



Kurse und Seminare Kursprogramm 2015/16





„Interessant war, dass der Volontärskurs der Leipzig School of Media den momentanen Umbruch im Journalismus aufgreift und berufliche Möglichkeiten auch über das Volontariat hinaus aufzeigt. Spannend fand ich außerdem die intensiven Debatten um die Zukunft der Zeitung“

Tanja Goldbecher, Freie Presse



„Meine Erwartungen wurden in der Seminarreihe zum Social Media Manager übertroffen. Die Referenten, der organisatorische Ablauf, die angenehme Campusatmosphäre und der rege Austausch der Seminarteilnehmer untereinander haben dieses Seminar zu einem unvergesslichen Erlebnis gemacht. Fazit: Sehr empfehlenswert“

Florian Schönthal, Polizeikommissar und Social Media Manager der Polizei Sachsen



„Das Online Marketing Camp ist vollgepackt mit Praxistipps und sehr nützlichen Tools, die man schnell und einfach anwenden kann. Die Referenten kommen aus der Praxis, gehen sehr kompetent auf alle Fragen ein und nehmen sich viel Zeit für die Teilnehmer. Ein durchweg zu empfehlender Kurs, den man nicht verpassen sollte!“

Barbara Wollmann, 100. Deutscher Katholikentag Leipzig 2016 e. V.



„Die Vorbereitung des Inhouse-Seminars auf unsere speziellen Anliegen als Kunde war so intensiv und gut, wie wir es noch nie erlebt haben. Die Referenten waren voll und ganz auf unsere Bedürfnisse eingestellt.“

Steven Grimm, Betriebsratsvorsitzender der European Air Transport Leipzig GmbH



„Das Seminar Content Marketing verbindet profunde Theorie mit realistischen Praxisbeispielen. Besonders beeindruckt war ich von der Kreativität und gleichzeitigen Lösungsorientierung der Dozenten, die alle Teilnehmer involviert haben. Ich bin hochmotiviert und begeistert nach Hause gefahren.“

Anna Maria Commentz, Online-Marketing-Expertin der Hypoport AG



Die Chancen des digitalen Wandels nutzen

Das Angebot der Leipzig School of Media (LSoM) ist seit 2008 auf ein zentrales Ziel ausgerichtet: Wir unterstützen Unternehmen, Organisationen und öffentliche Einrichtungen bei der Bewältigung des digitalen Medienwandels und seiner Folgen. Als Kompetenzzentrum bieten wir Arbeitnehmern aus den Branchen Medien, Kommunikation, Marketing und IT ein breites Spektrum von Kursen und Seminaren.

Die Aus- und Weiterbildung an der LSoM ist stets sowohl praxisnah als auch akademisch fundiert. Bei uns unterrichten ausschließlich renommierte Hochschullehrer und erfahrene Praktiker. Alle Kursteilnehmer lernen in kleinen Gruppen und in einem modernen Lernumfeld. Unser Team betreut Sie intensiv und bietet Ihnen gerne jede Unterstützung an.

Als gemeinnützige Gesellschaft für akademische Weiterbildung verfolgen wir keine Gewinnabsichten. Dank der Unterstützung der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig, unserer Gesellschafterin, fördern wir hingegen freie Medien und eine wertorientierte öffentliche Kommunikation. Die Digitalisierung sehen wir hierbei nicht als Bedrohung, sondern als Chance.

Wir laden Sie herzlich ein, unser Weiterbildungsangebot kennenzulernen.

Inhaltsverzeichnis

Marketing und PR

Zertifikatskurs zum Social Media Manager (PZOK)	7
Online Marketing Camp	8
Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing (SEO/SEM)	9
Content-Marketing	10
Brand Storytelling	11
Professionell Bloggen	12
Grundlagen der Public Relations	13
Marketing und Brand Management	14
Journalistische Kernkompetenzen in der Unternehmenskommunikation	15

Journalismus

Volontärskurs Crossmedia	16
Datenjournalismus	17
Kreatives Schreiben und Arbeiten	17
Unternehmerischer Journalismus	18
Mobile Journalism	19
Methodisches Recherchieren	20
Crossmediales Management konvergenter Redaktionen	20
Crossmediales Produzieren	21
Open Journalism und digitale Content-Aufbereitung	21

Medientechnik und Gestaltung

Audio- und Videoproduktion	22
Fotografie, Bewegtbild, Bildersprache	23
Gestaltung und Layout von Unternehmensmedien	23
Agile Produktentwicklung	24
Produktentwicklung und Vermarktung mobiler Anwendungen	24

