition Was ist ein Projekt?
 - Möglichkeiten und Grenzen des klassischen Projektmanagements
 - Die Vorteile projektorientierten Arbeitens
- Projektplanung
 - Klare Zielvorgaben erhalten und Ziele formulieren
 - Gemeinsames Zielverständnis im Team entwickeln
 - Begünstigungen und Behinderungen auf dem Weg zur Zielerreichung erkennen
 - Kommunikation mit dem Auftraggeber und dem Team
 - Feedback ans Team geben
- Effektives Zeitmanagement und Selbstorganisation
 - Ressourcen-Check
 - Einbindung des Teams planen
 - Zeitplanung und Priorisierung der (eigenen) Aufgaben
 - Welche Aufgaben sind in welcher Reihenfolge zu erledigen?
 - Was kann parallel bearbeitet werden, was ist abhängig voneinander?
 - Wie lassen sich Zeitfresser identifizieren und vermeiden?
- Risikoanalyse und Controlling
- Mögliche Risiken auf dem Weg zum Ziel erkennen
- Umgang mit Risiken und Planungsunsicherheit

METHODEN

Vortrag, Übungen, Arbeitsgruppen, Analysen, konkrete Handlungsanleitungen, Diskussion.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Verlagen, Agenturen, Unternehmen und Institutionen sowie Freelancer, die an kleineren und größeren Projekten mitwirken und ihr Projektsowie Selbst- und Zeitmanagement optimieren möchten.



Seminarleitung:
Andrea Tenorth, Beraterin für agiles Projekt-, Prozessund Change Management

Termin 1: 13.02. - 14.02.2020 (Köln) Termin 2: 07.07. - 08.07.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 320055 (Termin 1, Köln) bzw. 320056 (Termin 2, München)

Selbst- und Zeitmanagement

Kennen Sie die Situation: Ein Berg an Arbeit liegt vor Ihnen auf dem Schreibtisch, immer wieder werden Sie durch einen Anruf, einen Kunden oder Kollegen unterbrochen und am Ende des Tages fragen Sie sich, was Sie heute eigentlich erledigt haben? Durch ein professionelles Selbstund Zeitmanagement können Sie Ihre Aufgaben auf der Basis Ihres ganz persönlichen Arbeitsstils klarer strukturieren und planen. Wie und wo setzen Sie Prioritäten? Wie erkennen und vermeiden Sie Zeitfallen? Wie reagieren Sie auf unvorhergesehene Ereignisse und wie gehen Sie mit Stress um?

In diesem Seminar erhalten Sie hilfreiche Tools und Techniken für Ihr individuelles Selbst- und Zeitmanagement. So können Sie künftig noch gelassener und strukturierter mit den Herausforderungen des Berufsalltags umgehen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt verschiedene Methoden, mit denen Sie Ihren persönlichen Arbeitsalltag effizienter gestalten können. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihr Selbst- und Zeitmanagement optimieren, um ihre Aufgaben künftig motivierter und konzentrierter bearbeiten zu können und so ihre persönliche Zufriedenheit zu steigern.

THEMEN

- Reflexion des eigenen Verhaltens in stressigen Situationen
 - Das persönliche Selbst- und Zeitmanagement
 - Innere Antreiber erkennen
 - Lösungsorientiert handeln und neue Zeitressourcen schaffen
 - Dem eigenen Perfektionismus spielerisch begegnen
 - Die Kunst des "Nein-Sagens"
- Techniken und Regeln für besseres Selbst- und Zeitmanagement
 - Wichtigkeit und Dringlichkeit klären
 - Prioritäten setzen
 - Zeitdiebe und Zeitverschwendung eliminieren
- Professioneller Umgang mit Zeitdruck
 - Eigene Zeitdiebe erkennen
 - Lösungsmöglichkeiten für Zeitdiebe finden
 - Eigenverantwortung klären und stärken
- Gesund und leistungsfähig bleiben
 - Die eigene Lebensbalance reflektieren
 - Zusammenhang zwischen Biorhythmus und Leistungsfähigkeit
 - Planung, Abstimmung und Kommunikation mit Kollegen und Mitarbeitern
- "Ab morgen wird alles anders": Ihr Maßnahmenplan für den Transfer in die Praxis – Zeitplanung gemäß eigener Voraussetzungen, individuell beruflicher Rahmenbedingungen und Anforderungen

METHODEN

Einzel- und Gruppenarbeit, Theorievermittlung, Reflexionen, Diskussionen, kollegiale Beratung bei mitgebrachten Fallbeispielen aus der Praxis der Teilnehmer

ZIELGRUPPE

Alle, die ihre Zeit- und Arbeitssituation wirkungsvoll gestalten und ihre persönliche Zufriedenheit steigern möchten.



Seminarleitung: Eva-Maria Reichl, Systemischer Coach und Trainerin

Termin: 29.04. - 30.04.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095-Seminar-Nr.: 320057

Resilienz-Training

Leistungsfähigkeit und Widerstandskraft am Arbeitsplatz steigern

"Höher, schneller, weiter" ist das Motto der Gegenwart. Gerade in Zeiten des Wandels, wie aktuell bedingt durch die Digitalisierung, sind im Arbeitsalltag oft neue Aufgaben in immer kürzerer Zeit zu bewältigen. Und: Die Anforderungen werden weiter wachsen. Um auch bei zunehmender Dynamik und Komplexität im Job handlungsfähig zu bleiben, ist es wichtig, die eigene Resilienz zu stärken. Dabei handelt es sich um die Fähigkeit, Veränderungen aller Art gut zu bewältigen, Stress unbeschadet zu überstehen, aus Krisen zu lernen oder sie gar in Erfolge zu verwandeln. Doch wie können Sie Ihre eigene Widerstandskraft steigern? Wie gelingt der flexible und schnelle Umgang mit Herausforderungen, Veränderungen und belastenden Situationen? Wie lassen sich die eigenen Handlungsmuster, Stärken und Schwächen am besten erkennen und persönliche Stresspotenziale identifizieren? Und wie kann die eigene Resilienz in der Praxis trainiert werden? Im Seminar erfahren Sie, welche Strategien Sie in schwierigen Situationen einsetzen können, um Ihre Widerstandskraft, Leistungsfähigkeit und mentale Energie dauerhaft zu steigern.

SEMINARZIEL

Das Seminar erläutert das Konzept der Resilienz und vermittelt Methoden zur Stärkung der seelischen und mentalen Widerstandskraft. Die Teilnehmer erfahren, wie sie die eigene Resilienz fördern und trainieren, den Umgang mit Herausforderungen, Veränderungen und Stress steuern und die eigenen Stärken und Ressourcen künftig gezielt im Berufsalltag einsetzen können.

THEMEN

- Einführung Was bedeutet Resilienz? Und wozu brauchen wir sie?
- Das Resilienz-Konzept
 - Wie entsteht Resilienz?
 - Die 5 Dimensionen der Persönlichkeit, hilfreiche Eigenschaften, externe Faktoren – Was fördert Resilienz?
 - Wie kann man Resilienz trainieren?
- Persönliche Analyse Wie steht es um meine Resilienz?
 - Wahrnehmung von konstruktiven und destruktiven Denkmustern
 - Grundmuster, Einstellungen und Bewertungen überprüfen
 - Individuelle Stresspotenziale identifizieren und Situationen einschätzen lernen
- Die 7 Säulen der Resilienz Von der Netzwerk- bis zur Zukunftsorientierung
- 10 mittel- und langfristige Wege zur Resilienz Die "Road to Resilience"
- Das 4-Punkte-Programm Kurzfristige Ansätze für mehr Resilienz im (Berufs-)Alltag

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Praxisteil mit mentalen und kognitiven Übungen, Tests, Hilfestellungen für den Alltag, Reflexion, Fallbeispiele, Erfahrungsaustausch.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte sowie alle, die ihre Resilienz im (Berufs-)Alltag langfristig stärken und Methoden kennenlernen wollen, wie sie mit Herausforderungen künftig besser umgehen können.



Seminarleitung:
Dr. Angela Sendlinger, Coaching & Consulting

Termin 1: 06.02. - 07.02.2020 Termin 2: 07.09. - 08.09.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsorte in München Teilnehmer: 15

Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 320058 (Termin 1) bzw. 320059 (Termin 2)

Kreativitätstechniken

Ideen generieren, Innovation fördern

Egal ob Sie alleine oder im Team mehr Kreativität für neue Produkte oder effizientere Prozesse benötigen: Mit der richtigen Haltung und den passenden Methoden ist die Entwicklung innovativer Ideen ein Leichtes. Verlassen Sie alte Denkmuster, trainieren Sie Ihre Vorstellungskraft und bringen Sie kreativen Schwung in Ihr Team! Kreativität lässt sich systematisch freisetzen – dieses Seminar zeigt Ihnen, wie.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt Ihnen Kreativitätstechniken für Ihren Berufsalltag, mit denen Sie Denkblockaden brechen und Ihr kreatives Potenzial freisetzen können. Bringen Sie eines Ihrer aktuellen Projekte ins Seminar mit und gehen Sie mit innovativen Lösungsideen nach Hause.

THEMEN

- Voraussetzungen für Kreativität
- Auflösen von Denkblockaden
- Problemlösungstechniken
- Zielführende Fragestellungen
- Gezielte Nutzung von Suchfeldern
- Mentale Aktivierung
- Kreativitätstechniken und -übungen
 - Brainstorming
 - Brainwriting
 - 635-Methode
 - Mind-Mapping
 - Osborn-Checkliste
 - Reizwortanalyse
 - Walt-Disney-Methode
- Bewertung von Ideen
- Der kreative Prozess
- CANVAS Business Model

METHODEN

Theorievermittlung, Einzel- und Gruppenarbeit, Mentaltechniken, Übungen an konkreten Beispielen.

ZIELGRUPPE

Alle, die ihr kreatives Potenzial freisetzen und innovative Lösungen erarbeiten wollen.



Seminarleitung: Peter Kürsteiner, Trainer und Innovationsmanager

Termin: 26.03. - 27.03.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 320060

Verhandlungsführung

Ob bewusst oder unbewusst: In Ihrem Berufsalltag verhandeln Sie fast täglich. Sie bahnen Vertragsabschlüsse an, erwirken bessere Einkaufskonditionen oder verteilen die Aufgaben im Team neu. Die Ursache für Blockaden und festgefahrene Verhandlungssituationen sind dabei häufig nicht die unterschiedlichen Positionen, sondern versteckte Interessen, Sorgen und Ängste. Es gilt daher, die Motive des Gegenübers zu erkennen und emotionale Aspekte stets von sachlichen zu trennen.

Doch wie kann es gelingen, in der Sache hart zu bleiben, ohne dabei die Beziehungsebene zum Verhandlungspartner aus den Augen zu verlieren? Wie wird eine Verhandlung optimal vorbereitet? Wie durchschaut, benennt und handhabt man manipulative oder unfaire Verhandlungsmethoden? Mit welchen Strategien lassen sich auch schwierige Verhandlungen erfolgreich zum Abschluss bringen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Grundlagen der Verhandlungsführung, u. a. nach dem Harvard-Modell. Die Teilnehmer lernen praxistaugliche Werkzeuge für alle Phasen des Verhandlungsverlaufs kennen und erfahren, wie sie auch in schwierigen Gesprächssituationen zielorientiert und überzeugend bleiben.

THEMEN

- Grundlagen der Verhandlungsführung
 - Die richtige Vorbereitung
 - Zielgerichtete Kommunikation
 - Gesprächs- und Fragetechniken
- Die innere Haltung: Verhandlungsziele definieren und zugleich offen für neue Möglichkeiten bleiben
- Verhandlungsstile und -persönlichkeiten: Den eigenen Stil kennenlernen, andere Stile verstehen und damit umgehen lernen
- Der Verhandlungsprozess
 - Phasen beachten, Verlauf aktiv beeinflussen
 - Muster beim Verhandlungspartner durchschauen
- Das Harvard-Konzept: Sachbezogenes Verhandeln für ein Win-Win-Ergebnis
- Umgang mit Widerständen und Herausforderungen
 - Restriktionen anerkennen bei übermächtigen Verhandlungspartnern
 - Kooperativ und stark bleiben trotz unfairer Verhandlungstaktiken
 - Flexibilität und Einfühlungsvermögen bei Blockaden und in festgefahrenen Situationen

METHODEN

Trainer-Input, Gruppen- und Einzelarbeit, Rollenspiele, Behandlung der individuellen Beispiele der Teilnehmer, Feedbackrunden, Transferplanung zur Anwendung des Gelernten im Berufsalltag.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter von Verlagen, Agenturen, Wirtschaftsunternehmen und öffentlichen Institutionen sowie alle, die ihre Verhandlungsziele künftig noch erfolgreicher verwirklichen möchten.



Seminarleitung:
Axel Ader, Mediator und Experte für Verhandlungsführung

Termin 1: 19.03. - 20.03.2020 (München) Termin 2: 12.11. - 13.11.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 320061 (Termin 1, München) bzw. 320062 (Termin 2, Hamburg)

Konflikte konstruktiv lösen

Auseinandersetzungen mit Kunden, Mitarbeitern und Vorgesetzten bilden einen unvermeidbaren Bestandteil des Berufsalltags. Oft als unliebsam und blockierend empfunden, wird ihr produktives Potenzial meist verkannt: So treten in Konfliktsituationen nicht nur zuvor unbeachtete Perspektiven zutage. Auseinandersetzungen bieten zudem die Möglichkeit, Missverständnisse auszuräumen, festgefahrene Arbeitsabläufe zu überdenken und die Zusammenarbeit im Team zu verbessern. Erfolgreiche Konfliktbewältigung kann daher nicht nur zur Lösung des Problems, sondern auch zu einer angenehmeren und produktiveren Arbeitsatmosphäre führen. Erfahren Sie, wie Sie Konflikte als Chance wahrnehmen und nutzen können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die zentralen Techniken und Methoden des Konfliktmanagements. Die Teilnehmer erfahren, wie sie souverän und professionell mit Auseinandersetzungen umgehen, Eskalationen vermeiden und situationsgerechte Lösungen finden. So können sie künftig Konflikte nutzen, um die Zusammenarbeit im Team, in Gruppen oder im Unternehmen zu verbessern, die Beteiligten zu motivieren und damit effektiv zum Erfolg ihres Bereichs beizutragen.

THEMEN

- Konfliktarten
 - Definition von Konflikten
 - Konflikte in der beruflichen Praxis
 - Konflikte in Zweierkonstellationen, im Team, in Gruppen und im Unternehmen
- Konflikte erkennen
 - Ursachen und Symptome von Konflikten
 - Konfliktursachen auf Sach- und Beziehungsebene
 - Bedeutung und Nutzen von Konflikten im Unternehmenskontext
- Die innere Haltung Das eigene Konfliktverhalten einschätzen und klären
 - Reflexion des eigenen Konfliktverhaltens
 - Wirkung des eigenen Konfliktverhaltens im Unternehmenskontext
 - Konflikte als Chance wahrnehmen und nutzen
- Ansätze und Vorgehensweisen zur Konfliktlösung
 - Das Konfliktlösungsmodell nach Marshall B. Rosenberg als Win-Win-Prinzip
 - Beobachten statt werten
 - Eigene Gefühle und Bedürfnisse reflektieren und kommunizieren
 - Bitten statt fordern
 - Individuelle Lösungsansätze zur gezielten Konfliktbewältigung
 - Konfliktstile erkennen und konstruktiv damit umgehen
 - Wirkungsanalyse verschiedener Vorgehensweisen
- Individuelles Einüben von Techniken zur Konfliktbewältigung

METHODEN

Kurzvorträge, Diskussion, Fallbeispiele, Rollenspiele, Selbstreflexion. Darüber hinaus haben die Teilnehmer die Gelegenheit, Praxisfälle einzubringen und gemeinsam mit der Gruppe zu bearbeiten.

ZIELGRUPPE

Alle, die ihre Kompetenzen in den Bereichen Kommunikation und Konfliktbewältigung reflektieren und durch effiziente Methoden erhöhen möchten.



Seminarleitung: Eva-Maria Reichl, Systemischer Coach und Trainerin

Termin: 24.11. - 25.11.2020

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 320063

Mehr Erfolg durch sicheres Auftreten

Ausstrahlung und Selbstbewusstsein, Erfolg im Umgang mit Kunden und Kollegen – wer wünscht sich das nicht? Ein sicheres und ausdrucksstarkes Auftreten ist entscheidend für Ihren Erfolg, sei es in Verhandlungen, in der Vertreterkonferenz oder beim Mitarbeitermeeting. Über Ihre Körpersprache können Sie Glaubwürdigkeit, Durchsetzungsfähigkeit und Kompetenz vermitteln. Signalisiert die Körpersprache stattdessen aber Zurückhaltung oder Unsicherheit, nützt auch das beste Fachwissen und Rhetorik nichts. Schließlich wird der erste Eindruck hauptsächlich durch nonverbale Signale geprägt. Erfahren Sie, wie Ihnen die Summe aus gutem Körperbewusstsein, innerer Balance und angemessenem Einsatz von Körpersprache zur richtigen Zeit zu einem überzeugenden Auftreten und einer sympathischen Ausstrahlung verhilft.

SEMINARZIEL

Das Seminar trainiert einen gezielten und erfolgreichen Einsatz von authentischer Körpersprache und mentaler Stärke, der Ihren Handlungsspielraum und Ihre körperliche Ausdrucksfähigkeit erweitert. Sie können mit Souveränität und Selbstbewusstsein öffentliche Auftritte gestalten und offen auf Gesprächspartner zugehen.

