

Operative Ebene: Botschaften digital und analog vermitteln

Kommunikations-Strategie	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen zur Kommunikationsstrategie ■ Relevanz, Aufgaben und Ziele der Kommunikationsstrategie im Kontext mit der Unternehmensstrategie ■ Elemente und Entwicklung einer Kommunikationsstrategie ■ Praxis-Transfer: Definition / Planung der Kommunikationsstrategie 	1
Wirkungsvoll Texten für off- und online Medien	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Qualitätskriterien für Presse-, Werbe- und Online-Texte ■ Textbausteine und Textelemente für Presse-, Werbe- und Online-Texte ■ Rhetorische Stilmittel und Schreibstile für Presse-, Werbe- und Online-Texte ■ Praxistransfer: Kreativitätstechniken für Werbetexte, Suchmaschinen-optimierung mit sprachlichen Mitteln, Hypertextstrukturen für Online-Texte, Textdramaturgie für Presse-Texte 	2
Storytelling	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Rolle und Ziele von Storytelling in der digitalen und analogen Kommunikation ■ Relevante Storytelling-Konzepte ■ Storytelling-Dramaturgien im Context von digitaler und analoger Kommunikation ■ Praxistransfer: Storytelling-Anwendungen in der digitalen und analogen Kommunikation 	1
Bildkommunikation / Infografik	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Ziele und Wirkung von Bildkommunikation und Infografik ■ Grundlagen und Elemente (Wirkungsfaktoren) der Bildkommunikation und Infografik ■ Praxistransfer: Wirkungsvolle Unterstützung von empfängergerechten Kommunikationsbotschaften 	1
Audiovisuelle Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Bedeutung, Rolle und Ziele der audiovisuellen Kommunikation in der integrierten Kommunikation ■ Erlebniskommunikation in Form von Events, Messen, Roadshows etc. ■ Zielführende Kreativtechniken in der Live-Kommunikation ■ Praxis-Transfer: Konzeption, Umsetzung und Controlling von Unternehmens- und Marketing-Events (in Zusammenarbeit mit Event-Agenturen) 	1
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Bedeutung, Rolle und Ziele von Social Media in der integrierten Kommunikation ■ Social Media Plattformen: Rolle, Bedeutung, Anwendung ■ Erfolgreicher Einsatz von SEO und SEA ■ Praxis-Transfer: Prozessschritte und Planung einer Social Media Strategie im Kontext des integrierten Kommunikationsmanagement 	2
Webpage Building	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Bedeutung, Rolle und Ziele von Webpage in der integrierten Kommunikation ■ Inhaltliche, visuelle und technologische Entwicklung von Webseiten ■ Web-Content-Systeme und deren Funktionen und Anwendungen ■ Praxis-Transfer: Webseiten planen, realisieren und monitoren 	1

Content Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Bedeutung, Rolle und Ziele sowie Chancen und Grenzen des internen und externen Content Marketing ■ Ziele, Zielgruppen, Medien, Formen, Inhalte und Trends im Content Marketing ■ Crossmediale Content Marketing-Strategien und Content-Marketing-Konzepte ■ Praxistransfer: Prozessschritte und Planung einer Content-Marketing-Strategie/-Konzeption im Kontext mit der integrierten Kommunikation 	2
Bloggen, Twittern, Posten	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Rolle und Ziele von Blogs, Tweets und Posts ■ Bloggen, Twittern, Posten im Rahmen einer Kommunikationsstrategie ■ (Org.) Voraussetzung für effektives und effizientes Bloggen, Twittern, Posten ■ Praxis-Transfer: Publikation von Beiträgen auf verschiedenen Online-Plattformen 	1
Mobile Marketing and App Building	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Rolle und Ziele von Mobile Marketing in der integrierten Kommunikation ■ Entwicklung von Mobile Strategien ■ (Operativer) Einsatz und Wirkung der Mobile Kommunikation ■ Praxistransfer: Konzeption und Implementierung von Mobile Applications 	1
Omni-Channel Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Rolle und Ziele der Omni-Channel Kommunikation zur operativen Steigerung von Komm.-Effektivität und -Effizienz ■ Storytelling-Anwendung in der Omni-Channel-Kommunikation ■ Organisatorische, konzeptionelle und technische Aspekte bei der Realisation von Omni-Channel-Kampagnen ■ Praxistransfer: Prozessschritte und Planung einer Omni-Channel-Konzeption 	1
Big Data & Kommunikations-Automation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen: Rolle, Bedeutung und Ziele von Big Data in der integrierten Kommunikation ■ Elemente, Erfolgsfaktoren für Big Data ■ Organisatorische und fachliche Voraussetzungen ■ Praxis-Transfer: Prozessschritte und Planung von Big Data im Rahmen der integrierten Kommunikation 	2
Präsentations-kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gestaltung und Strukturelemente wirkungsvoller Präsentationen ■ Präsentation als gestalteter Dialog mit dem Publikum (Face-to-Face und Video) ■ Dramaturgie-Elemente einer Präsentation (Face-to-Face und Video) ■ Praxis-Transfer: Planung und Ausführung von Präsentationen (Face-to-Face und Video) 	1