E-Business

Mobile Gaming	25
E-Business	26

Masterstudiengänge / Weitere Informationen

Inhouse-Seminare	27
Masterstudiengänge	28
Anmeldung und Buchung / Übernachtung	32
Mediencampus Villa Ida / Anfahrt	33
Finanzierungshinweise	34
Kontakt	36

Terminübersicht

Dezember 2015

10. – 12.12. und 14. – 16.01.	Marketing und Brand Management	14
-------------------------------	--------------------------------	----

Januar 2016

07. – 08.01.	Agile Produktentwicklung	24
07. – 09.01.	Mobile Gaming	25
15. – 16.01., 12. – 13.02. und 03. – 04.03.	Audio- und Videoproduktion	22
18. – 19.01.	Unternehmerischer Journalismus	18

Februar 2016

04. – 06.02.	Brand Storytelling	11
04. – 06.02.	App-Entwicklung und -vermarktung	24
11. – 13.02. und 03. – 05.03.	Journalistische Kernkompetenzen in der Unternehmenskommunikation	15
11. – 13.02. und 03. – 05.03.	Methodisches Recherchieren	20
22. – 23.02.	Mobile Journalism	19

April 2016

28. – 30.04.	Content-Marketing	10
07. – 09.04. und 05. – 07.05.	Crossmediales Publizieren	21
22. – 23.04.	Fotografie, Bewegtbild und Bildersprache	23

Mai 2016

12. – 14.05. und 02. – 04.06.	Social Media Manager	7
19. – 21.05.	Gestaltung und Layout von Unternehmensmedien	23
19.05.; 16.07.; 11.08. und 03.09.	Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing	9
21. – 23.05. und 19. – 21.05.	E-Business	26
26. – 28.05. und 16. – 18.06.	Open Journalism und digitale Content-Aufbereitung	21

Juni 2016

08. – 10.06.	Online Marketing Camp	8
16. – 18.06. und 14. – 16.07.	Grundlagen der PR	13

Juli 2016

07. – 09.07. und 25. – 27.08.	Crossmediales Management konvergenter Redaktionen	20
-------------------------------	---	----

September 2016

16. – 18.09.	Professionell Bloggen	12
--------------	-----------------------	----

Oktober 2016

25.10. (Starttermin)	Voluntärskurs Crossmedia	16
----------------------	--------------------------	----

November 2016

01. – 02.11.	Datenjournalismus	16
28. – 29.11.	Kreatives Schreiben und Arbeiten	17

Januar 2017

16. – 17.01.	Unternehmerischer Journalismus	18
--------------	--------------------------------	----

Februar 2017

27. – 28.02.	Mobile Journalism	19
--------------	-------------------	----

Seminar, Workshop und Co.

Unsere Kursformate kurz erklärt

Seminar

Teilnehmer eines Seminars eignen sich Fachwissen zu einem spezifischen Thema oder Themenbereich an. Ein Seminar dauert mindestens einen halben und maximal drei Tage. Während der Veranstaltung erfolgt die Wissensvermittlung stets interaktiv, etwa durch Diskussionen und Gruppenarbeiten.

Intensiv-Seminare

Ein Intensiv-Seminar setzt auf Seiten der Teilnehmer ein bestimmtes Vorwissen oder spezielle Arbeitserfahrung voraus und richtet sich an eine homogenere Teilnehmergruppe. Ziel ist die Vertiefung des gemeinsamen Fachwissens. Diese Sonderform des Seminars dauert in der Regel ebenfalls mindestens einen halben und maximal drei Tage.

Kurse

Besucher einer Kursreihe erwerben umfassende Kenntnisse in einem Fachgebiet. Eine Kursreihe dauert mindestens drei Tage und erstreckt sich über mindestens zwei Präsenztermine. Die Wissensvermittlung erfolgt in der Regel modular, d.h. einzelne Themen werden nacheinander behandelt und zwischenzeitlich berufspraktisch angewendet.

Zertifikatskurs

Beim Zertifikatskurs handelt es sich um eine Sonderform der Kursreihe, die einen Umfang von mindestens sechs Tagen hat. Unser Anspruch an Zertifikatskurse ist, dass sie einem vollwertigen Berufsabschluss nahekommen. Um dieses Ziel zu erreichen, nehmen die Teilnehmer an internen oder externen Prüfungen teil.

Camp

Bei einem Camp erhalten die Teilnehmer praxisnahes Wissen, wobei – anders als etwa beim Seminar – auf eine akademische Fundierung weitgehend verzichtet wird. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung direkt anwendbaren Wissens, insbesondere zu Funktionsweisen, Techniken, Instrumenten und Vorgehensweisen in einem spezifischen Themengebiet. In der Regel kommt eine Vielzahl von Dozenten zum Einsatz. Ein Camp dauert drei bis fünf Tage.