THEMEN

- Embodiment Die Wechselwirkung von Körper, Gehirn und psychischer Stabilität
- Der erste Eindruck: Wissen, wie man auf andere wirkt- Nachteilige Muster vermeiden
- Wertschätzende Körpersprache: Nähe und Vertrauen herstellen
- Gestik: Durch richtigen Körpereinsatz handlungsfähig und präsent werden
- Mimik: Profil im Umgang mit Kollegen und Vorgesetzten zeigen
- Stimmeinsatz und Atmung: Präsenz und Stabilität gewinnen
- Aktiver Blickkontakt und richtige Platzwahl: Aufmerksamkeit zeigen und bekommen
- Körperhaltung: Standpunkt darlegen und Durchsetzungsfähigkeit entwickeln
- Körpersprache und Auftreten in verschiedenen Situationen: Präsentation und Diskussion, Kritik- und Bewerbungsgespräch, Konferenzen, öffentliche Auftritte
- Rezepte gegen Lampenfieber: Mentale Stabilisierung

METHODEN

Theorievermittlung, Groß-und Kleingruppenarbeit, Feedback, Fallbeispiele, Videoaufnahmen, Body2Brain ccm®-Methode, stärkende Mentaltechniken.

ZIELGRUPPE

Alle, die – nicht nur öffentlich – auftreten und überzeugen müssen. Alle, die ihre Selbstdarstellung und das eigene kommunikative Potenzial überprüfen und optimieren möchten.



Seminarleitung: Dr. med. Claudia Croos-Müller, Neurologin, Psychotherapeutin, Trainerin

Termin: 07.12. - 08.12.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-Seminar-Nr.: 320064

Professionelles Beschwerdemanagement

Probleme lösen, Kunden binden

Beschwerden kosten Zeit und Nerven, sind aber fast überall, wo es Kundenkontakt gibt, unvermeidbarer Bestandteil des Jobs. Oft nur als lästige Störungen empfunden, wird ihr produktives Potenzial meist verkannt. Dabei kann ein professionelles Beschwerdemanagement eine echte Chance zur langfristigen Kundenbindung sein. Denn nur wenn Unternehmen Reklamationen ernst nehmen, Probleme identifizieren und zufriedenstellende Lösungen finden, können sie ihre Kunden neu begeistern, binden und bestenfalls sogar für Empfehlungen sorgen. Außerdem kann ein effizientes Beschwerdemanagement auch interne Fehlerquellen oder Qualitätsmängel aufzeigen und so dauerhaft zur Prozessoptimierung beitragen. Doch wie gehen Sie professionell und konstruktiv mit Beschwerden um? Wie gelingt es, die Erwartungen und Absichten der Kunden zu erkennen? Wie lassen sich besonders schwierige Kunden wieder einfangen? Und mit welchen Methoden können Sie eine gute Lösung für alle Beteiligten finden?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt den Teilnehmern Tools und Techniken für ein professionelles Beschwerdemanagement. Sie erfahren, wie sie Reklamationen als Chance für einen intensiven Austausch mit einzelnen Kunden nutzen können und zufriedenstellende Problemlösungen für alle Beteiligten finden. Dazu trainieren sie im Seminar entsprechende Gesprächsabläufe.

THEMEN

- Grundlagen und Einführung
 - Statistischer Hintergrund Daten und Fakten zu Reklamationen
 - Beschwerdemanagement Worin liegt die Chance für Sie und das Unternehmen?
 - Psychologische Zusammenhänge
 - Die verschiedenen Ursachen und Arten von Reklamationen
 - Mechanismen bei Beschwerden
 - Reklamationsverhalten und Absichten der Kunden
- Erfolgreiches Beschwerdemanagement
 - 5 Grundregeln bei Reklamationen Was unbedingt getan bzw. vermieden werden muss
 - Schriftliche Reklamationen Musterschreiben und Beispielformulierungen
 - Kommunikationsstrukturen und Abläufe von Beschwerdegesprächen
 - Der richtige Ton
 - Zuhören und Analyse der Beschwerde
 - Fragetechniken
- Wiedergutmachung, Entschuldigung, Fehler zugeben? Maßgeschneiderte Lösungen finden
- Verständnis und Souveränität Deeskalationsstrategien bei schwierigen Kunden
- Nachbearbeitung, Reporting und Qualitätskontrolle
- Workshop Ausarbeitung von Vorgehensweisen für den Arbeitsalltag der Teilnehmer

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen, praktische Übungen und Erarbeiten von eigenen Lösungen.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Beispiele für Beschwerden einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Alle Mitarbeiter, die direkten Kundenkontakt haben und ihren Umgang mit Beschwerden und Reklamationen professionalisieren wollen.



Seminarleitung: Stefan Betsch, Berater und Experte für Beschwerdemanagement

Termin: 18.03. - 19.03.2020

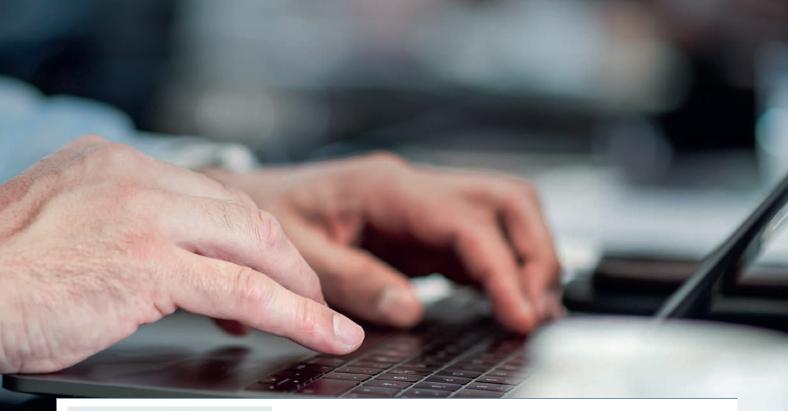
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Tagungsort in München

Teilnehmer: 15 Preis: € 1.095,-

Seminar-Nr.: 320065

MEDIENRECHT Medienrechtsfragen im Unternehmensalltag sicher beantworten





BERATUNG UND ANMELDUNG

Ihre Ansprechpartnerin

Susanne Rauscher Tel.: +49 89 291953-65

E-Mail: susanne.rauscher@medien-akademie.de



INHOUSE-SEMINARE

Alle Veranstaltungen können Sie auch als Inhouse-Seminare buchen. Nähere Infos auf den Seiten 30 – 33.

Ihre Ansprechpartnerin

Tina Findeiß

Tel.: +49 89 291953-64

E-Mail: tina.findeiss@medien-akademie.de

Unsere Medienrechtsseminare richten sich an Juristen und Nicht-Juristen, die in ihrem Arbeitsalltag mit medienrechtlichen Fragen konfrontiert sind. Vermittelt werden die wichtigsten Kenntnisse, um bei sich stetig ändernden gesetzlichen Regelungen auf dem aktuellsten Stand zu bleiben. Nach dem Seminarbesuch sind die Teilnehmer in der Lage, Vertragsgestaltungen zu beurteilen, rechtssicher zu verhandeln und die Realisierbarkeit strategischer Entscheidungen richtig einzuschätzen.

AUF EINEN BLICK

ALLGEMEINES VERTRAGSRECHT		MUSIKBRANCHE	
■ Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis ◆ Termin: 27.03.2020	226	 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 	
URHEBERRECHT • Bildrechte Intensivseminar – Lizensierung, Vertragsgestaltung, Rights Management • Termin: 05.05. – 06.05.2020 • Bildrechte Termin 1: 15.01.2020 (München) bzw.		Termin: 01.04.2020 Das internationale Musikgeschäft und die großen Auswerter – Wie YouTube, Spotify und Co. die Vertrags- und Geschäftspraxis verändern Termin: 03.09.2020 GEMA, GVL & Co. – Kollektive Rechtewahrnehmung im nationalen und internationalen Musikgeschäft Termin: 08.12.2020	. 239
Termin 2: 16.09.2020 (Hamburg) Bildrechte digital Termin: 04.03.2020 Urheberrecht – Grundlagen Termin 1: 17.02.2020 bzw.		FILM, FERNSEHEN, HÖRFUNK • Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel – Grundlagen Termin: 08.10.2020	2/2
Termin 2: 01.12.2020 Urheberrecht – Das Jahres-Update ♦ Termin: 02.12.2020 • Urheber- und Medienrecht in der Unternehmenskommunikation – Bild-, Ton- und Textmaterial rechtssicher verwenden Termin: 22.04.2020	231	 Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel – Das Jahres-Update ❖ Termin: 09.10.2020	
LICENCING UND MERCHANDISING • (Merchandising-)Lizenzen in der Praxis – Die Grundlagen der Vermarktung bekannter Themen, Charaktere, Kunst, Marken, Namen und Personen Termin: 25.06.2020		Termin: 14.05.2020	
PRESSERECHT • Medien- und Presserecht – Rechtssicher agieren in Redaktion, PR und Corporate Communications ❖ Termin: 26.05.2020	234	Termin 3: 19.10.2020 (Berlin) DATENSCHUTZ ■ Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen ◆ Termin 1. 07.07.2020 hau.	245
• Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht – Grundlagen Termin: 17.11. – 18.11.2020 • Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht – Das Jahres-Update ❖ Termin: 19.11.2020		Termin 1: 07.04.2020 bzw. Termin 2: 27.07.2020	246

RRANCHE

 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages Termin: 01.04.2020 Das internationale Musikgeschäft und die großen Auswerter – Wie YouTube, Spotify und Co. die Vertrags- und Geschäftspraxis verändern Termin: 03.09.2020 GEMA, GVL & Co. – Kollektive Rechtewahrnehmung im nationalen und internationalen Musikgeschäft Termin: 08.12.2020 	. 239
FILM, FERNSEHEN, HÖRFUNK • Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel – Grundlagen Termin: 08.10.2020	. 747
 Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel – Das Jahres-Update ❖ Termin: 09.10.2020 . Rechteklärung bei Film- und Multimedia-Produktionen – Mit einer Übersicht über die rechtlichen Voraussetzungen von Product Placement Termin: 14.05.2020 . 	. 243
ARBEITSRECHT • Künstlersozialabgabe – Fit für die nächste Betriebsprüfung! Termin 1: 20.01.2020 (München) bzw. Termin 2: 30.06.2020 (Köln) bzw. Termin 3: 19.10.2020 (Berlin)	. 245
DATENSCHUTZ • Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen Termin 1: 07.04.2020 bzw.	

JETZT INFORMIEREN: www.medien-akademie.de

Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis



Ob Letter of Intent, Lizenzvertrag oder AGBs – auch in der Medien- und Kommunikationsbranche werden Vertragsbeziehungen immer komplizierter. Um sich in dem Wirrwarr aus Rechten und Pflichten zurechtzufinden, ist es wichtig, verschiedene Vertragsstrukturen zu kennen und über Nebenvereinbarungen, Beschränkungen und Besonderheiten Bescheid zu wissen. Denn nur wenn der Handlungsspielraum aller Beteiligten geklärt ist – vom Verlag über die Produktionsfirma bis hin zur Agentur – können erfolgreiche Produkte entstehen. Welche rechtlichen Grundlagen liegen also den gängigen Verträgen der Medienbranche zugrunde – vom Urheber- bis zum Persönlichkeitsrecht? Braucht es einen Vorvertrag oder reicht für die eigenen Unternehmensbelange eine Erklärung aus? Wie sind Lizenz- und Lieferverträge aufgebaut? Und was sind zulässige Formulierungen für Nebenvereinbarungen und Vertragskündigungen? Erlangen Sie in diesem Seminar die zentralen juristischen Grundlagen rund um gängige Verträge und Vereinbarungen im Media-Business, um künftig Fallstricke im Unternehmensalltag zu vermeiden.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt anhand von kommentierten Mustervereinbarungen und -verträgen die wichtigsten vertraglichen Grundlagen für die tägliche Praxis in Medienunternehmen und Agenturen. Die Teilnehmer können die gängigen Verträge und Vereinbarungen auf Basis der Musterverträge nun selbst abschließen, ohne einen Rechtsanwalt zurate ziehen zu müssen.

THEMEN

- Urheber- und Persönlichkeitsrecht Grundlagen
 - Urheberrechtlicher Werkschutz Urheberrecht, Leistungsschutzrecht,
 Nutzungsrecht, angemessene Vergütung
 - Allgemeines Persönlichkeitsrecht Gesetzliche Bestimmungen
- Gestaltung von Verträgen Grundlagen
 - Vertragsfreiheit Privatautonomie und ihre Schranken
 - Festlegung der Regelungsgegenstände Vom Werk über den Leistungsumfang bis hin zu Zahlungspflichten
 - Haupt- und Nebenpflichten
 - Rechteübertragung
 - Garantie und Haftung
- Besonderheiten bei Verträgen und Vereinbarungen
 - Geheimhaltungsvereinbarung
 - Letter of Intent Absichtserklärung oder schon Vorvertrag?
 - Lizenzvertrag Welche Rechte werden übertragen und was sind die Beschränkungen?
 - Sideletter Rechtskonforme Formulierung von Nebenvereinbarungen
 - Wirksame Gestaltung von Kurzvereinbarungen
 - Die Rolle der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)
- Rechtskonforme Kündigung von Vertragsverhältnissen

METHODEN

Vortrag und Diskussion, Erläuterung anhand von Musterverträgen, Fallbeispiele und Erarbeitung eines Leitfadens für die tägliche Praxis.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lizenzabteilungen in Verlagen, Agenturen oder Produktionsfirmen sowie Fach- und Führungskräfte aus Redaktion und Vertrieb, die mit Vertragsgestaltung zu tun haben, kaufmännische Leiter und Geschäftsführer.



Seminarleitung: Dr. Martin Schippan, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 27.03.2020 Tagungsort in München

Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190078

Bildrechte Intensivseminar

Lizensierung, Vertragsgestaltung, Rights Management



Dank Fotografen, Illustratoren, Grafikern, Bildagenturen und Plattformen mit lizenzfreien Angeboten sind die Quellen für Bild- und Videomaterial heute ebenso vielfältig wie ihre Verwendungsmöglichkeiten: ob für gedruckte oder digitale Medien, für Corporate Website oder Facebook-Fanpages, für redaktionelle Zwecke oder PR & Werbung. Dabei ist die Nutzung von Bildern und Videos im Print- wie auch im Online-Bereich durch ein komplexes System aus Urheber- und Persönlichkeitsrechten geregelt, das Sie kennen müssen, damit eine harmlos erscheinende Veröffentlichung nicht zu teuren Abmahnungen und Geldstrafen führt.

Genau hier setzt das Kompaktseminar an: Wie können Nutzungsrechte an Bild- und Videomaterial erworben oder vergeben werden? Welche Möglichkeiten der Vertragsgestaltung gibt es, egal ob Sie Vereinbarungen mit Fotografen, Bildagenturen oder Illustratoren treffen? Welchen Prüfungspflichten unterliegen Sie als Bildnutzer? Welche Besonderheiten gilt es beim Einsatz von Bildmaterial in Social Media zu beachten? Welche typischen Probleme tauchen dabei auf und welche Lösungsansätze haben sich in der Praxis bewährt?

SEMINARZIEL

Das Kompaktseminar vermittelt Ihnen die wichtigsten juristischen Grundlagen im Bereich Bildrechte – sowohl im klassischen Print- als auch im Online-Bereich. Dabei erfahren Sie, welche Aspekte und Regelungen Sie für den rechtskonformen Erwerb und Einsatz von Bild- und Videomaterial beachten müssen. Anhand von Musterverträgen erhalten Sie einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten der Vertragsgestaltung und deren Bedeutung für das richtige Rights Management und den Aufbau einer soliden Bilddatenbank.

THEMEN

- Erwerb und Einsatz von Bildmaterial im Print- und Online-Bereich: Rechtliche Grundlagen und ihre praktischen Auswirkungen
- Rechteinhaber und -verwerter im Überblick
- Urheber- und Leistungsschutzrechte bei Bildnutzung Print und Online
 - Rechte von Urhebern, Eigentümern und Museen
 - Quellenangabe, Credits und Nennung der Urheber: Bildnachweise erstellen und rechtskonform platzieren
 - Bearbeitung von Bild-/Videomaterial und Bildmontage
- Erwerb von Nutzungsrechten: Angemessene Honorare und Lizenzgebühren
- Ausnahmen: Freie Bildnutzung, gemeinfreie Bilder, Bildzitate, Panoramafreiheit
- Die Rolle der Verwertungsgesellschaften: VG Bild-Kunst
- Die Rolle des Persönlichkeitsrechts: Das Recht am eigenen Bild
 - Wahrung der Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen
 - Erkennbarkeit von Personen
 - Voraussetzungen für eine Einwilligung
 - Sonderfälle: Veranstaltungen, Prominente, Demonstrationen
 - Besonderheiten: von der Veröffentlichung von Mitarbeiterfotos bis zum Einsatz von Personenfotos in sozialen Netzwerken
- Die Rolle des Datenschutzes beim Einsatz von Bildmaterial: Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
- Rechtliche Folgen einer Verletzung von Urheber- und Persönlichkeitsrechten
- Haftung und Durchsetzung von Ansprüchen

- Vertragsstandards und deren Verhandelbarkeit: Erwerb von Bildrechten
 - von Foto-/Videografen (Mustervertrag für Foto-/Videografen)
 - von Illustratoren und Grafikern (Mustervertrag für Illustratoren)
- von kostenpflichtigen Bildagenturen (AGBs verschiedener Bildagenturen)
- von Internetplattformen (z. B. Creative Commons-Lizenzen CCO)
- Vertragsstandards und deren Verhandelbarkeit beim Erwerb von Persönlichkeitsrechten
 - Model-Release und Einwilligungserklärungen
 - Model-Vertrag (Mustervertrag)
 - Informationspflichten nach DSGVO

METHODEN

Referat und Diskussion, Erläuterung anhand von Musterverträgen, Fallbeispiele und Erarbeitung eines Leitfadens für die tägliche Praxis.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter von Unternehmen und Agenturen, v. a. aus den Abteilungen (Online-) Marketing, (Online-)Redaktion, Corporate Publishing und Content Marketing, PR und Kommunikation, Fotografen, Illustratoren und Grafiker, sowie alle, die mit der Verwendung, Beschaffung oder dem An- und Verkauf von Bildern befasst sind.



