

DAS Integriertes Kommunikationsmanagement (IKM)

Wirkungsvolle Kommunikation auf strategischer und konzeptioneller Ebene



Das «DAS Integriertes Kommunikationsmanagement» setzt sich zusammen aus zwei der folgenden drei CAS: (a) «Strategisches Kommunikationsmanagement», (b) «Konzeptionelles Kommunikationsmanagement» oder «Operatives Kommunikationsmanagement». Die Teilnehmenden erwerben sich die Kompetenz und machen sich fit, um in einem Unternehmensbereich oder einer Gesamtorganisation die Kommunikation gesamtheitlich zu führen.

Gute integrierte Kommunikation findet dann statt, wenn die strategische, die konzeptionelle und die operative Kommunikationsebenen optimal integriert werden. Die drei CAS sind entsprechend thematisch aufbauend aufeinander abgestimmt. Diese Skills und je nach beruflicher Erfahrung und Vorkenntnissen wird eine differenzierte Wahl der beiden zu absolvierenden CAS empfohlen. Gleichzeitig ist dieser DAS durch den Besuch des dritten CAS zu einem MAS Abschluss ausbaubar.

Ziele

Je nach Wahl der CAS:

- Die Teilnehmenden können für die Unternehmensreputation relevante Konzepte, Modelle und Methoden des Unternehmensmanagements ganzheitlich analysieren, daraus abgeleitete Entscheidungen treffen und diese wirkungsvoll kommunizieren (strategische Kompetenz).
- Die Teilnehmenden können Ausgangslagen für eine integrierte Kommunikation ganzheitlich analysieren, Ansatzpunkte für (innovative) Problemlösungen identifizieren und daraus ganzheitliche Kommunikationskonzepte erarbeiten (Methoden-Kompetenz)

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Teilnehmenden können Konzepte der integrierten Kommunikation ganzheitlich und ergebnisorientiert mit digitalen und analogen Kommunikationsmitteln umsetzen (Transferkompetenz)
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe Beschreibung bei den jeweiligen CAS
Aufbau	Die Reihenfolge der zu absolvierenden CAS ist frei wählbar.
Zielpublikum	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsmanager in einer bestimmten Kommunikations-/Marketingdisziplin, Teamleitung oder Gesamtleitung eines Bereichs in der Kommunikation/im Marketing in Profit oder Non-Profit Organisationen. • Manager aus dem Dienstleistungsbereich (Kommunikations- / PR- / Werbeagenturen) • Medienschaffende (Publizisten, Journalistinnen / Journalisten). • Kommunikationsmanager, die in ihren beruflichen Feldern schon viel erreicht haben, und ihre «on the job»-erworbenen Skills mit neuen Kompetenzen untermauern oder ergänzen wollen. • Fachmanager in der Kommunikation, die sich von der eher ausführenden Ebene auf die Entscheidungsebene entwickeln wollen. • Kommunikationsspezialisten mit beruflichen Schwerpunkten in den Bereichen Text, (Bewegt-Bild), Grafik etc. • Quereinsteiger:innen aus diversen Wirtschaftsbereichen, die in ihrem beruflichen Umfeld viel kommunizieren müssen, z. B. (internationale) Projektkommunikation. • Politiker und andere Persönlichkeiten, die im Kontext ihrer beruflichen Aktivitäten gut kommunizieren wollen.
Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe die übliche Aufnahmebedingungen für den Besuch eines CAS.
Abschluss	Diploma of Advanced Studies FHNW, 32 ECTS-Credits
Dozierende	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe Programme der einzelnen CAS
Leistungsaufwand	<ul style="list-style-type: none"> • Etwas über 30 Kurstage (abhängig von den gewählten CAS) • Aufwand pro Kurstag im optimalen Fall ca. 0.5 Tage
Daten	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe einzelne CAS
Ort	<p>Campus Olten Riggenbachstrasse 16</p> <p>mit teilweise auch hybrid oder online durchgeführten Kursen</p>
Kosten	<ul style="list-style-type: none"> • In Abhängigkeit der gewählten CAS (bitte anfragen)
Programmleitung	<p>Joachim Tillessen T +41 62 957 25 75 joachim.tillessen@fhnw.ch</p>
Koordination	<p>Cornelia Pestrin T +41 62 957 28 75 cornelia.pestrin@fhnw.ch</p>