Workshop

Besucher eines Workshops wenden ihr Fachwissen direkt an, indem sie gemeinsam und lösungsorientiert an einem Problem beziehungsweise einer vorgegeben Aufgabenstellung arbeiten. Zuvor werden in der Regel die Techniken, Instrumente und gegebenenfalls erste Lösungsansätze vermittelt. Ein Workshop hat einen Umfang von bis zu zwei Tagen und kann auch Teil einer längeren Veranstaltung sein (z.B. Seminar mit Workshop-Charakter).



Zertifikatskurs zum Social Media Manager (PZOK)

In sechs praxisnahen Seminaren zum Social-Media-Experten

Der Zertifikatskurs zum Social Media Manager bietet Ihnen eine fundierte und anerkannte Qualifikation zum Experten für soziale Medien. In sechs kompakten Tagesseminaren lernen Sie alle relevanten Aspekte des Themas kennen und festigen das Gelernte mittels Übungen, Diskussionen und Best-Practice-Beispielen. Auf diese Weise vermitteln Ihnen unsere Dozenten aus Wissenschaft und Praxis direkt anwendbares Wissen für Ihr Unternehmen. Nicht zuletzt bereitet die Weiterbildung optimal auf die Zertifikatsprüfung zum Social Media Manager vor, die bei der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) absolviert werden kann.

Lehrinhalte

- Einsatzfelder von Social Media (PR, Marketing, Recruiting, CRM, Vertrieb, Service etc.),
- Integrierte Social-Media-Strategien und Social Media Monitoring
- Planung und Management von Social-Media-Kampagnen | Social Video,
- Social-Media-Prozesse und Workflows sowie Budgetplanung und Controlling,
- Krisenkommunikation und Reputationsmanagement (Influencer Marketing, Issue Management und Wege aus dem Shit Storm),
- Rechtliche Rahmenbedingungen und Guidelines sowie Social Media Governance.

Am Ende der Veranstaltung ...

- ermitteln Sie strukturiert und eigenständig Anforderungen und Potenziale zum Einsatz von Social Media in Ihrem Unternehmen.
- kennen Sie die Vorgehensweise zur Erarbeitung einer integrierten und zielgerichteten Social-Media-Strategie.
- können Sie diese Strategie zielgruppengerecht umsetzen.
- vernetzen Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten effektiv mit angrenzenden Bereichen in Ihrem Unternehmen und messen stichhaltig Ihre Erfolge im Social Web.

Zielgruppe

Fachkräfte aus Unternehmen, Organisationen und Agenturen, die mit dem Social-Media-Management betraut sind, insbesondere Marketing- und Kommunikationsmanager sowie Mitarbeiter im Bereich Online- und Content-Marketing.

Referenten

Unter anderem Ben Ellermann (BVCM), Kerstin Nägler (Forschungsweb), Katja von der Burg (Projecter), Kathrin Faust (Fink & Fuchs digital), Jens Neumann (ClipVilla).

Termin

12. – 14. Mai sowie
02. – 04. Juni 2016

Alle Seminare beginnen jeweils um
9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Medien-campus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

2.400 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 14. April 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

pzok.





Termin

06. – 08. Juni 2016

Tag 1: 9 – 18.30 Uhr

Tag 2: 9 – 18 Uhr

Tag 3: 9 – 16 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.050 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 11. Mai 2016
profitieren Sie von einem Frühbuche-
rabatt von 15 Prozent.



Online Marketing Camp

In drei Tagen zum Online-Marketing-Profi

Das dreitägige Online Marketing Camp bietet einen umfassenden Überblick über alle Kanäle und Werkzeuge des digitalen Marketings. Anhand von Kurzvorträgen, Fallstudien, Diskussionen und Workshops lernen die Teilnehmer alle Gebiete des Online-Marketings kennen. Zu jedem Thema referiert ein ausgewiesener Experte aus der Praxis. Das Camp ist ein gemeinsames Angebot der Hamburg Media School und der Leipzig School of Media. Hunderte Teilnehmer aus Unternehmen aller Branchen konnten in den vergangenen Jahren von der kompakten und zugleich fundierten Wissensvermittlung profitieren.

Lehrinhalte

- Überblick zu Marktteilnehmern, Wertschöpfungsketten und Besonderheiten,
- Know-how zu den Disziplinen SEO, SEA, Social Media und Affiliate Marketing,
- praktische Grundlagen des Display-Advertising und der Conversion-Optimierung,
- Werkzeuge, Möglichkeiten und Ziele der Web-Analyse, des Web-Controllings und der Web-Usability,
- Online-Marketing-Kampagnen planen, umsetzen und steuern.