Seminarleitung: Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 05.05. – 06.05.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-Seminar-Nr.: 170022

Bildrechte

Ob Fotos, Illustrationen, Grafiken oder Collagen – auf die Verwendung von Bildmaterial kann bei fast keinem Medienprodukt verzichtet werden. Dies gilt nicht nur für Print-Erzeugnisse wie Magazine, Bücher oder Werbematerial, sondern auch für digitale Formate wie E-Books, Websites, Social Media oder Apps. Die Nutzung von Bildern ist dabei durch ein komplexes Rechtssystem aus Urheber- und Persönlichkeitsrechten geregelt, das Sie kennen müssen, damit eine harmlos erscheinende Bildveröffentlichung nicht zu einem teuren Rechtsstreit führt. Hier setzt das Seminar an und gibt Antworten auf Fragen wie: Welche Rechte müssen bei der Erstellung und Bearbeitung von Bildern und Fotos beachtet werden – vom Urheber- über das Marken- bis hin zum Persönlichkeitsrecht und der Datenschutzgrundverordnung? Welche Pflichten – vom Rechteerwerb bis hin zu Nennung des Urhebers – müssen bei der Veröffentlichung von Bildmaterial auf den unterschiedlichen Kanälen in Print und online eingehalten werden? Welche Nutzungsrechte und Bildlizenzen gibt es und wie sieht ein rechtssicherer Lizenzvertrag aus? Und was ist bei der Verwendung von Bildmaterial von kostenlosen Plattformen und Stock-Archiven zu beachten?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt den juristischen Hintergrund, den Unternehmen, Bildredaktionen, Agenturen sowie Fotografen und Journalisten für den rechtssicheren Umgang mit Bildmaterial berücksichtigen müssen. Es wird ein Leitfaden für die Prüfung sowie den Erwerb und die Lizenzierung von Bildmaterial entwickelt.

THEMEN

- Rechteinhaber und -verwerter im Überblick
- Urheber- und Leistungsschutzrechte bei der Nutzung von Bildern in Print und Online
 - Rechte der Eigentümer und Urheber
 - Credits und die Nennung der Urheber
 - Bearbeitung von Bildern
- Vertragsstandards und deren Verhandelbarkeit beim Erwerb von Bildrechten
 - von Bildagenturen
 - von Fotografen
 - von Internetplattformen (z. B. Creative Commons, User Generated Content)
 - von der VG Bild-Kunst
- Angemessene Lizenzgebühren
- Freie Bildnutzung, gemeinfreie Bilder, Bildzitate, Panoramafreiheit und andere Ausnahmen
- Das Recht am eigenen Bild Die Rolle des Persönlichkeitsrechts und der Datenschutzgrundverordnung
 - Verhältnis der DSGVO zum Recht am eigenen Bild
 - Erkennbarkeit von Personen
 - Notwendigkeit und Entbehrlichkeit einer Einwilligung: Prominente, Veranstaltungen, Beiwerk und berechtigte Interessen
 - Voraussetzungen einer Einwilligung und Model-Vertrag
- Rechtliche Folgen einer Verletzung von Urheber- und Persönlichkeitsrechten
- Haftung und Durchsetzung von Ansprüchen

METHODEN

Referat anhand von Fallbeispielen, Diskussion, Erläuterung von Musterverträgen und Leitfäden.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Bereichen Redaktion, Content- und Produktmanagement, Marketing, PR, Corporate Communications, Corporate Publishing, Design und Gestaltung von Unternehmen, Agenturen und öffentlichen Einrichtungen sowie Fotografen und Journalisten, die mit der Verwendung, Beschaffung oder dem An- und Verkauf von Bildern befasst sind.



Seminarleitung: Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 15.01.2020 (München) Termin 2: 16.09.2020 (Hamburg)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 170019 (Termin 1, München) bzw. 170020 (Termin 2, Hamburg)

Bildrechte digital

Von E-Books und E-Learning-Angeboten über die eigene Website bis hin zu Apps oder Plattformen wie Facebook und Instagram – es gibt immer mehr digitale Formate und Kanäle, die mit Bildmaterial bespielt und gestaltet werden müssen. Mit dem wachsenden Bedarf an Bildern steigen aber auch die Risiken, die mit digitalen Produkten und einer Veröffentlichung im Netz einhergehen. Zum einen gilt es, "altbekannte" Regelungen aus dem Bereich des Urheber- und Persönlichkeitsrechts und der DSGVO (Datenschutzgrundverordnung) im digitalen Umfeld richtig anzuwenden. Zum anderen beschäftigen sich die Gerichte mit einer Reihe offener Rechtsfragen von der Frage der Haftung für verlinkte Inhalte bis hin zur Auslegung von Creative Commons Lizenzbedingungen. In diesem Seminar lernen Sie die wichtigsten Grundlagen auf dem Gebiet digitaler Bildrechte kennen und erhalten Einblick in viel diskutierte Praxisfälle.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt den juristischen Hintergrund, den es im Umgang mit digitalem Bildmaterial zu berücksichtigen gilt. Im Fokus steht dabei die Rechtslage im Bereich der Online-Bildnutzung unter besonderer Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung. Es werden typische Probleme bei der Handhabung digitaler Bildrechte aufgezeigt, Lösungsansätze entwickelt und deren vertragliche Umsetzung besprochen.

THEMEN

- Rechtliche Grundlagen für die digitale Bildnutzung
 - Nutzungsangebote im Online-Bereich: Von digitalem Content über Marketing und Pressearbeit bis zur eigenen Website
 - Redaktionelle vs. kommerzielle Nutzung: Rechtliche Grauzonen
- Mustervertrag und Klauseln zum Erwerb von digitalen Rechten vom E-Book bis zur Virtual Reality
- Bildbeschaffung online: Datenbanken, Agenturen, Archive und ihre AGB
- Veröffentlichungen in sozialen Netzwerken
- Links, Vorschaubilder, Snippets und Leseproben
- Bearbeitung und interaktive Angebote
- Creative Commons Lizenzen und "freies" Bildmaterial
- Persönlichkeitsrecht: Verhältnis der DSGVO zum Recht am eigenen Bild
 - Notwendigkeit und Entbehrlichkeit einer Einwilligung
 - Voraussetzungen einer Einwilligung und Model-Vertrag
- Haftung und Folgen bei Verletzungen von Urheber- und Persönlichkeitsrechten in digitalen Medien
- Aktuelle Rechtsprechung

METHODEN

Referat anhand von Fallbeispielen, Diskussion, Erläuterung von Musterklauseln und Leitfäden.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter von Unternehmen, Agenturen, öffentlichen Einrichtungen und Stiftungen aus den Abteilungen Marketing, Corporate Publishing, PR und Kommunikation, die mit der Beschaffung und Verwendung von Bildern in digitalen Medien befasst sind.



Seminarleitung:

Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 04.03.2020 Tagungsort in Berlin

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 170021

Urheberrecht

Grundlagen

Ob Sie im Verlag, in der Film- oder Musikproduktion, im Fernsehen und Hörfunk oder im Bereich des Merchandising tätig sind – Grundlage Ihres Handelns ist immer auch das Urheberrecht. Dieses regelt den gesamten Prozess von der Entstehung eines Werkes über die Vermarktung bis hin zur Nutzung durch den Konsumenten. Über Jahrzehnte hinweg hat sich ein komplexes Regelwerk entwickelt, dessen Grundkenntnis zum Handwerkszeug eines jeden kreativ Tätigen in der Medienindustrie gehört und das im digitalen Zeitalter erheblich an Bedeutung gewinnt: Keine E-Mail-Kommunikation und kein Website-Besuch erfolgt, ohne dass dabei urheberrechtliche Belange tangiert werden! Nur wer die gesetzliche Regelung kennt, kann sich beim Herstellen, Bearbeiten und Publizieren eines Textes, dem Aufbau eines Online-Vertriebs oder dem Abschluss eines Lizenzvertrags richtig verhalten. Damit Sie die für die Vermarktung relevanten Aspekte und zukünftige Entwicklungen beachten und immer wiederkehrende Fehler vermeiden können, benötigen Sie ein fundiertes juristisches Grundwissen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die juristischen Grundkenntnisse, die im Umgang mit urheberrechtlich schutzfähigen Werken unbedingt erforderlich sind. Ziel des Seminars ist der mühelose und kompetente alltägliche Umgang mit diesem Content und den dazugehörigen Rechten.

THEMEN

- Einführung
 - Einordnung des Urheberrechts ins Rechtsgefüge
 - Die (zunehmende) Bedeutung des Urheberrechts
 - Rolle von Rechteinhabern/Urhebern, Rechtevermittlern und -verwertern
- Das Urheberrecht
 - Das urheberrechtlich geschützte Werk
 - Bearbeitung, Umgestaltung, Kürzung Was ist erlaubt?
 - Urheber, Miturheber, angestellte Urheber
 - Exkurs: Welche Rechte hat der Eigentümer eines Werkes?
 - Darsteller und Interpreten
 - Urheberbenennung und Copyright-Vermerk
- Nutzungsrechte und Lizenzen
 - Verwertungsrechte, Nutzungsrechte, Lizenzen
 - Die angemessene Vergütung
 - Schranken des Urheberrechts
 - Schutzdauer des Urheberrechts
 - Ein- und Verkauf von Rechten und Lizenzen
 - Ansprüche bei Rechtsverletzungen
 - Der Muster-Lizenzvertrag
- Die Rolle der Verwertungsgesellschaften

METHODEN

Referat, Diskussion, Fallbeispiele, Erarbeitung eines Leitfadens für die tägliche Praxis, Erläuterung eines Muster-Lizenzvertrags.

ZIELGRUPPE

Alle, die mit urheberrechtlich geschütztem Content wie Texten, Bildern etc. arbeiten, vor allem Mitarbeiter aus Lizenzabteilungen sowie aus Lektorat und Redaktion, Marketing und Vertrieb und kaufmännische Leiter.



Seminarleitung: Dr. Martin Schippan, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 17.02.2020 Termin 2: 01.12.2020 Tagungsorte in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 190079 (Termin 1) bzw. 190080 (Termin 2)

Urheberrecht

Das Jahres-Update



Während das Urheberrecht lange Zeit ein Nischendasein zwischen Buch und Bühne fristete, ist es heute in aller Munde. Jede Gesetzesnovelle diese erfolgen inzwischen in kurzen zeitlichen Abständen – wird von aufwändigen Kampagnen, ganzseitigen Zeitungsanzeigen oder wie bei der EU-Urheberrechts-Richtlinie sogar von Demonstrationen mit mehreren Tausend Teilnehmern begleitet. Bei aller Regelungsdichte überlässt der Gesetzgeber aber an vielen, zum Teil elementaren Stellen den Gerichten die genaue Festlegung der maßgeblichen Trennlinien. Die neuen Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung werden jedoch in den in der Praxis eingesetzten Autoren-, Lizenz- und Vertriebsverträgen häufig gar nicht oder nur verspätet berücksichtigt. Dadurch entstehen nicht selten beachtliche Risiken und wirtschaftliches Potenzial wird verschenkt. Um Gefahren und Chancen richtig einschätzen zu können, ist ein regelmäßiges Update Ihres Wissens rund um das Thema "Urheberrecht" daher unerlässlich.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über sämtliche Neuerungen im Bereich Urheberrecht der letzten zwölf Monate. Gesetzesnovellen und die aktuelle Rechtsprechung werden ebenso berücksichtigt wie Branchentrends und Entwicklungen aus der Vertrags- und Lizenzierungspraxis. Es wird aufgezeigt, welche Änderungen dies für die tägliche Praxis mit sich bringt und auf welche Weise ggf. Verträge oder Geschäftsbedingungen anzupassen sind, um kostspielige Fehler oder Versäumnisse für Ihr Unternehmen zu vermeiden

THEMEN

- Neueste Gesetzgebung
 - EU-Urheberrechts-Richtlinie und ihre Umsetzung
 - Aktuelle Erfahrungen mit dem Urhebervertragsrecht
 - Aktuelle Erfahrungen mit dem Urheberrechts-Wissensgesellschafts-Gesetz
- Neueste Rechtsprechung
 - Designschutz
 - Angemessene Vergütung
 - Fairnessausgleich
 - Framing, Embedding, Streaming
 - Urheberrechtlicher Werkschutz
 - Störer- und Täterhaftung
- Neueste Trends rund um das Urheberrecht
- Aktuelle Meinungen

METHODEN

Referat, Vertiefung der bestehenden Kenntnisse durch Fallbeispiele sowie Diskussion der neuesten Rechtsprechung und Gesetze. Konkrete Umsetzung der Erkenntnisse in Musterverträge.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Lizenzabteilungen sowie aus Lektorat und Redaktion, kaufmännische Leiter und Juristen in Medienunternehmen, die bereits Vorkenntnisse im Bereich Urheberrecht besitzen und sich einen Überblick über die aktuelle Gesetzeslage verschaffen möchten.



Dr. Martin Schippan, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 02.12.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190081

Um die Inhalte des Seminars so aktuell wie möglich zu gestalten, werden die endgültigen Seminarthemen erst kurz vor dem Veranstaltungstermin festgelegt. Gerne können Sie sich hierzu bei Daniela Henneberger unter info@medien-akademie.de oder +49 89 291953-45 informieren.

Urheber- und Medienrecht in der Unternehmenskommunikation

Bild-, Ton- und Textmaterial rechtssicher verwenden

Egal ob Filmmaterial für die Firmenwebsite, Textbeiträge im Corporate Blog oder Bilder von der letzten Messe auf Facebook – auf den Einsatz von Fotos, Grafiken, Videos, Texten und Tonaufnahmen kann in der Unternehmenskommunikation nicht verzichtet werden. Die Nutzung solcher Dokumente ist dabei sowohl im Print- als auch im Online-Bereich durch ein komplexes System aus Urheber- und Persönlichkeitsrechten geregelt, das Sie kennen müssen, damit eine harmlos erscheinende Veröffentlichung nicht zu teuren Abmahnungen und Geldstrafen führt. Das Seminar sensibilisiert Sie für die wesentlichen urheber- und medienrechtlichen Aspekte der Unternehmenskommunikation. So können Sie künftig rechtssichere Entscheidungen über Verwendung und Veränderung von Bild-, Text- und Tonmaterial treffen, alle erforderlichen Rechte erwerben und offene Rechtsfragen klären.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die zentralen Fragestellungen des Medien- und Urheberrechts in der Unternehmenskommunikation. Die Teilnehmer erhalten das notwendige Rüstzeug für den rechtssicheren Umgang mit geschützten Bild-, Text- und Ton-Dokumenten wie z.B. Interviews und erfahren, wie sie Werbe-, Kommunikations- und Marketingmittel in Print und digital rechtskonform herstellen. editieren und vertreiben.

THEMEN

- Urheber- und Medienrecht in der Unternehmenskommunikation Ein Überblick
- Anwendungsszenarien für urheberrechtlich geschützte Dokumente in der Unternehmenskommunikation – Vom Kundenmagazin bis Social Media
- Rechte und Rechteinhaber an Bild-/Text-/Ton-Material: Fotografen, Bildagenturen, Sprecher, Texter, Mitarbeiter etc.
- Erwerb von Rechten für verschiedene Nutzungen von Print bis Online
 - Redaktionell
 - Kommerziell
 - Werblich
 - Unternehmensintern
- Rechtssichere Bearbeitung und Umgestaltung von Bild-, Video-, Ton- und Textmaterial
- Mehrfachverwertung und Weitergabe der Materialien an Dritte
- Quellenangaben und Nennungsverpflichtungen
- Vertragsgestaltung: Einkauf, Produktion und Vertrieb von Werbemitteln
- Persönlichkeitsrechtliche Aspekte
 - Recht am eigenen Bild
 - Model Release und Einwilligungserklärung
 - Testimonialverträge
 - Fotografieren auf Messen und Veranstaltungen
- Folgen einer Rechtsverletzung bei fehlerhafter Verwendung von Bild-, Video-, Ton- und Textdokumenten

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn Fragen einzureichen und diese anschließend im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Abteilungen Unternehmenskommunikation, Öffentlichkeitsarbeit, PR und Marketing sowie aus Agenturen, die mit Bild-, Video- und Textmaterial arbeiten und rechtssicher mit urheberrechtlich geschützten Dokumenten umgehen möchten.



Seminar-Nr.: 190082

Seminarleitung:
Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und
Medienrecht. Lausen Rechtsanwälte

Termin: 22.04.2020
Tagungsort in München
Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,-

(Merchandising-)Lizenzen in der Praxis

Die Grundlagen der Vermarktung bekannter Themen, Charaktere, Kunst, Marken, Namen und Personen

Egal ob Snoopy-Tasse, Biene-Maja-Knuspermüsli oder Harry-Potter-Shirt – die Vergabe von Lizenzen an populären Marken, (fiktiven) Figuren, bekannten Logos oder Persönlichkeiten zu Merchandising-Zwecken bietet sowohl für Lizenznehmer als auch Lizenzgeber klare Vorteile. Lizenznehmer können ihren Produkten Alleinstellungsmerkmale verschaffen, sie emotional aufladen, ihre Zielgruppen ohne Streuverluste erreichen und sich echte Wettbewerbsvorteile sichern. Lizenzgeber können mit Produkten, die weit über ihr Kerngeschäft hinausgehen, ihre Markenbasis ausbauen und so die Einnahmen über das Lizenzgeschäft steigern. Doch welche rechtlichen Aspekte sind zu beachten, damit die Sekundärvermarktung von Charakteren, Marken oder bekannten Persönlichkeiten für beide Seiten zum Erfolg wird? Wie können die eigenen Rechte geschützt werden? Wie sehen rechtssichere Lizenzverträge aus und welche Besonderheiten sind in internationalen Lizenzverträgen enthalten? Und was sollte bei der Zusammenarbeit mit einer Lizenzagentur beachtet werden? Erarbeiten Sie sich die rechtlichen und wirtschaftlichen Grundlagen des Lizenzgeschäfts im Bereich Merchandising und sichern Sie sich so einen entscheidenden Marktvorteil.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die rechtlichen Probleme und Herausforderungen, die die Vermarktung bekannter Charaktere, Kunst, Marken und Persönlichkeiten mit sich bringt. Die Teilnehmer lernen die wirtschaftlichen Möglichkeiten kennen, die das Lizenzgeschäft eröffnet. Anhand von Fallbeispielen erfahren sie, wie ein Thema am besten für die Vermarktung geschützt werden kann, durch welche Arten der Verwertung Rechte Dritter verletzt werden und welche Möglichkeiten es bei der Gestaltung von (Merchandising-)Lizenzverträgen gibt.

THEMEN

- Übersicht Lizenzgeschäft (mit Fokus auf Merchandising)
 - Relevante Begrifflichkeiten Von Werk über Lizenz bis hin zu Merchandising
 - Player und Beteiligte Vom Autor oder Grafiker über Verlage oder Produktionsfirmen bis hin zur Lizenzagentur
- Verwertungsobjekte Definition und Auswahlkriterien
- Schutz und Erwerb der Rechte an Verwertungsobjekten
 - Betroffene Rechte
 - Urheberrecht
 - Markenrecht
 - Titelrecht
 - Namensrecht
 - Persönlichkeitsrecht
 - Designrecht
 - Erlangung und Absicherung der Rechte
 - Umfang und Dauer des Schutzes
 - Formalitäten und Kosten
- Der (Merchandising-)Lizenzvertrag
 - Inhalt und Definition
 - Vorschriften und Klauseln National und international
 - Besonderheiten bei Agenturverträgen
 - Musterverträge und Checklisten
 - Verhandlungsleitfäden

METHODEN

Präsentation, Fachreferat, Diskussion, Fallbeispiele der Teilnehmer, Arbeit an Verträgen und Formularen.

ZIELGRUPPE

Produktmanager, Rechteinhaber, Mitarbeiter aus Marketing-Abteilungen und Lizenzagenturen, Lizenzeinkäufer, für das Lizenzgeschäft zuständige Mitarbeiter aus Verlagen, Medienhäusern und Unternehmen, Juristen im Lizenzbereich.



Seminarleitung:
Dr. Ursula Feindor-Schmidt, LL.M., Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 25.06.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190083

Medien- und Presserecht

Rechtssicher agieren in Redaktion, PR und Corporate Communications



Als Redakteur, PR- oder Corporate Communications-Verantwortlicher müssen Sie sich bei der täglichen Arbeit mit Texten und Bildern zahlreiche medien- und presserechtliche Fragen stellen: Darf ich das ausgewählte Zitat problemlos in der Pressemitteilung und im Artikel verwenden oder sind urheberrechtliche Fragen zu klären? Welche Bilder darf ich für den Unternehmensblog oder Social Media nutzen und von wem muss ich dafür die Erlaubnis einholen? Wie kennzeichne ich werbliche Inhalte, z. B. bei Sponsored Content? Klar ist: Die Berührungspunkte von journalistischer und redaktioneller Arbeit mit dem Medien- und Presserecht sind zahlreich – ob Urheber-, Persönlichkeits- oder Wettbewerbsrecht. Fundierte Kenntnisse der gesetzlichen Regelungen helfen Ihnen dabei, Risiken besser einzuschätzen und Fehler zu umgehen. So können Sie sich und Ihre Redaktion, Pressestelle oder Kommunikationsabteilung möglichst unangreifbar machen und Abmahnungen und schlimmstenfalls Geldstrafen vermeiden.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt wichtige juristische Grundlagen für die Arbeit in Redaktionen, Pressestellen und der Unternehmenskommunikation. Die Teilnehmer lernen die Rechte und Pflichten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kennen und schärfen ihren Blick für medienrechtliche Fragestellungen, um Risiken – auch und gerade im Netz – künftig zu vermeiden. Der im Seminar erstellte Leitfaden unterstützt sie beim rechtssicheren Umgang mit Texten, Bildern und anderen urheberrechtlich geschützten Inhalten in Print, Online und Social Media

THEMEN

- Einführung in das Medien- und Presserecht
- Urheber- und Persönlichkeitsrecht: Text, Titel und Bilder rechtssicher verwenden
 - Richtiger Umgang mit Fremdtexten
 - Titelschutz und Bildrechte
 - Impressumspflicht, V.i.S.d.P.
 - Trennung von Werbung und kommerziellen Inhalten
 - Persönlichkeitsrechtliche Fragen und die Rolle der DSGVO
- Pressefreiheit: Ursprung, Reichweite und Ausprägungen
 - Publizistische Sorgfaltspflicht
 - Informations- und Auskunftsanspruch
 - Informantenschutz und Zeugnisverweigerungsrecht
 - Kollision mit anderen Rechtsgütern wie Persönlichkeitsrechten
- Ansprüche bei falschen Darstellungen oder unerlaubter Verwendung geschützter Inhalte
 - Unterlassung und Gegendarstellung
 - Widerruf und Richtigstellung
- Presserecht für das Internet
 - Besonderheiten bei Websites und Social Media
 - Rechteeinräumung und Rechteerwerb für Online-Content
- Haftung für Drittinhalte Abgrenzung eigener vs. fremder Content
- Neueste Rechtsprechungen und aktuelle Fälle

METHODEN

Vortrag, Diskussion, Fallbeispiele, Erarbeitung eines Leitfadens für die tägliche Praxis.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus den Abteilungen PR, Corporate Communications und Lizenzen von Unternehmen, Institutionen, Verbänden, Medienhäusern und Agenturen sowie Redakteure und Kommunikationsverantwortliche, die Inhalte für ihre klassischen und digitalen Kanäle rechtssicher erstellen und verwenden wollen.



Seminarleitung: Dr. Martin Schippan, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 26.05.2020 Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190084



Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht

Grundlagen

Verlagsverträge regeln den Erwerb von Nutzungsrechten zwischen Verlag und Kreativen wie z. B. Autor, Fotograf, Illustrator, Herausgeber oder Übersetzer. Sie bilden damit die Grundlage des Verlagsgeschäfts, denn nur im Besitz der Nutzungsrechte darf der Verlag seine Produkte herstellen und vertreiben. Die genaue Ausgestaltung der Verträge hat für den Verlag also nachhaltige wirtschaftliche Folgen. Während dabei früher die klassische Druckausgabe im Vordergrund stand, ist es heute das digitale Verlagsportfolio aus etwa E-Learning-Produkten, E-Books oder interaktiven Online-Plattformen, das an Bedeutung gewinnt und mit dem sich beachtliche Summen erwirtschaften lassen. In diesem Seminar erhalten Sie fundiertes juristisches Grundwissen, um bei der Vertragsgestaltung im Verlag alle relevanten Aspekte und Zukunftsperspektiven berücksichtigen zu können.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die juristischen Grundkenntnisse, die beim Erwerb und Vertrieb von Nutzungs- und Vermarktungsrechten für Verlagsprodukte in Print und digital erforderlich sind. Ziel ist der kompetente Umgang mit Verlagsverträgen aller Art. Schwerpunkte bilden auf nationaler wie auch internationaler Ebene das Urheber- und Verlagsrecht zur Frage des Schutzumfangs, die Gestaltung von Rechteklauseln, die Vergütung und die Rolle der Verwertungsgesellschaften.

THEMEN

- Urheber- und Leistungsschutzrechte Grundlagen
 - Rechteverwerter und -inhaber im Überblick Vom Autor über die Verwertungsgesellschaft bis hin zum Verlag
 - Das geschützte Werk Vom Text über die Grafik bis hin zum Titel
 - Umfang und Dauer des Schutzes
 - Vergabe und Einräumung von Nutzungsrechten
 - Angemessene Vergütung
 - Schrankenregelungen und Ausnahmen
 - Haftung bei Rechtsverletzungen
- Grundlagen des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts und seine Bedeutung im Vertragsrecht
- Der Autoren-Vertrag
 - Buchrechte
 - Offline- und Online-Rechte
 - Hörbuchrechte
 - Verfilmungsrechte
 - Merchandisingrechte
 - Bearbeitungsrechte
 - Honorierung
 - Veröffentlichungspflichten und Rückfall von Rechten
- Besonderheiten von Verträgen mit anderen Urhebern
 - Übersetzervertrag
 - Herausgebervertrag
 - Verträge mit Illustratoren/Fotografen

- Die Rolle der Verwertungsgesellschaften VG Wort und VG Bild-Kunst
 - Nutzen und Ansprüche der Verwertungsgesellschaften
 - Wahrnehmungsvertrag der Autoren/Künstler/Fotografen mit den Verwertungsgesellschaften

METHODEN

Referat und Diskussion, Erläuterung anhand von Musterverträgen, Fallbeispiele und Erarbeitung eines Leitfadens für die tägliche Praxis.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter sowie Fach- und Führungskräfte aus Lektorat und Redaktion, verantwortliche Mitarbeiter aus dem Lizenzbereich, kaufmännische Leiter sowie Verlagsleiter.



Seminarleitung:
Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und
Medienrecht. Lausen Rechtsanwälte

Termin: 17.11. – 18.11.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 995,-

Seminar-Nr.: 170023

Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht

Das Jahres-Update



Verlage und ihr Umfeld befinden sich in einem steten strukturellen Wandel, der sich auch in rechtlicher Hinsicht auswirkt. So gibt es immer wieder neue gesetzliche Vorschriften, neue Grundsatzurteile und geänderte Branchenvorgaben. Bei der strategischen Programmplanung und in den Verträgen mit Autoren, Lizenz- und Vertriebspartnern werden diese Entwicklungen oft gar nicht oder nur verspätet berücksichtigt, wodurch rechtliche Risiken entstehen und wirtschaftliches Potenzial verschenkt wird.

Ein regelmäßiges Update in Sachen Verlagsverträge hilft Ihnen, die neuen Entwicklungen in rechtlicher Hinsicht richtig einzuschätzen, Gefahren zu vermeiden und Chancen zu ergreifen.

SEMINARZIEL

Das Jahres-Update vermittelt einen komprimierten und vollständigen Überblick über Gesetzesreformen und relevante Gerichtsentscheidungen im Bereich Urheber- und Vertragsrecht der letzten zwölf Monate sowie über aktuelle Branchenthemen. Ein Schwerpunkt in diesem Jahr sind die gesetzgeberischen Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene einschließlich ihrer Auswirkungen auf digitale Geschäftsmodelle.

THEMEN

- Neue Gesetzgebung
 - Die EU-Copyright-Richtlinie und ihre Umsetzung im deutschen Urheberrechtsgesetz
- Aktuelle Urteile
 - Urheberrecht
 - Verlagsrecht
 - Persönlichkeitsrecht
- Die Rolle von VG-Wort und Verlegerbeteiligung
- Recht am eigenen Bild und Datenschutzgrundverordnung
- Entwicklungen bei digitalen Geschäftsmodellen
- Angemessene Vergütung Auskunfts- und Beteiligungsansprüche der Urheber und Künstler
- Schrankenregelungen für Unterricht und Wissenschaft in der Praxis
- Ausblick Anstehende Gesetzesänderungen und deren mögliche Konsequenzen

Um die Inhalte des Seminars so aktuell wie möglich zu gestalten, werden die endgültigen Seminarthemen erst kurz vor dem Veranstaltungstermin festgelegt. Gerne können Sie sich hierzu bei Daniela Henneberger unter info@medien-akademie.de oder +49 89 291953-45 informieren

METHODEN

Vertiefung der bereits bestehenden vertragsrechtlichen Kenntnisse durch Übungen und Fallbeispiele sowie Diskussion der neuen Rechtsprechung und Gesetze. Konkrete Umsetzung der Erkenntnisse in Musterverträgen.

ZIELGRUPPE

Verantwortliche Mitarbeiter aus dem Lizenzbereich, kaufmännische Leiter und Verlagsleiter, Mitarbeiter aus Lektorat und Redaktion, die bereits Vorkenntnisse im Bereich Urheber- und Vertragsrecht besitzen und sich einen Überblick über die aktuelle Gesetzeslage verschaffen möchten.



Seminarleitung:
Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und
Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte



Dr. Ursula Feindor-Schmidt, LL.M., Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte



Helena Jochem, LL.M., Rechtsanwältin, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 19.11.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 170024

Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft

Einführung für Corporate and Editorial Usages

Music makes the moment. Ob in Filmen, Werbespots oder Corporate Channels, in Apps, sozialen Netzwerken oder Podcasts – Musik ist Träger von Emotionen und verstärkt Botschaften. Deshalb ist ihr Einsatz oft entscheidend für den Erfolg von Kampagnen im Marketing und der Unternehmenskommunikation. Doch die rechtlichen Rahmenbedingungen der Musiknutzung sind oftmals komplex und stellen die Beteiligten vor teils große Herausforderungen. Wer sind die relevanten Player im Musikgeschäft? Wer verfügt über welche Rechte? Welche Rechte räumen GEMA und GVL ein und welche weiteren Lizenzen werden von Musikverlagen und Plattenlabels benötigt? Wie können Rechte an Musik sicher und bestmöglich eingekauft werden? Welche juristischen Fallstricke verstecken sich hinter den Verträgen von Musikanbietern? Und gibt es Alternativmodelle, die den Einkauf von Musikrechten vereinfachen?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die Grundlagen des Musikrechts und des Musikeinkaufs und gibt einen Überblick über die Funktionsweisen und die relevanten Player des Musik-Business. Die Teilnehmer erfahren, was sie bei der Musiknutzung für ihre Kanäle und Kampagnen juristisch beachten, wie und welche Rechte sie einkaufen müssen und welche alternativen Lizenzmodelle zu GEMA und GVL existieren.

THEMEN

- Basics Musikrecht
 - Musikschaffende Wer stellt die Musik her?
 - Komposition, Text, Master Was sind die Unterschiede?
 - VoD (Video on Demand), Streaming und CD Welche Nutzungsarten gibt es?
 - Auswertungsrechte und Persönlichkeitsrechte im Musikgeschäft
 - Die wichtigsten Verträge im Musik-Business
- Basics Musikgeschäft
 - Wer sind die wesentlichen Player?
 - Welche Funktionen haben Plattenfirma, Musikverlag, GEMA und GVL?
 - Terminologie und Branchenpraxis
- Basics Musikeinkauf
 - Welche Rechte werden benötigt und wer vergibt sie?
 - Wie können die Rechteinhaber recherchiert werden?
 - Wie werden Lizenz-Verhandlungen geführt?
 - Lizenzverträge: Grundsätze und relevante Klauseln
 - Checkliste Musikeinkauf
 - Wissenswertes zu Musikmeldungen
 - Alternative Lizenzmodelle Library-Music, Creative Commons und Royalty-free Music

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen, Checkliste Musikeinkauf.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter der Film-, Funk- und Fernsehabteilungen von Werbeagenturen, von Filmproduktions- und Verleihfirmen, Rundfunk, Musikverlagen, Musikunternehmen, Redaktionen, Content-, Marketing- und Eventabteilungen, Spieleherstellern und sonstigen Medienunternehmen und alle, die sich einen grundlegenden und fundierten Überblick zum Thema Musiknutzung und Einkauf von Musikrechten verschaffen wollen.



Seminarleitung: Dr. Kerstin Bäcker, Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte



Marco Erler, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 01.04.2020 Tagungsort in Köln Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190085

Das internationale Musikgeschäft und die großen Auswerter

Wie YouTube, Spotify und Co. die Vertrags- und Geschäftspraxis verändern

Der Lizenzhandel im Musikgeschäft wird in Zeiten internetbasierter Angebote immer globaler. Unternehmen, die Rechte an einer Vielzahl von Musikstücken weltweit kontrollieren, sind für Plattformen wie iTunes, YouTube und Spotify daher attraktive Vertragspartner. Deshalb versuchen Lizenzhändler möglichst umfassend Rechte einzuholen, um diese an die Player im digitalen Markt zu lizenzieren. Dies ist jedoch aufgrund der Zersplitterung der Musikrechte nicht ganz einfach: Die Rechte liegen teilweise territorial bei Verwertungsgesellschaften, Labels und Musikverlagen. Neben den herkömmlichen Verwertungsgesellschaften wie GEMA und GVL treten neue, wie etwa Soundexchange, auf den Plan. Es stellt sich daher als Produktionsfirma von multimedialen Inhalten oder TV-Sendern die Frage, welche Rechte von den Musikschaffenden einzuholen sind, um an dem weltweiten Business erfolgreich teilzunehmen. Und Musikverlage und Labels müssen sich fragen, wie sie auf den großen Internet-Plattformen ihre Musik platzieren können. Sollte man sich einem Rechte-Aggregator anschließen, der die Lizenzen an die Onlineanbieter gebündelt vertreibt und auswertet? Oder können Abschlüsse mit diesen Playern selbst erzielt werden? Und wie sehen die Konditionen derartiger Verträge in der Praxis aus?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die Strukturen des internationalen Lizenzhandels im Musikgeschäft, deren Player sowie die vertraglichen Konditionen. Nach einer Einführung in die Grundlagen des Musikrechts erfahren die Teilnehmer, wie der Kauf und Verkauf von Lizenzen im internationalen Kontext abläuft und welche Besonderheiten der Lizenzhandel mit den großen Auswertern wie YouTube, Spotify und iTunes mit sich bringt.