Am Ende der Veranstaltung ...

- verstehen Sie alle Online-Marketing-Kanäle von A bis Z sowie ihre technischen Hintergründe.
- kennen Sie die wichtigsten Tools, Instrumente und Dienstleister im Online Marketing.
- können Sie Online-Marketing-Kampagnen eigenständig planen, umsetzen und steuern.
- sind Sie dazu in der Lage, digitale Marketing-Strategien zu entwickeln und messbare Resultate zu erzielen.
- sind Sie mit den Top-Trends und Schlüsselenwicklungen im digitalen Marketing vertraut.

Zielgruppe

Das Online Marketing Camp richtet sich an Fachkräfte aus Marketing, Medien und Kommunikation sowie aus den Bereichen Handel und E-Commerce. Weiterhin sind Young Professionals aus Online-Firmen, Start-up-Unternehmen und Hochschulabsolventen angesprochen.

Referenten

Unter anderem Philipp Westermeyer (Metrigo), Andre Alpar (AKM3), Patrick Klingberg (Artaxo), Sven-Olaf Peeck (Crowdmedia), Katja von der Burg (Projecter).

Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing (SEO/SEM)

Lernen Sie Suchmaschinen zu verstehen und machen Sie Ihr Suchmaschinenmarketing noch effizienter

Lernen Sie in dieser Kursreihe die Strategien der Suchmaschinenoptimierung und des Suchmaschinenmarketings kennen. Der Kurs vermittelt zunächst das medientechnische Know-how zu Arbeitsweisen und Architekturen gängiger Suchmaschinen wie Google, Bing oder Yahoo. Ergänzend hierzu lernen Sie die Prinzipien der Internetsuche kennen und erwerben auf dieser Grundlage umfassendes Anwenderwissen zur On- und Offpage-Optimierung sowie zum Suchmaschinenmarketing.

Lehrinhalte

- Funktionsweise und Architektur indexbasierter Suchmaschinen,
- Nutzungsgewohnheiten und Strategien der Internetsuche,
- Grundlagen der Onpage-Optimierung sowie Einführung in die Offpage-Optimierung,
- Einbinden von Metadaten in Webseiten | Bewertung der Datenqualität im Internet,
- Werben mit Google-AdWords: Grundlagen & Zusammenhänge.

Am Ende der Veranstaltung ...

- haben Sie ein umfassendes Verständnis von Prinzipien und Technologien der Internetsuche.
- sind Sie dazu in der Lage, Ihr Webprojekt unter SEO- und SEM-Gesichtspunkten optimal zu planen und umzusetzen.
- wenden Sie den Prozess der Suchmaschinenoptimierung strukturiert auf Ihrer bestehenden Website an.
- kennen Sie die Expertentipps zur effizienten Keywordauswahl und Kampagnenplanung mit Google AdWords.

Zielgruppe

Webseitenbetreiber sowie operativ verantwortliche Fachkräfte aus Marketing, Medien und Kommunikation. Weiterhin sind Young Professionals aus Online-Firmen, Start-up-Unternehmen und Hochschulabsolventen angesprochen.

Referenten

Prof. Dr. Thomas Riechert (Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig), Andreas Hörcher (Finwaa).

Termin

19. Mai 2016 | 9 – 13 Uhr

16. Juli 2016 | 13.45 – 18 Uhr

11. August 2016 | 9 – 18 Uhr

03. September 2016 | 9 – 18 Uhr

Ort

Leipzig School of Media

Mediencampus Villa Ida

Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.310 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 21. April 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Wichtiger Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Masterstudiengangs Crossmedia Management.





Termin

28. – 30. April 2016

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Tag 3: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.050 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 31. März 2016
profitieren Sie von einem Frühbucher-
rabatt von 15 Prozent.

Content-Marketing

Mit den richtigen Inhalten on- und offline überzeugen

Guter Content verschafft Ihren Botschaften nicht nur Autorität und Glaubwürdigkeit, sondern trägt auch dazu bei, sie einer großen Anzahl von Nutzern, Lesern, Stakeholdern und Kunden zu übermitteln. Die Resultate sind bessere Auffindbarkeit, größere Reputation, höhere Glaubwürdigkeit und damit die Loyalität Ihrer Kunden. Im Seminar Content-Marketing lernen Sie, was relevante Inhalte sind, wie die crossmediale Produktion und Distribution solcher Inhalte organisiert werden kann und nicht zuletzt, welchen Platz eine Content-Strategie im Rahmen einer integrierten Marketing-Strategie einnimmt.