THEMEN

- Basics Musikrecht
 - Musikschaffende Wer schafft die Rechte?
 - Komposition, Text, Master Zwingende Differenzierung für den Lizenzhandel
 - VoD (Video on Demand), Streaming und CD Welche Rechte an Musik werden für welchen Einsatz gebraucht?
 - Musikverlag, GEMA und Label Welche Funktionen haben die einzelnen Player?
 - Der Aggregator Funktionen und Aufgaben
- Die großen Auswerter: Online-Plattformen und TV-Sender
 - Vertriebsmodelle für Endkonsumenten
 - Benötigte Rechte für Vertriebsmodelle
 - Bedeutung für "Royalty-Free-Music"
- Die Rolle der Verwertungsgesellschaften: GEMA, GVL & Co.
 - Grundlagen der Rechtewahrnehmung
 - Kontrollierte Rechte der Verwertungsgesellschaften für Vertriebsmodelle der großen Auswerter
 - Ausblick: Zukunft und Möglichkeiten der kollektiven Rechtewahrnehmung
- Die Rolle von Labels und Musikverlagen
 - Welche Rechte kontrollieren sie für die Vertriebsmodelle der Internetplattformen?
 - Weitergabe der Auswertungsrechte an Aggregatoren Wann macht es Sinn?
- Vertragsbeziehungen zu Internetplattformen wie Spotify, YouTube & Co.
 - Geforderte Rechte
 - Rechteerhalt
 - Konditionen der Verträge

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter und Verantwortliche aus den Rechtsabteilungen von Fernseh-/Rundfunkunternehmen und deren Töchtern, Filmproduktionsfirmen, Musikverlagen, Labels, Musikunternehmen, Entertainmentfirmen und Aggregatoren, die ihr Wissen rund um den internationalen Lizenzhandel im Musikgeschäft erweitern wollen. Fortgeschrittene Kenntnisse im Musikrecht werden vorausgesetzt.



Seminarleitung:
Marco Erler, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht,
Lausen Rechtsanwälte

Termin: 03.09.2020
Tagungsort in Berlin
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,Seminar-Nr.: 190086



GEMA, GVL & Co.

Kollektive Rechtewahrnehmung im nationalen und internationalen Musikgeschäft

Bei der Lizenzierung von Musik spielt die kollektive Rechtewahrnehmung durch Verwertungsgesellschaften eine entscheidende Rolle: Für die Musikverlage und -unternehmen stellen GEMA, GVL & Co. eine wichtige Einnahmequelle dar, für die Nutzer sind sie zentraler Ansprechpartner für den Lizenzerwerb. Da in letzter Zeit die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Lizenzierung erheblich umgestaltet wurden, sehen sich viele Unternehmen bei der Nutzung von Musik vor erhebliche Herausforderungen gestellt. So zieht etwa die im April 2019 verabschiedete EU-Urheberrechts-Richtline weitreichende Konsequenzen für alle Marktteilnehmer nach sich. Zudem sind neue, innovative Player in Form von Verwertungseinrichtungen wie ICE und MINT auf den Plan getreten, die auf das internationale Lizenzgeschäft ausgerichtet sind. Was gilt es nun bei der nationalen und internationalen Rechtevergabe zu beachten? Und wie können Musiklizenzen auch künftig optimal erworben und vergeben werden?

SEMINARZIEL

Das Seminar erläutert die verschiedenen Facetten kollektiver Rechtewahrnehmung im Musikgeschäft. Zum einen werden die Funktionen und Wirkungsweisen der klassischen Verwertungsgesellschaften (GEMA, GVL und die Gesellschaft zur Wahrnehmung von Veranstalterrechten) auf nationaler und internationaler Ebene beleuchtet. Zum anderen werden die neuen, auf das internationale Lizenzgeschäft ausgerichteten Verwertungseinrichtungen wie ICE und MINT sowie die Auswirkungen der jüngsten Entwicklungen auf das Tagesgeschäft dargestellt.

THEMEN

- Kollektive Rechtewahrnehmung Die Basics
 - Die wichtigsten Grundsätze kollektiver Rechtewahrnehmung
 - Das Verwertungsgesellschaftsgesetz und seine Neuerungen
 - Die neue EU-Urheberrechts-Richtlinie und ihre Auswirkungen auf den Musikmarkt

GEMA

- Zuständigkeiten auf nationaler und internationaler Ebene
- Abgrenzung der Tätigkeiten von GEMA und Musikverlagen
- Verlegerbeteiligung aktuelle Entwicklungen
- Tarife für Musiknutzer, v. a. im Digitalbereich
- Musikmeldungen und Abrechnungen Wissenswertes

GVL

- Zuständigkeiten auf nationaler und internationaler Ebene
- Abgrenzung der Tätigkeiten von GVL und Musikunternehmen
- Tarife für Musiknutzer
- Neuerungen bei der Verteilung der Einnahmen
- Gesellschaft zur Wahrnehmung von Veranstalterrechten
 - Zuständigkeiten auf nationaler und internationaler Ebene
 - Tarife für Musiknutzer, v. a. im Digitalbereich
- Sonstige, international tätige Verwertungseinrichtungen, v. a.
 - ICE (International Copyright Enterprise)
 - MINT (Mint Digital Services)
- Besonderheiten der kollektiven Rechtewahrnehmung in Copyright-Systemen (z. B. in den USA)

METHODEN

Vortrag, Theorie, Präsentation, Diskussion, Arbeit an Fallbeispielen etc.

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, bis zwei Wochen vor Kursbeginn eigene Fragestellungen einzureichen bzw. diese im Seminar zu besprechen.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Fernseh-/Rundfunkunternehmen, Filmproduktions- und -verleihfirmen, Musikverlagen, Musikunternehmen, Entertainmentfirmen, digitale Vertriebsplattformen sowie sonstige Musikverwerter und Unternehmen, die erfahren wollen, wie sie Musiklizenzen auf nationaler und internationaler Ebene erwerben.



Seminarleitung: Dr. Kerstin Bäcker, Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht. Lausen Rechtsanwälte

Termin: 08.12.2020 Tagungsort in München Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-Seminar-Nr.: 190087

Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche

Filmproduktion und Filmlizenzhandel - Grundlagen

Bei der Produktion und Verwertung von Filmen sind verschiedenste Verträge mit unterschiedlichen Parteien zu schließen: Die Rechte an dem Stoff eines Films sind zu erwerben und ein Autor mit der Erstellung eines Drehbuchs zu beauftragen. Gleichzeitig muss der Produzent mit seinen Partnern und Investoren Vereinbarungen z. B. zur Erlösverteilung treffen. Zudem ist in Verwertungsverträgen mit den Vertriebspartnern die Übertragung der Nutzungsrechte mit ihren jeweiligen Konditionen festzulegen.

Zahlreiche geplatzte Produktionen und Streitigkeiten bei der Auswertung beweisen, dass es leichtsinnig ist, sich im Ernstfall auf das anfänglich gute Einvernehmen der Vertragspartner zu verlassen. Rechtssicherheit und ökonomischer Erfolg sind nur mit gut strukturierten und vollständigen Verträgen möglich.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die juristischen Grundkenntnisse zur Vertragsgestaltung bei Filmproduktionen und im Filmlizenzhandel. Anhand von Musterverträgen erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die wichtigsten Filmverträge, z. B. den Koproduktionsvertrag. Zudem wirft das Seminar einen Blick auf wirtschaftliche Zusammenhänge der Filmproduktion und übliche Vergütungs- und Erlösregelungen.

THEMEN

- Options- und Verfilmungsvertrag/Stoffrechtevertrag
 - Umfang der zu erwerbenden Herstellungs- und Auswertungsrechte (Rechtekatalog)
 - Vergütungsregelungen
 - Remake- und Fortsetzungsrechte
- (Drehbuch-)Entwicklungsvertrag: Zusammenarbeit mehrerer Autoren
- Koproduktionsvertrag
 - Mitbestimmungs- und Letztentscheidungsrechte
 - Regelungen zur Erlösverteilung und Erlösabrechnung
 - Budget und Überschreitungsrisiko
- Auftragsproduktionsvertrag: Entscheidungsrechte des Auftraggebers
- Verleihvertrag
 - Minimumgarantie
 - Verleihvorkosten, Verleihprovision
 - Produzentenkorridor
- Videolizenzvertrag
 - Örtliche, zeitliche und inhaltliche Begrenzungen
 - Rechtegarantien und Rechteverteidigung
- · Video on Demand. Internet

METHODEN

Referat, Diskussion, Erläuterungen anhand von Musterverträgen und Fallbeispielen.

ZIELGRUPPE

Alle, die an der Produktion und Verwertung von Filmen beteiligt und mit den genannten Verträgen befasst sind, insbesondere Produzenten, Lizenzhändler, Verleiher, Videovertriebe, Mitarbeiter von Fernsehsendern, Rechtsanwälte.



Seminarleitung:
Dr. Thomas Glückstein, Fachanwalt für Urheber- und
Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 08.10.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,Seminar-Nr.: 190088

Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche

Filmproduktion und Filmlizenzhandel - Das Jahres-Update



Das Filmrecht ist ständigen Veränderungen unterworfen: Neue Technologien und Geschäftsmodelle werfen ungelöste rechtliche Fragen auf, Gesetzesänderungen treten in Kraft und die Rechtsprechung entwickelt sich weiter. Um erfolgreich im Filmgeschäft zu bestehen, müssen all diese Entwicklungen verfolgt und Verträge entsprechend angepasst und gestaltet werden.

Das Update-Seminar gibt den Teilnehmern einen kompakten Überblick über alle relevanten Entwicklungen des vergangenen Jahres. Es bietet so die einfachste Möglichkeit, sich im Bereich des Filmrechts in kurzer Zeit auf den aktuellen Stand zu bringen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die wichtigen Neuerungen im Bereich Filmproduktion und Filmlizenzhandel der letzten zwölf Monate. Gesetzesnovellen und die aktuelle Rechtsprechung werden ebenso berücksichtigt wie Branchentrends und Entwicklungen aus der Vertrags- und Lizenzierungspraxis. Es wird aufgezeigt, welche Änderungen dies für die tägliche Praxis mit sich bringt und auf welche Weise Verträge anzupassen sind, um kostspielige Fehler oder Versäumnisse für das Unternehmen zu vermeiden.

THEMEN

Themen der letzten Jahre waren u.a.:

- Neue Gesetzgebung
 - Änderungen des Urheberrechtsgesetzes
 - Entwicklungen auf EU-Ebene: AVMD-Richtlinie, Urheberrechts-Richtlinie, EU-Binnenmarkt, Portabilität
 - Novellierung des Filmförderungsgesetzes (FFG), wichtige Richtlinienänderungen der Filmförderungen
 - Änderungen des Rundfunkstaatsvertrags
 - Abkommen zwischen Fernsehsendern und Produzentenverbänden ("Terms of Trade")
 - Änderungen der maßgeblichen Tarifverträge, gemeinsame Vergütungsregeln für Drehbuchautoren, Kameraleute u. a.
- Neueste Rechtsprechung
 - Filmproduktion und Filmverwertung
 - Internet/VoD und angemessene Vergütung (§§ 32, 32a UrhG)
- Neue Branchentrends
 - Streaming-Angebote und VoD-Plattformen
 - Product Placement

Um die Inhalte des Seminars so aktuell wie möglich zu gestalten, werden die endgültigen Seminarthemen erst kurz vor dem Veranstaltungstermin festgelegt. Gerne können Sie sich hierzu bei Daniela Henneberger unter info@medien-akademie.de oder +49 89 291953-45 informieren.

METHODEN

Referat, Diskussion, Erläuterungen anhand von Fallbeispielen, Grafiken und Musterklauseln.

ZIELGRUPPE

Alle an der Produktion und Verwertung von Filmen Beteiligten, d. h. Produzenten, Lizenzhändler, Verleiher, Mitarbeiter von Filmvertriebsunternehmen und Fernsehsendern, insbesondere Justiziare und Rechtsanwälte.



Seminarleitung: Dr. Thomas Glückstein, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte



Dr. Richard Hahn, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Termin: 09.10.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,Seminar-Nr.: 190089

Rechteklärung bei Film- und Multimedia-Produktionen

Mit einer Übersicht über die rechtlichen Voraussetzungen von Product Placement

Gerade bei Film- und Multimediaproduktionen ist eine sorgfältige Rechteklärung unerlässlich. Denn hier ist die Gefahr, fremde Rechte zu verletzen, besonders groß. Urheber-, Persönlichkeits- oder Markenrechte und nach jüngerer Rechtsprechung sogar die Rechte von Eigentümern können betroffen sein: Was ist z. B. zu beachten, wenn Personen im Bild zu sehen sind? Wann darf fremdes Material wie Fotos, Plakate oder Footage in einer Produktion gezeigt und verwendet werden? Welche Besonderheiten gelten bei Luftaufnahmen, z. B. mit Drohnen? Was ist bei der Abbildung von Markenbezeichnungen oder Produkten zu beachten? Und wie kann Product Placement rechtssicher realisiert werden? Ohne ein geschärftes Problembewusstsein bei solchen Fragen drohen Rechtsverletzungen, die das gesamte Projekt in Gefahr bringen und existenzbedrohende Schadensersatzansprüche gegenüber Kunden und Vertragspartnern zur Folge haben können. Fundiertes Know-how zur Rechteklärung in den verschiedensten Bereichen gehört daher zum nötigen Handwerkszeug jeder Film- und Medienproduktion.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das unverzichtbare Rüstzeug im Urheber-, Persönlichkeits-, Marken- und Eigentumsrecht, um bei der Konzeption und Herstellung von Film- und Multimediaproduktionen rechtssicher agieren und Rechtsverletzungen vermeiden zu können.

THEMEN

- Vorbereitung und Durchführung von Film- und Multimediaproduktionen Warum eine Rechteklärung erforderlich ist
- Grundlagen des Urheber-, Persönlichkeits-, Marken- und Eigentumsrechts Welche Rechte zu beachten sind
- Urheherrechte
 - Wann werden fremde Urheberrechte berührt?
 - Wann ist eine Nutzung ohne Zustimmung des Urhebers möglich?
- Markenrechte
 - Abbildung von fremden Markenbezeichnungen
 - Abbildung von fremden Produkten
- Rechtliche Grenzen bei Product Placement
- Persönlichkeitsrechte
 - Besonderheiten bei Film- und Multimediaproduktionen
 - Das Recht am eigenen Bild
 - Film- und Multimediaproduktionen zu historischen Geschehnissen
 - Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts
- Eigentumsrechte
 - Produktionen auf fremdem Grund und Außendrehs
 - Ist die Zustimmung der Eigentümer nötig, wenn deren Eigentum im Bild gezeigt wird?
 - Besteht ein Recht am Bild der eigenen Sache?
- Lizenzierung und Einholung von Rechten
- Risikomanagement

METHODEN

Vortrag, Präsentation, Diskussion, Darstellung praktischer Fallbeispiele.

ZIELGRUPPE

Hersteller von Produktionen im Film-, TV- und Games-Business und von Multimediaproduktionen, Justiziare sowie Mitarbeiter aus (Medien-)Unternehmen und Verlagen, die an Film- und Multimediaproduktionen beteiligt sind.



Seminarleitung: Dr. Thomas Glückstein, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

Fachreferent:
Sebastian Bergau, Justiziar, Constantin Film und Geschäftsführer, Olga Film

Termin: 14.05.2020
Tagungsort in München
Teilnehmer: 15
Preis: € 595,Seminar-Nr.: 190090

Künstlersozialabgabe

Fit für die nächste Betriebsprüfung!

Unternehmen beanspruchen typischerweise kreative Leistungen selbständiger Künstler und Publizisten. Auf die hierfür gezahlten Entgelte müssen sie eine Künstlersozialabgabe von 4,2% an die Künstlersozialkasse abführen. Da viele Unternehmen ihren Melde- und Abgabepflichten bislang aber nicht oder nur ungenügend nachgekommen sind, wurden die Kontrollen durch die Betriebsprüfer der Rentenversicherung seit 2015 drastisch verschärft. Betriebe mit mehr als 20 Beschäftigten werden mindestens alle vier Jahre kontrolliert.

Unternehmen sollten daher sicherstellen, dass abgabepflichtige Entgelte korrekt erfasst und an die Künstlersozialkasse gemeldet werden. Andernfalls drohen Nacherhebungen für die letzten fünf Jahre, Säumniszuschläge und empfindliche Bußgelder.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt das nötige Wissen zur Künstlersozialabgabepflicht. Die Teilnehmer erhalten anhand von Fallbeispielen praxisgerechte Hinweise zur korrekten Erfassung abgabepflichtiger Entgelte. Sie erfahren, wie sie mit Sonderfällen umgehen und die Abgabelast reduzieren können.

THEMEN

- Grundlagen
 - Welche Unternehmen sind abgabepflichtig?
 - Wer ist Künstler oder Publizist im Sinne des Künstlersozialversicherungsgesetzes (KSVG)?
 - Welche Entgelte sind abgabepflichtig?
 - Welche Melde- und Aufzeichnungspflichten bestehen?
- Sonderfälle
 - Vermittlung künstlerischer Leistungen
 - Beauftragung von Personengesellschaften
 - Auslandssachverhalte
 - Mehrfachverwertungen
 - Zahlungen an Gesellschafter
- Tipps und Tricks
 - Wie lässt sich die Abgabelast reduzieren?
 - Was bringen Ausgleichsvereinigungen?

METHODEN

Referat, Diskussion, Erläuterungen anhand von Fallbeispielen.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen aller Branchen, insbesondere aus den Abteilungen Buchhaltung, Controlling und Accounting sowie Steuerberater, Juristen und Mitarbeiter aus dem Bereich Legal & Business Affairs.



Seminarleitung:
Dr. Florian Sperling, Fachanwalt für Arbeitsrecht,
Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 20.01.2020 (München) Termin 2: 30.06.2020 (Köln) Termin 3: 19.10.2020 (Berlin)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 190095 (Termin 1, München), 190096 (Termin 2, Köln) bzw.

190097 (Termin 3, Berlin)

Das neue Datenschutzrecht

Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen



Ob im Kundenservice, im Direktmarketing oder im Rahmen neuer digitaler Geschäftsmodelle – Unternehmen verarbeiten immer größer werdende Mengen an personenbezogenen Informationen. Dabei stehen sie vor komplexen rechtlichen Vorgaben, denn seit 2018 gilt die neue EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) weitgehend ersetzt hat. Diese definiert den rechtskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten für die gesamte EU neu. Hinzu kommt, dass das Gesetzgebungsverfahren für bestimmte Bereiche noch nicht abgeschlossen ist – so wird gerade unter dem Stichwort "ePrivacy" eine ergänzende Datenschutz-Verordnung für die elektronische Kommunikation diskutiert. Für Unternehmen stellt sich nun die Frage, wie Daten auch in Zukunft rechtssicher erhoben und verarbeitet werden können. Welche grundlegenden Spielregeln und Richtlinien müssen Datenschutz-Verantwortliche zukünftig beachten? Welche technischen und organisatorischen Maßnahmen sollten Unternehmen umsetzen, um den gesetzlichen Vorgaben gerecht zu werden und sich vor hohen Bußgeldzahlungen zu schützen – auch wenn die Rechtslage für bestimmte Vorgänge derzeit noch unsicher ist?

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt die wesentlichen Inhalte der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Es wird erläutert, welche Auswirkungen das Gesetz auf den Schutz personenbezogener Daten für Unternehmen hat.

Die Teilnehmer erfahren, welche technischen und organisatorischen Anpassungen sie in ihrem Unternehmen vornehmen müssen, um den gesetzlichen Pflichten gerecht zu werden und rechtskonformes Verhalten in puncto Datenschutz nachweisen zu können.

THEMEN

- Grundlagen des neuen Datenschutzrechts
 - Grundbegriffe des Datenschutzrechts
 - Rechtsgrundlagen für die Datenverarbeitung
 - Anforderungen an die Einwilligung
 - Auftragsverarbeitung
 - Informationspflichten gegenüber betroffenen Personen
 - Der betriebliche Datenschutzbeauftragte Rolle, Funktionen, Pflichten, Haftung
- Neue Instrumente des Datenschutzrechts
 - Rechenschaftspflicht und umfassende Dokumentation
 - Datenschutz-Folgenabschätzung
 - "Privacy by Design" und "Privacy by Default"
 - Recht auf Datenübertragbarkeit
 - Pflichten bei Datenschutzverstößen
- Online-Datenschutz
 - Sonderregelungen für Online-Dienste
 - Cookies, personalisierte Werbung & Co.
 - Ausblick: Mögliche Konsequenzen der geplanten ePrivacy-Verordnung
- Aktuelle Entwicklungen
 - Handlungsempfehlungen zum neuen Datenschutzrecht
 - EuGH-Urteil: Haftungsrisiken für Betreiber bei Facebook-Seiten
 - Beurteilung von Fotos und Filmaufnahmen nach der DSGVO

METHODE

Referat, Erläuterung anhand von Fallbeispielen, Diskussion und Erfahrungsaustausch.

ZIELGRUPPE

Interne und externe Datenschutzbeauftragte, neu bestellte und künftige Datenschutzverantwortliche, Führungskräfte und EDV-Verantwortliche aus IT, Personal und anderen Bereichen, Juristen sowie alle, die sich zum neuen Datenschutzrecht und dessen Folgen informieren möchten.



Seminarleitung: Frank Michael Höfinger, Rechtsanwalt, Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 07.04.2020 Termin 2: 27.07.2020 Tagungsorte in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15 Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 190098 (Termin 1) bzw. 190099 (Termin 2)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms "Digital Marketing Manager". Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.



ALLE SEMINARE AUF EINEN BLICK

Termin	Nr.	Thema	Seite
JANUAR			
13.01.	150224	Das ABC der Digitaltrends im B2B-Werbemarkt 2020 – Die zentralen Erfolgsfaktoren für Online-Marketing, digitale B2B-Mediaplanung und Vermarktung von Fachmedien	185
13.01 16.01.	160036	Eventmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	110
13.01 17.01.	320049	Der Projektleiter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	200
14.01 17.01.	100102	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
15.01.	170019	Bildrechte	228
16.01.	100093	Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	82
20.01.	150217	E-Mail- und Newsletter-Marketing – Wie Sie Ihre Öffnungs-, Lese- und Klickraten erhöhen	174
20.01.	190095	Künstlersozialabgabe – Fit für die nächste Betriebsprüfung!	245
21.01 22.01.	100120	Texten fürs Web – Überschriften, Teaser, SEO	77
22.01 23.01.	140114	Produktentwicklung von digitalen Medien	146
23.01 24.01.	120128	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100
23.01 24.01.	250067	Videos für Website und Social Media – Strategien, Formate und Storytelling	123
23.01 24.01.	250076	Erfolgsfaktor Storytelling – Unternehmen, Marken und Produkte mit Geschichten inszenieren	126
27.01 28.01.	130034	Basiswissen Medienherstellung	192
27.01 30.01.	160029	PR- und Communications-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	106
27.01 31.01.	110087	Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen – Ein Intensivkurs mit Zertifikat, Modul 1	44
28.01 30.01.	150194	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
30.01.	190091	Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.	141
FEBRUAR			
03.02 04.02.	140128	E-Learning-Angebote erfolgreich entwickeln – Vom Fachinhalt zum digitalen Lernmedium	161
03.02 05.02.	120119	Projektmanagement für Lektoren	90
03.02 07.02.	150188	Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166
06.02 07.02.	320058	Resilienz-Training – Leistungsfähigkeit und Widerstandskraft am Arbeitsplatz steigern	218
10.02 11.02.	130035	Grafik für Nicht-Grafiker	195
10.02 12.02.	110089	Strategische Programmplanung – Gedruckt und digital	88
10.02 13.02.	250073	Content Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	116
10.02 14.02.	150225	E-Commerce-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	186
11.02 12.02.	110100	Neu als Führungskraft – Mitarbeiter souverän und partnerschaftlich führen	55
11.02 14.02.	100103	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
12.02 14.02.	150196	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
13.02.	110093	Die agile Organisation – Teams, Bereiche oder Unternehmen agil aufstellen	212
13.02 14.02.	250064	Crashkurs Kunden- und Mitarbeitermagazine – So meistern Sie Refresh, Relaunch und Neuentwicklung	120
13.02 14.02.	120129	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100
13.02 14.02.	320055	Projektmanagement und Zeitmanagement – Projektorientiert arbeiten, Fristen einhalten, Ziele erreichen	216
17.02.	150223	Programmatic Advertising – Online-Werbung zielgruppengenau und effizient ausspielen	184
17.02.	190079	Urheberrecht – Grundlagen	230
17.02 18.02.	150207	Social Media Ads – Erfolgreich werben auf Facebook, Instagram, Xing & Co.	136
17.02 19.02.	150236	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
17.02 20.02.	110097	BWL kompakt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	50
18.02.	150230	Erfolgreich verkaufen bei Amazon – Den Online-Marktplatz verstehen und optimal nutzen	188
24.02 28.02.	110090	Business Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	46
25.02 28.02.	250078	Expert of Storytelling – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	124

92.03 03.03. 110111 Achtsam führen und motivieren – So bleiben Sie und Ihr Team gesund und leistungsfähig 59 92.03 04.03. 110108 Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag 54 92.03 05.03. 100112 Werbetzetzr – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 77 04.03 06.03. 320052 Der agile Prijektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 279 04.03 06.03. 150195 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 05.03 06.03. 140119 Augmented Reality, Virtual Reality and 361- Videose – Innovative Technologien für neue Content-Formate 149 05.03 06.03. 150114 Augmented Reality, Virtual Reality and 361- Videose – Innovative Technologien für neue Content-Formate 149 05.03 06.03. 160114 Schreibträming – Verständlich und zielguppenöreintert texten 70 05.03 10.03. 11011 110110 Design Finiking – Innovative Mediagnprodukte agil entwickeln 147 10.03 11.03. 11010 Professionale Beschreit Fechschreibung und der agil entwickeln 147 10.03 10.03. 20.03. 30.03. 50.03. 60.03. 100.03.	Termin	Nr.	Thema	Seite
20.03	MÄRZ			
02.03 04.03. 10108 Führung kompakt - Methoden und Instrumente für den Führungsalttag 154 02.03 06.03. 150186 Data Manager - Ein Intersikvurs mit Zertifikat 176 04.03. 17021 Bildrechte digital 279 04.03. 17021 Bildrechte digital 279 04.03. 16.03. 320052 Der agite Projektmanager - Ein Intensikvurs mit Zertifikat 204 05.03. 16.03. 16019 Augmender Reality, Virtual Reality und 360°-Videos - Innovative Technologien für neue Content-Formate 149 05.03. 16.03. 16019 Augmender Reality, Virtual Reality und 360°-Videos - Innovative Technologien für neue Content-Formate 149 05.03. 16.03. 16013 161116 Schriebträning. Verständlich und zielgruppenorienitert texten 70 09.03. 13.08. 16010 Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensikvurs mit Zertifikat 208 10.03. 11.03. 11.010 Design Tinkingri- in-movater Mediengroubter git erientiversen intersikurs mit Zertifikat 147 11.03. 12.03. 13.03. 160.03 17.03. 17.03. 17.03. <	02.03.	150234	Messenger Kommunikation für Unternehmen – WhatsApp, Facebook Messenger und Co. erfolgreich nutzen	175
92.93 05.93. 150186 Data Manager - Ein Intensikurs mit Zertfikat 176 93.93 06.93. 100112 Werbetzker - Ein Intensikurs mit Zertfikat 279 04.93 06.93. 300552 Der agile Projektmanager - Ein Intensikurs mit Zertfikat 204 04.93 06.93. 150195 Social Media Manager - Ein Intensikurs mit Zertfikat 108 05.93 06.93. 140119 Augmented Realing, Virtual Reality mad 361- Videos - Innovative Technologien für neue Content-Formate 149 05.93 06.93. 150231 Influencer Marketing für Unternehmen - Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen 139 05.93 06.93. 150231 Influencer Marketing für Unternehmen - Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen 179 05.93 06.93. 150114 Schreibträmling - Versändlich und zielguppenschreibträt texten 70 05.93 17.93. 160104 Design Tiniking - Innovative Medienprodukte agil entwickeln 147 11.93 17.93. 110104 Design Tiniking - Innovative Medienprodukte agil entwickeln 147 11.93 17.93. 12018 Geräfik für Nicht-Gräfter 180 11.93 17.93. 12018 Geräfik für Nicht-Gräfter <td< td=""><td>02.03 03.03.</td><td>110111</td><td>Achtsam führen und motivieren – So bleiben Sie und Ihr Team gesund und leistungsfähig</td><td>59</td></td<>	02.03 03.03.	110111	Achtsam führen und motivieren – So bleiben Sie und Ihr Team gesund und leistungsfähig	59
19.03.	02.03 04.03.	110108	Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag	54
0.4.03. 170021 Bildrechte digital 229	02.03 05.03.	150186	Data Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	176
0.4.03.	03.03 06.03.	100112	Werbetexter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	74
10,03.	04.03.	170021		229
05.03 06.03. 140119 Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videas – Innovative Technologien für neue Content-Formate 149 05.03 06.03. 150231 Influencer Marketing für Ünterreihmen – Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen 139 05.03 06.03. 10014 Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 208 10.03 11.03. 110110 Design Thinking – Innovative Medienprodukte agil entwickeln 147 11.03. 110004 Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen 82 11.03. 120.03. 130005 Grafik für Nicht- Frafiker 195 16.03 20.03. 12005 Freise Lektorat II – Kunden finden und binden 101 16.03 20.03. 12005 Professionelles Beschwerdemanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 18.03 19.03. 320065 Professionelles Beschwerdemanagement – Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03 20.03. 150020 Arzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160044 Texten für Rr. – Erfolgreiche Pressemittellungen, Interviews und Berichte schreiben 190 19.03 20.03. 160004 V	04.03 06.03.	320052	Der agile Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	204
05.03 06.03. 150231 Influencer Marketing für Unternehmen – Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen 139 05.03 08.03. 1001116 Schreibtraining – Verständlich und zielgruppenorientiert texten 70 90.03 13.03. 140104 Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 208 10.03 11.03. 110004 Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen 82 11.03 12.03. 1300306 Grafik für Nicht-Grafiker 195 16.03 17.03. 120135 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 16.03 20.03. 250059 Corporate Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03 20.03. 140110 Prodessionelles Beschwerdemanagement – Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03. 160034 Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03. 20.03. 320061 Verhandlungsführung 220 23.03 24.03. 160034 Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben <t< td=""><td>04.03 06.03.</td><td></td><td>Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat</td><td>130</td></t<>	04.03 06.03.		Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
05.03 06.03. 100116 Schreibträining - Verständlich und zielgruppenorientiert texten 70 09.03 13.03. 140104 Projektmanager Digitale Medien - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 208 10.03 11.03. 1101010 Design Thiking - Innovative Medienprodukte agil entwickeln 127 11.03 12.03. 300034 Grafik für Nicht-Gräfiker 182 16.03 17.03. 120135 Freise Lektorat II - Kunden finden und binden 101 16.03 20.03. 250059 Corporate Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03 20.03. 140110 Professionelles Beschwerdemanagement - Probleme lösen, Kunden binden 23 18.03 19.03. 320055 Professionelles Beschwerdemanagement - Probleme lösen, Kunden binden 23 18.03 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 1600034 Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 23.03 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit	05.03 06.03.	140119	Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videos – Innovative Technologien für neue Content-Formate	149
09.03 13.03. 140104 Projektmanager Digitate Medien - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 208 10.03 11.03. 1101010 Design Thinking - Innovative Medienprodukte agil entwickeln 147 11.03 12.03. 1300094 Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen 195 11.03 12.03. 130036 Grafik für Nicht-Grafiker 195 16.03 20.03. 120135 Freies Lektorat II - Kunden finden und binden 101 16.03 20.03. 1500159 Corporate Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 18.03 19.03. 150105 Professioneltes Beschwerdemanagement - Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Arzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR - Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 160032 Mit Online- PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 188 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 48 23.03 25.03. 120118 Metadäten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03.	05.03 06.03.	150231	Influencer Marketing für Unternehmen – Erfolgreiche Kampagnen planen und umsetzen	139
10.03 11.03. 110110 Design Thinking – Innovative Medienprodukte agil entwickeln 147 11.03 12.03. 100094 Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen 82 11.03 12.03. 130036 Grafik für Nicht-Grafiker 195 16.03 17.03. 120135 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 16.03 20.03. 250059 Corporate Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03 20.03. 140110 Produkt- und Content Manager digital – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 150034 Texten für PR – Erfotgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 183 19.03 20.03. 30006 Verhandlungsführung 220 23.03 24.03. 100013 Mit Ohline-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 188 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 189 26.03 27.03. <td< td=""><td></td><td></td><td>¥ 11</td><td></td></td<>			¥ 11	
11.03. 100094 Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen 82 11.03. 120.03 190036 Grafik für Nicht-Grafiker 195 16.03. 17.03. 120135 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 16.03. 20.03. 250059 Corporate Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03. 20.03. 140110 Produkt- und Content Manager digital – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 18.03. 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 23 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03. 20.03. 160034 Texten für PR – Erfotgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03. 20.03. 160034 Verhandtungsführung 220 23.03. 25.03. 110092 Diigtat Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03. 25.03. 110092 Diigtat Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03. 27.03. 250063 Aglies Projektm				208
11.03. – 12.03. 130036 Grafik für Nicht-Grafiker 195 16.03. – 17.03. 120135 Freies Lektorat I – Kunden finden und binden 101 16.03. – 20.03. 250059 Corporate Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03. – 20.03. 140110 Prodessionelles Beschwerdemanagement – Probleme lösen, Kunden binden 223 18.03. – 19.03. 320065 Professionelles Beschwerdemanagement – Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03. – 20.03. 320061 Verhandlungsführung 222 23.03. – 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 108 23.03. – 25.03. 110092 Digital Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03. – 25.03. 120118 Lektorat kompakt 48 23.03. – 25.03. 150185 Metadaten Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03. – 27.03. 320060 Kreativitädstechniken – Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Altgemeines Vertragsrecht für die fägliche Praxi				
16.03 17.03. 120135 Freies Lektorat II - Kunden finden und binden 101 16.03 20.03. 250099 Corporate Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03 20.03. 140110 Produkt- und Content Manager digitat - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 18.03 19.03. 320065 Professionelles Beschwerdemanagement - Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR - Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 320061 Verhandlungsführung 220 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 48 23.03 25.03. 150105 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 150106 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078			Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	
16.03 20.03. 25.0059 Corporate Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 114 16.03 20.03. 140110 Produkt- und Content Manager digital - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 18.03 19.03. 320065 Professionelles Beschwerdemanagement - Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR - Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 320061 Verhandtungsführung 220 23.03 25.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 178 26.03 27.03. 25003. Aglies Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 100 30.03 01.04.				
16.03 20.03. 140110 Produkt- und Content Manager digital – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 150 18.03 19.03. 320065 Professionelles Beschwerdemanagement – Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 320061 Verhandtungsführung 220 23.03 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 108 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Aglies Projektmanagement in der Redaktion – Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 27.03. 190076 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I – Sicher redigieren 100 30.03 01.04.				
18.03 19.03. 320065 Professionelles Beschwerdemanagement - Probleme lösen, Kunden binden 223 19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR - Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 320061 Verhandlungsführung 220 23.03 26.03. 110092 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 188 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 48 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Aglies Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Altgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 03.04. 1502			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
19.03. 150220 Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon 183 19.03 20.03. 160034 Texten für PR – Erfotgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 320061 Verhandlungsführung 220 23.03 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 48 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Agiles Projektmanagement in der Redaktion – Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken – Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Altgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freise Lektorat I – Sicher redigieren 100 30.03 31.04. 150125 E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03 01.04. 150198				
19.03 20.03. 160034 Texten für PR - Erfotgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben 109 19.03 20.03. 320061 Verhandlungsführung 220 23.03 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 108 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 27.03. 150185 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Agites Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freise Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03 03.04. 150232 Online Marketing Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRI			·	
19.03 20.03. 320061 Verhandlungsführung 220 23.03 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 108 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Agiles Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Altgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 01.04. 150198 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL Ein June June June June June June June Jun			·	
23.03 24.03. 160032 Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit 108 23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Aglies Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 03.04. 150232 Online Marketing Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03 03.04. 150232 Online Marketing Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 238 Preies Lektorat II - Kunden finden und binden 101 2.04 03.04. 120136 Fre			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
23.03 25.03. 110092 Digital Innovation Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 48 23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Agiles Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 03.04. 150198 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APPRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04 03.04. 150197 Social Media – Erfolgreiche Posts für Fac				
23.03 25.03. 120118 Lektorat kompakt 89 23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Agiles Projektmanagement in der Redaktion – Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken – Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I – Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 01.04. 150198 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03 03.04. 150232 Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04 08.04. 150197 Social Media Man				
23.03 25.03. 150185 Metadaten Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 178 26.03 27.03. 250063 Agiles Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 01.04. 150198 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03 03.04. 150232 Online Marketing Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APPRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft - Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04 03.04. 120136 Freies Lektorat II - Kunden finden und binden 101 02.04 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 1				
26.03 27.03. 250063 Agiles Projektmanagement in der Redaktion - Mit Kanban Prozesse optimieren und Projekte steuern 211 26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 01.04. 150198 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APPRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft - Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04 03.04. 120136 Freies Lektorat II - Kunden finden und binden 101 02.04 03.04. 100125 Texten für Social Media - Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04 08.04. 150197 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht - Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04 23.04. <t< td=""><td></td><td></td><td>·</td><td></td></t<>			·	
26.03 27.03. 320060 Kreativitätstechniken - Ideen generieren, Innovation fördern 219 27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03 31.03. 120130 Freies Lektorat I - Sicher redigieren 100 30.03 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03 01.04. 150198 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03 03.04. 150232 Online Marketing Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL O1.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft - Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04 03.04. 120136 Freies Lektorat II - Kunden finden und binden 101 02.04 03.04. 100125 Texten für Social Media - Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04 08.04. 150197 Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht - Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial - Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion 56			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
27.03. 190078 Allgemeines Vertragsrecht für die tägliche Praxis 226 30.03. – 31.03. 120130 Freies Lektorat I – Sicher redigieren 100 30.03. – 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03. – 01.04. 150198 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03. – 03.04. 150232 Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL O1.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion 56				
30.03. – 31.03. 120130 Freies Lektorat I – Sicher redigieren 100 30.03. – 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 172 30.03. – 01.04. 150198 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03. – 03.04. 150232 Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
30.03. – 01.04. 150215 E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03. – 01.04. 150198 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 30.03. – 03.04. 150232 Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion 56				
30.03. – 01.04. 150198 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion			·	
30.03. – 03.04. 150232 Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 166 APRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion			· · ·	
APRIL 01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion 56			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
01.04. 190085 Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages 238 02.04. – 03.04. 120136 Freies Lektorat II – Kunden finden und binden 101 02.04. – 03.04. 100125 Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co. 140 06.04. – 08.04. 150197 Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 130 07.04. 190098 Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen 246 20.04. – 23.04. 100128 Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 64 20.04. – 24.04. 100109 Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat 68 21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion 56	30.03 03.04.	150232	Unline Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166
02.04 03.04.120136Freies Lektorat II - Kunden finden und binden10102.04 03.04.100125Texten für Social Media - Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co.14006.04 08.04.150197Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat13007.04.190098Das neue Datenschutzrecht - Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen24620.04 23.04.100128Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6420.04 24.04.100109Fachredakteur crossmedial - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6821.04 22.04.110103Führen ohne Vorgesetztenfunktion56	APRIL			
02.04 03.04.100125Texten für Social Media - Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co.14006.04 08.04.150197Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat13007.04.190098Das neue Datenschutzrecht - Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen24620.04 23.04.100128Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6420.04 24.04.100109Fachredakteur crossmedial - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6821.04 22.04.110103Führen ohne Vorgesetztenfunktion56	01.04.	190085	Crashkurs Musikrecht, Musikeinkauf und Musikgeschäft – Einführung für Corporate and Editorial Usages	238
06.04 08.04.150197Social Media Manager - Ein Intensivkurs mit Zertifikat13007.04.190098Das neue Datenschutzrecht - Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen24620.04 23.04.100128Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6420.04 24.04.100109Fachredakteur crossmedial - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6821.04 22.04.110103Führen ohne Vorgesetztenfunktion56	02.04 03.04.	120136	Freies Lektorat II – Kunden finden und binden	101
07.04.190098Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen24620.04. – 23.04.100128Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat6420.04. – 24.04.100109Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat6821.04. – 22.04.110103Führen ohne Vorgesetztenfunktion56	02.04 03.04.	100125	Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co.	140
20.04 23.04.100128Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6420.04 24.04.100109Fachredakteur crossmedial - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6821.04 22.04.110103Führen ohne Vorgesetztenfunktion56	06.04 08.04.	150197	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
20.04 24.04.100109Fachredakteur crossmedial - Ein Intensivkurs mit Zertifikat6821.04 22.04.110103Führen ohne Vorgesetztenfunktion56		190098	Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen	246
21.04. – 22.04. 110103 Führen ohne Vorgesetztenfunktion 56		100128	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
· ·	20.04 24.04.	100109	Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	68
21.04. – 22.04. 110112 Positive Leadership – Stärkenorientiert führen, Mitarbeiter motivieren 57	21.04 22.04.	110103	Führen ohne Vorgesetztenfunktion	56
	21.04 22.04.	110112	Positive Leadership – Stärkenorientiert führen, Mitarbeiter motivieren	57

Termin	Nr.	Thema	Seite
22.04.	190082	Urheber- und Medienrecht in der Unternehmenskommunikation –	
		Bild-, Ton- und Textmaterial rechtssicher verwenden	232
22.04 24.04.	150211	Facebook & Instagram Ads Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	134
23.04 24.04.	130042	Designtrends in der Unternehmenskommunikation –	
		Layout, Bild und Grafik für Corporate Media verstehen und beurteilen	19
23.04 24.04.	100134	Schreibblockaden überwinden – Texte schneller und effizienter auf den Punkt bringen	7
27.04 28.04.	120122	Autorenmanagement	93
27.04 29.04.	100107	Digitale Schreibwerkstatt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	60
27.04 30.04.	150219	Crossmedia Sales Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	180
27.04 30.04.	150213	Google Ads- und SEO-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	170
28.04.	100099	Einheitliche Unternehmenstexte und Hausorthografien – Die deutsche Rechtschreibung sicher anwenden	84
29.04 30.04.	140108	Projektmanagement für digitale Medien	210
29.04 30.04.	320057	Selbst- und Zeitmanagement	21
MAI			
04.05 05.05.	110099	Betriebswirtschaftliche Kennzahlen	5.
04.05 05.05.	120140	Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	102
04.05 07.05.	100104	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
04.05 08.05.	140125	E-Learning-Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	158
05.05 06.05.	170022	Bildrechte Intensivseminar – Lizensierung, Vertragsgestaltung, Rights Management	227
05.05 08.05.	150208	Audience Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	132
07.05 08.05.	120121	Produktmanagement in Fachverlagen	9
11.05 12.05.	120131	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100
11.05 12.05.	130039	Layout und Gestaltung kompakt – Die wichtigsten Design-Prinzipien für Print- und digitale Medien	194
11.05 12.05.	150227	Mehr Erfolg im Verkauf – Intensivtraining	189
11.05 14.05.	160037	Eventmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	110
11.05 15.05.	140121	Website- und Portalmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	152
13.05 14.05.	100114	Verkaufsstark texten für Mailings, Newsletter & Co.	70
13.05 15.05.	320054	Projektmanagement kompakt	200
14.05.	190090	Rechteklärung bei Film- und Multimedia-Produktionen –	
		Mit einer Übersicht über die rechtlichen Voraussetzungen von Product Placement	24
14.05 15.05.	110107	Agil führen – Führen in Zeiten der Veränderung	6
14.05 15.05.	140117	Kompaktseminar E-Books	193
18.05 19.05.	250061	Digitales Content Marketing	118
18.05 19.05.	150209	Instagram for Business – Content erstellen, Communities aufbauen, Leads generieren	137
18.05 19.05.	140118	Online-Datenbanken entwickeln und optimieren	150
19.05.	100127	Interviews professionell führen und schreiben – Von der Terminanfrage bis zur Druckversion	81
25.05 26.05.	120127	Betriebswirtschaft für Lektoren und Produktmanager	97
25.05 27.05.	150199	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
25.05 29.05.	150189	Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166
26.05.	190084	Medien- und Presserecht – Rechtssicher agieren in Redaktion, PR und Corporate Communications	234
28.05 29.05.	120132	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100

Termin	Nr.	Thema	Seite
JUNI			
02.06 03.06.	140129	E-Learning-Angebote erfolgreich entwickeln – Vom Fachinhalt zum digitalen Lernmedium	161
02.06 04.06.	150200	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
09.06 10.06.	100117	Schreibtraining – Verständlich und zielgruppenorientiert texten	70
15.06 16.06.	140116	Produktentwicklung von digitalen Medien	146
17.06 18.06.	120133	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100
17.06 18.06.	100121	Texten fürs Web – Überschriften, Teaser, SEO	77
18.06.	150218	E-Mail- und Newsletter-Marketing – Wie Sie Ihre Öffnungs-, Lese- und Klickraten erhöhen	174
22.06 23.06.	120137	Freies Lektorat II – Kunden finden und binden	101
22.06 23.06.	250068	Videos für Website und Social Media – Strategien, Formate und Storytelling	123
22.06 26.06.	140105	Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	208
23.06 24.06.	110101	Neu als Führungskraft – Mitarbeiter souverän und partnerschaftlich führen	55
24.06.	100095	Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	82
25.06.	190083	(Merchandising-)Lizenzen in der Praxis –	
		Die Grundlagen der Vermarktung bekannter Themen, Charaktere, Kunst, Marken, Namen und Personen	233
25.06 26.06.	250066	Crashkurs Corporate Media – So optimieren Sie Website, Instagram, Magazin und Blog	121
25.06 26.06.	120141	Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	102
25.06 26.06.	100126	Multimediale Inhalte mit dem Smartphone erstellen –	
		Webvideos, Bild- und Audio-Content für Social Media & Co.	79
26.06.	140127	E-Learning als Geschäftsmodell für Content-Anbieter – Strategien, Technologien und Erlösmodelle	160
29.06 30.06.	130033	Basiswissen Medienherstellung	192
29.06 01.07.	150192	Online Marketing kompakt	168
29.06 01.07.	120120	Projektmanagement für Lektoren	90
29.06 03.07.	110088	Führungsaufgaben in Verlagen und Medienunternehmen – Ein Intensivkurs mit Zertifikat, Modul 2	44
29.06 03.07.	140111	Produkt- und Content Manager digital – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	150
30.06.	190096	Künstlersozialabgabe – Fit für die nächste Betriebsprüfung!	245
JULI			
02.07 03.07.	160039	Konzeption von Veranstaltungen – Kongresse, Tagungen, Seminare	112
06.07 07.07.	250070	Erfolgsfaktor Storytelling – Unternehmen, Marken und Produkte mit Geschichten inszenieren	126
06.07 07.07.	130037	Grafik für Nicht-Grafiker	195
06.07 09.07.	160030	PR- und Communications-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	106
07.07 08.07.	320056	Projektmanagement und Zeitmanagement – Projektorientiert arbeiten, Fristen einhalten, Ziele erreichen	216
09.07 10.07.	140109	Projektmanagement für digitale Medien	210
09.07 10.07.	120124	Steuerung von Autorenteams	94
13.07 14.07.	110106	Erfolgreiche Steuerung von Teams und Gruppen – Potenziale stärken, Zusammenarbeit optimieren	60
13.07 14.07.	250071	Projektmanagement im Corporate Publishing	119
13.07 15.07.	140123	Usability Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	154
13.07 17.07.	110091	Business Development Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	46
16.07.	190092	Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.	141
16.07 17.07.	150229	Digital Media Sales – Die 7 Schlüsselkompetenzen für die Vermarktung von Online-Werbung	182

Termin	Nr.	Thema	Seite
16.07 17.07.	100111	Fachtexte schreiben und redigieren – Schreibtraining für Fachredakteure	7:
20.07 24.07.	150226	E-Commerce-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	186
22.07 23.07.	110095	Workflow- und Prozessmanagement kompakt – Prozesse in Medienunternehmen gezielt optimieren	213
23.07.	100101	Crashkurs Redaktionelle Qualitätssicherung und Schlusskorrektur	8!
23.07 24.07.	140120	Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videos – Innovative Technologien für neue Content-Formate	149
27.07.	190099	Das neue Datenschutzrecht – Neuerungen und Konsequenzen für Ihr Unternehmen	240
27.07 30.07.	100135	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
27.07 31.07.	320050	Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	202
29.07 31.07.	100108	Digitale Schreibwerkstatt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	60
30.07 31.07.	100119	Crossmediale Content-Produktion – Geschichten für Print, Online und Social Media planen und erstellen	78
AUGUST			
03.08 04.08.	120134	Freies Lektorat I – Sicher redigieren	100
04.08 07.08.	160040	Eventmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	110
06.08 07.08.	120138	Freies Lektorat II – Kunden finden und binden	10
10.08 12.08.	150202	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
10.08 13.08.	100113	Werbetexter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	7.
17.08 20.08.	110098	BWL kompakt – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	50
17.08 20.08.	250074	Content Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	110
17.08 21.08.	150190	Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166
18.08 21.08.	100129	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
24.08.	100097	Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	82
24.08 25.08.	120139	Freies Lektorat II – Kunden finden und binden	10
24.08 26.08.	150216	E-Mail-Marketing-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	172
27.08 28.08.	120143	Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	102
27.08 28.08.	110104	Führen ohne Vorgesetztenfunktion	50
27.08 28.08.	100122	Texten fürs Web – Überschriften, Teaser, SEO	77
31.08 01.09.	250062	Digitales Content Marketing	118
31.08 04.09.	320066	Der Projektleiter – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	200
SEPTEMBE	ER		
03.09.	190086	Das internationale Musikgeschäft und die großen Auswerter –	
	400440	Wie YouTube, Spotify und Co. die Vertrags- und Geschäftspraxis verändern	239
07.09 08.09.	120142	Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	102
07.09 08.09.	320059	Resilienz-Training – Leistungsfähigkeit und Widerstandskraft am Arbeitsplatz steigern	218
07.09. – 11.09.	140106	Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	208
08.09.	190100	Rechtsfragen rund um Veranstaltungen, Events und Live-Entertainment	113
08.09.	140130	Webinare entwickeln, planen und umsetzen –	
00.00	4.0.5	E-Learning-Basis für die Konzeption und Durchführung von Online-Seminaren	162
08.09. – 10.09.	110109	Führung kompakt – Methoden und Instrumente für den Führungsalltag	54
10.09. – 11.09.	250065	Crashkurs Corporate Media – So optimieren Sie Website, Instagram, Magazin und Blog	12
14.09.	100100	Deutsche Grammatik – Die wichtigsten Regeln für fehlerfreies Schreiben und gutes Deutsch	83

Termin	Nr.	Thema	Seite
14.09 15.09.	120126	Verständliche Sprache, klare Struktur – Fachmanuskripte prüfen und bearbeiten	96
14.09 16.09.	150201	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
16.09.	170020	Bildrechte	228
17.09 18.09.	100115	Verkaufsstark texten für Mailings, Newsletter & Co.	7
21.09 22.09.	130040	Layout und Gestaltung kompakt – Die wichtigsten Design-Prinzipien für Print- und digitale Medien	194
21.09 24.09.	150214	Google Ads- und SEO-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	170
24.09 25.09.	110096	Design Thinking – Innovative Medienprodukte agil entwickeln	147
28.09.	150222	Programmatic Advertising – Online-Werbung zielgruppengenau und effizient ausspielen	184
28.09 01.10.	100105	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
29.09 30.09.	110102	Neu als Führungskraft – Mitarbeiter souverän und partnerschaftlich führen	5!
29.09 30.09.	160033	Mit Online-PR und Social Media zu mehr Öffentlichkeit	108
30.09.	190094	Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.	14
30.09 02.10.	150203	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
OKTOBER			
01.10 02.10.	150210	Instagram for Business – Content erstellen, Communities aufbauen, Leads generieren	137
05.10 06.10.	100132	Crossmediale Content-Produktion – Geschichten für Print, Online und Social Media planen und erstellen	78
06.10 08.10.	150212	Facebook & Instagram Ads Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	134
06.10 09.10.	160038	Eventmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	110
07.10 09.10.	150204	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
08.10.	190088	Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel –	
		Grundlagen	242
08.10 09.10.	130041	Designtrends in der Unternehmenskommunikation –	
		Layout, Bild und Grafik für Corporate Media verstehen und beurteilen	196
08.10 09.10.	160035	Texten für PR – Erfolgreiche Pressemitteilungen, Interviews und Berichte schreiben	109
09.10.	190089	Vertragsgestaltung in der Film- und Fernsehbranche – Filmproduktion und Filmlizenzhandel –	
		Das Jahres-Update	243
12.10 13.10.	100124	Texten für Social Media – Erfolgreiche Posts für Facebook, Twitter & Co.	140
12.10 13.10.	250069	Videos für Website und Social Media – Strategien, Formate und Storytelling	123
12.10 16.10.	150191	Online Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	166
12.10 16.10.	320051	Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	202
15.10 16.10.	250077	Erfolgsfaktor Storytelling – Unternehmen, Marken und Produkte mit Geschichten inszenieren	126
19.10.	190097	Künstlersozialabgabe – Fit für die nächste Betriebsprüfung!	245
19.10 22.10.	150187	Data Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	176
19.10 23.10.	100110	Fachredakteur crossmedial – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	68
19.10 23.10.	140112	Produkt- und Content Manager digital – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	150
22.10 23.10.	150228	Mehr Erfolg im Verkauf – Intensivtraining	189
26.10 28.10.	120125	Professionelle Manuskriptarbeit	95
26.10 30.10.	250060	Corporate Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	114
26.10 30.10.	140122	Website- und Portalmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	152
27.10 30.10.	250075	Content Marketing Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	116
28.10.	110094	Die agile Organisation – Teams, Bereiche oder Unternehmen agil aufstellen	212
28.10 30.10.	150193	Online Marketing kompakt	168

Termin	Nr.	Thema	Seite
NOVEMBE	R		
05.11.	150221	Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon	183
09.11.	100096	Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	82
09.11 10.11.	120144	Freies Lektorat III – Texte professionell bearbeiten	102
09.11 11.11.	320053	Der agile Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	204
09.11 13.11.	140113	Manager Digitale Produktentwicklung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	144
10.11 11.11.	130038	Grafik für Nicht-Grafiker	195
10.11 11.11.	100123	Texten fürs Web – Überschriften, Teaser, SEO	77
11.11.	190093	Social Media und Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.	141
11.11 13.11.	150205	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130
12.11.	100133	Interviews professionell führen und schreiben – Von der Terminanfrage bis zur Druckversion	80
12.11 13.11.	320062	Verhandlungsführung	220
16.11 20.11.	140126	E-Learning-Projektmanager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	158
17.11.	100118	Themen finden und managen für Print- und Online-Medien	73
17.11 18.11.	170023	Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht – Grundlagen	236
17.11 20.11.	100130	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
18.11 19.11.	250079	Interne Kommunikation – Crossmediale Strategien und Content-Konzepte für erfolgreiche Mitarbeitermedien	122
19.11.	170024	Verlagsverträge – Urheber- und Vertragsrecht – Das Jahres-Update	237
23.11.	120145	Crashkurs Mehrfachverwertung von Verlagsinhalten – Produktideen für Ihren Content	92
23.11 26.11.	100106	Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	64
24.11 25.11.	320063	Konflikte konstruktiv lösen	221
24.11 27.11.	160031	PR- und Communications-Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	106
27.11.	100098	Crashkurs Deutsche Rechtschreibung und effizientes Korrekturlesen	82
30.11 04.12.	140107	Projektmanager Digitale Medien – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	208
DEZEMBE	₹		
01.12.	190080	Urheberrecht - Grundlagen	230
01.12 02.12.	120123	Autorenmanagement	93
02.12.	190081	Urheberrecht – Das Jahres-Update	231
02.12 04.12.	140124	Usability Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	154
07.12 08.12.	110105	Führen ohne Vorgesetztenfunktion	56
07.12 08.12.	320064	Mehr Erfolg durch sicheres Auftreten	222
08.12.	190087	GEMA, GVL & Co. –Kollektive Rechtewahrnehmung im nationalen und internationalen Musikgeschäft	241
09.12 11.12.	150206	Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	130





Wichtige Informationen auf einen Blick

Anmeldung

Die Anmeldung zu einer Veranstaltung kann über die Website, per Fax, E-Mail oder schriftlich per Post an die Akademie der Deutschen Medien übermittelt werden. Sie wird durch schriftliche Bestätigung der Akademie rechtsverbindlich.

Wir behalten uns vor, bei ungenügender Anzahl von Anmeldungen die Veranstaltung bis spätestens 14 Tage vor Beginn abzusagen. Dies gilt auch, wenn die Anmeldung bereits bestätigt wurde.

Ablauf/Leistungen

Die Veranstaltungen beginnen, soweit im Programm bzw. dem Einladungsschreiben nicht anders angegeben, um 10:00 Uhr und enden um ca. 17:00 Uhr. Bei mehrtägigen Veranstaltungen beginnen der zweite und ggf. weitere Tage in der Regel um 9:00 Uhr, der letzte Tag endet meist um ca. 16:00 Uhr.

Die Teilnahmegebühr versteht sich pro Person und Veranstaltungstermin und beinhaltet die Seminarkosten, Trainingstechnik, die Bereitstellung von Veranstaltungsunterlagen für einen Teilnehmer sowie Pausengetränke und kleine Snacks.

Nicht enthalten sind die Kosten für Mittag- und Abendessen sowie für die Anreise und Unterbringung, die von den Teilnehmern selbst zu tragen sind. Findet die Veranstaltung in einem Seminarhotel statt, gilt die jeweils in der Anmeldebestätigung benannte Tagungspauschale.

Zahlungsbedingungen

Die Teilnahmegebühr wird ca. 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn in Rechnung gestellt. In den Fällen, in denen die Akademie von der Umsatzsteuer befreit ist (z. B. § 4 Nr. 22a UStG), wird die Umsatzsteuer nicht ausgewiesen. Die Teilnahmegebühr wird mit dem Zugang der Rechnung fällig und ist spätestens zwei Wochen nach Rechnungsdatum auf das Konto der Akademie einzuzahlen.

Zahlungen werden ausschließlich per Banküberweisung akzeptiert.

Stornierung/Umbuchung/Ersatzteilnehmer

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir bei einer Stornierung der Anmeldung bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn eine Aufwandspauschale von € 150,-erheben müssen. Bei Webinaren beträgt die Aufwandspauschale € 25,-.

Im Falle der Stornierung innerhalb der letzten beiden Wochen vor der Veranstaltung wird die Seminargebühr in voller Höhe fällig, es sei denn, Sie können einen Ersatzteilnehmer benennen. Ihnen entstehen dann keine zusätzlichen Kosten.

Ist der Teilnehmer aufgrund nachgewiesener Erkrankung nicht in der Lage, an der gebuchten Veranstaltung teilzunehmen und informiert er die Akademie darüber in weniger als 14 Tagen vor Veranstaltungsbeginn, so wird nach Übersendung eines ärztlichen Attestes ein Gutschein über die zu leistende Teilnahmegebühr ausgestellt. Dieser kann in einem Zeitraum von drei Jahren für alle Veranstaltungen der Akademie eingelöst werden. Eine Stornierungsgebühr entsteht in diesem Falle nicht.

Ist die Durchführung einer Veranstaltung aufgrund höherer Gewalt, wegen Verhinderung eines Referenten, wegen Störungen am Veranstaltungsort oder aufgrund zu geringer Teilnehmerzahl nicht möglich, werden alle Teilnehmer umgehend informiert und ggf. geleistete Teilnahmegebühren zurückerstattet. Die Absage wegen zu geringer Teilnehmerzahl erfolgt mindestens 10 Tage vor der Veranstaltung. Die Teilnahmegebühr wird in diesem Fall in voller Höhe erstattet.

Alle Informationen zu unseren Veranstaltungen im Internet

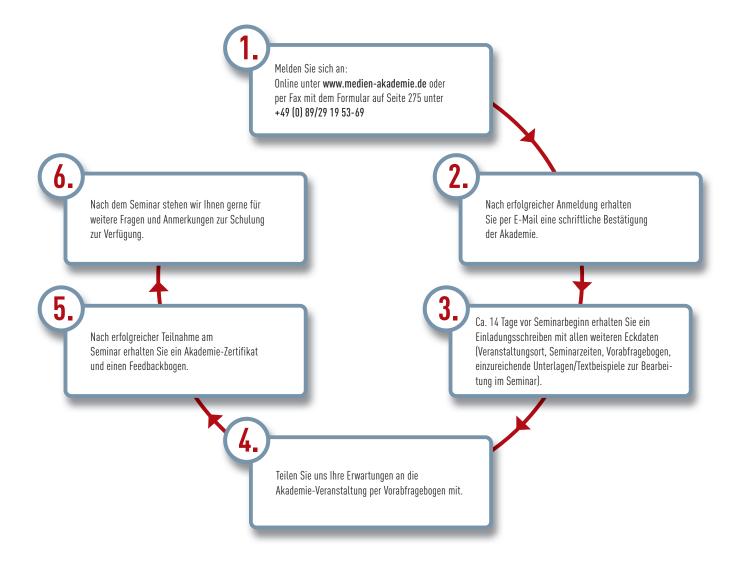
Zu jeder unserer Veranstaltungen finden Sie ausführliche Informationen zu Inhalt, Referenten, Programm, Seminarzeiten, Veranstaltungsort, Anreise und Hotels auf unserer Website **www.medien-akademie.de**. Geben Sie einfach in das Suchfeld die Veranstaltungsnummer ein.

Die vollständigen AGB der Akademie der Deutschen Medien finden Sie unter

www.medien-akademie.de/agb



Ihre Anmeldung bei der Akademie der Deutschen Medien



IMPRESSUM

Herausgegeben von der Akademie der Deutschen Medien gGmbH, HRB 126316 Amtsgericht München | GESCHÄFTSFÜHRER: Bernd Zanetti | REDAKTION: Tina Findeiß, Tabea Flick, Annika Geese, Ann-Christin Gritto, Ann-Kathrin Huber, Magdalena Kammhuber, Josephine Kramer-Schulze, Dr. Johanna Platter, Susanne Rauscher, Leonie Rouenhoff | PROJEKTLEITUNG: Magdalena Kammhuber, Patrizia Loacker | GESTALTUNG: G2 Printmedienmanufaktur GmbH, Grafing b. München | COVER: Nieder+Marx Design GbR, München, © Titelbild: konradbak - stock.adobe.com | FOTOS: © Birgit Roschach Photography (S. 62, 118, 224), © Gina Gorny/More Magenta Please (S. 6, 8, 13, 19, 22, 31, 37, 38, 40, 98, 142, 157, 164, 169, 235, 240, 255, 256, 257), © iStock.com/Jacob Ammentorp Lund (S. 23), © iStock.com/level17 (S. 28), © iStock.com/nd3000 (S. 27), © iStock.com/shironosov (S. 16), © iStock.com/TommL (S. 58), © iStock/AndreyPopov (S. 163), © iStock/Deagreez (S. 86), © iStock/Filipovic018 (S. 138), © iStock/jacoblund (S. 104), © iStock/Kerkez (S. 198), © iStock.com/Peoplelmages (S. 42), © iStock/Ridofranz (S. 207), © iStock/Sushiman (S. 128), © iStock/Thomas_EyeDesign (S. 247), © iStock/undefined undefined (S. 214), © iStock/Weedezign (S. 148), © iStock/wellphoto (S. 81), © iStock/photo.com/mediaphotos (S. 190), © Thaut Images - stock.adobe.com (S. 32), © iStock.com/andresr (S. 25), © Storytile (Paul Knecht) (S. 13) | DRUCK: StieberDruck GmbH, Lauda-Königshofen

© Akademie der Deutschen Medien

ANSCHRIFT: Salvatorplatz 1, 80333 München, Telefon: +49 (0) 89/29 19 53-0, Telefax: +49 (0) 89/29 19 53-69, E-Mail: info@medien-akademie.de, Website: www.medien-akademie.de Alle Angaben entsprechen dem Stand zum Zeitpunkt der Drucklegung (September 2019).

 $Zusatz termine \ f\"{u}r\ einzelne\ Seminare\ sind\ im\ laufenden\ Gesch\"{a}ftsjahr\ m\"{o}glich.\ Bitte\ wenden\ Sie\ sich\ an\ unser\ B\"{u}ro.$

Gedruckt auf LumiSilk, Inhalt: 115 g/m², Umschlag: 300 g/m²

Akademie der Deutschen Medien

Anmeldung

Bitte per Fax oder Post zurück an: Akademie der Deutschen Medien, Salvatorplatz 1, 80333 München • Fax: +49 (0) 89/29 19 53-69 Online-Anmeldung: www.medien-akademie.de



Ihre schriftliche Anmeldung zu einer unserer Veranstaltungen ist verbindlich.

Die im Programm genannten Gebühren beinhalten die Seminarkosten, Trainingstechnik und die Bereitstellung von Arbeitsunterlagen. Die Kosten für Mittagund Abendessen sowie für die Unterbringung werden von den Teilnehmern selbst getragen. Findet die Veranstaltung in einem externen Seminarhotel statt, gilt die Tagungspauschale (Vollpension).

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir bei Stornierungen bis zu 14 Tagen vor Seminarbeginn eine Bearbeitungsgebühr von € 150,- erheben müssen. Bei Webinaren beträgt die Aufwandspauschale € 25,-. Bei Absage innerhalb der letzten beiden Wochen vor Seminarbeginn wird die volle Seminargebühr fällig, sofern kein/e Ersatzteilnehmer/in genannt wird.

Sollte ein Seminar aus wichtigem Grund, z. B. Erkrankung des Seminarleiters oder zu geringe Teilnehmerzahl, abgesagt werden, so verpflichtet sich der Veranstalter zur vollen Rückzahlung der Seminargebühr. Weitere Ansprüche können nicht geltend gemacht werden. Änderungen, z. B. den Wechsel des Seminarortes etc., behält sich der Veranstalter vor.

Wie haben Sie von dieser Veranstaltung erfahren? (Mehrfachnennungen möglich)				
☐ Printprogramm	☐ E-Mailing		☐ Social Media (Facebook, Xing)	
☐ Post-Mailing	☐ Akademie-Website		☐ Verband:	
Persönliche Empfehlung	☐ Internetrecherche		☐ Sonstiges:	
Seminar-Nr./Seminartitel		Datum des Seminars		
		D. W. Alle II		
Firma		Position, Abteilung		
Name, Vorname		Geburtsdatum		
Telefon dienstlich		E-Mail		
Bitte senden Sie die Unterlagen an folgende Adresse				
Rechnungsadresse				
Mitgliedschaft bei BVDW, Content Marketing Forum, Deutsche	e Fachpresse, IG Digital, SBVV oder Vf	LL		
	-			
Datum		Firmenstempel, Unterschrift		
Mit der Unterschrift wird bestätigt, dass die AGB geles	sen, verstanden und akzeptiert w	erden.		

Unsere ausführlichen AGB und Datenschutzinformationen finden Sie unter: www.medien-akademie.de/agb/ www.medien-akademie.de/datenschutz/



Akademie der Deutschen Medien

Informationen zu unseren Angeboten

Bitte per Fax oder Post zurück an: Akademie der Deutschen Medien, Salvatorplatz 1, 80333 München • Fax: +49 (0) 89/29 19 53-69 Online-Anmeldung: www.medien-akademie.de



Abonnieren Sie unseren kostenfreien Newsletter und bleiben Sie über weitere Veranstaltungen, Trends und Themen auf dem Laufenden!

	lch gestatte der Akademie der Deutschen Medien, mir E-Mails mit Informationen zu den aktuellen Weiterbildungsangeboten an die angegebene E-Mail-Adresse zu senden. Diese Einverständniserklärung kann ich jederzeit widerrufen. Meine Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.
	Ich möchte über folgende Themen informiert werden:
	Unternehmenskommunikation, Social Media & PR
	Digitales Marketing, E-Commerce & Online-Sales
	Medienmanagement, Digitale Medien entwickeln & Projekte managen
	Strategie, Innovation & Business Development
	Veranstaltungsempfehlungen speziell für Verlage und Medienhäuser
	Ich bestelle das Print-Jahresprogramm. Bitte schicken Sie es mir an die u.g. Postanschrift.
Name	, Vorname
Firma	Position, Abteilung
Straß	e PLZ, Ort
E-Mai	l
Datun	n Firmenstempel, Unterschrift