Lehrinhalte

- Ziele und Vorgehensweisen der Content-Analyse
- Ableitung einer unternehmens- und zielgruppenadäquaten Content-Strategie,
- Integration und Management von Content-Produktionsprozessen in Ihrem Unternehmen,
- Content-Formate und -Typen, Storytelling sowie Do's & Dont's für guten Content,
- Kuratieren und Wiederverwerten von Inhalten, Seeding-Strategien, Content Controlling mittels Metrics und KPI's,
- SEO und Social Media im Content-Marketing.

Am Ende der Veranstaltung ...

- können Sie eigenständig den Prozess der Content-Strategieentwicklung in Ihrem Unternehmen einleiten.
- kennen Sie Phasen, Ansprechpartner und Ziele Ihrer Content-Marketing-Aktivitäten.
- wissen Sie, wie Content-Marketing wirkt und auf welche Weise Sie die passenden Inhalte entlang der Customer Journey erstellen.
- vereinbaren Sie die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen mit den Anforderungen von Suchmaschinen an Ihren Content.
- kennen Sie wertvolle Tipps und Anregungen zur Auswahl, Entwicklung und Verbreitung kreativer, crossmedialer Content-Ideen.

Zielgruppe

Das Seminar Content-Marketing richtet sich insbesondere an Kommunikations- und Online-Marketing-Verantwortliche, Content Manager, Webtexter, Projekt- und Produktmanager sowie alle, die in den Berufsfeldern Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit mit der Produktion, Distribution, Vernetzung und dem Management von (Medien-)Inhalten beschäftigt sind.

Referenten

Unter anderem Doris Eichmeier (Content-Strategin), Andreas Berens, Carsten Bolk (beide theUntold).





Brand Storytelling

Lernen Sie, wie Markengeschichten entstehen, wie sie wirken und umgesetzt werden

Storytelling ist sowohl ein Trend, als auch eine der effektivsten Techniken im immer intensiveren Kampf um Aufmerksamkeit. Gute Geschichten sind schon seit Jahrtausenden ein Vehikel, um Zusammenhänge interessant, spannend und merkfähig zu verpacken. Im Seminar Brand Storytelling erlernen Sie die Grundprinzipien des Storytellings und erfahren, wie sie mit einer durchdachten Content-Strategie eine sich tragende Markenidentität schaffen, die trägt. In mehreren Konzeptionsworkshops arbeiten die Teilnehmer an der Umsetzung eigener Brand Stories.

Lehrinhalte

- Grundlagen ganzheitlicher Content-Aktivitäten in der strategischen Markenführung,
- Integration und Vernetzung von Storytelling-Elementen über mehrere Kanäle und Plattformen,
- Grundprinzipien erfolgreichen Storytellings (Erzähltechniken, Strukturen und Dramaturgie),
- Workshop-Sessions: gemeinsame Arbeit an eigenen Story-Konzepten,
- Best-Practice-Sessions: wie erfolgreiche Brand Storyteller ihre Storytelling-Aktivitäten konzipieren und umsetzen.

Am Ende der Veranstaltung ...

- haben Sie die Auswirkungen guter Geschichten auf die Markenwerbung kennengelernt und erhalten Einblick in das Zusammenspiel klassischer und moderner Medien.
- können Sie Brand Stories in Zeiten der Kanalvielfalt denken, umsetzen und crossmedial verknüpfen.
- können Sie ansprechende und zielgruppenadäquate Geschichten mit den Instrumenten und Techniken zeitgemäßen Storytellings konzipieren.
- wissen Sie, wie Sie Ihre internen Marketing-Aktivitäten neu ausrichten.

Zielgruppe

Kommunikations- und Online-Marketing-Verantwortliche, Content Manager, Webtexter, Projekt- und Produktmanager sowie alle, die in den Berufsfeldern Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit mit der Produktion, Distribution, Vernetzung und dem Management von (Medien-)Inhalten beschäftigt sind.

Referenten

Unter anderem Prof. Dr. Dieter-Georg Herbst (Source1), Andreas Berens, Carsten Bolk (beide theUntold).

Termin

04. – 06. Februar 2016

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Tag 3: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.580 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 7. Januar 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.





Termine

16. – 18. September 2016

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Tag 3: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

12

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.050 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum
profitieren Sie von einem Frühbuche-
rabatt von 15 Prozent.

Professionell Bloggen

Machen Sie Ihren Blog zur Top-Adresse im Web

In unserem dreitägigen Intensivseminar lernen Sie, wie Sie Ihren Blog substanziell nach vorn bringen. Egal, ob es um den Auf- bzw. Ausbau Ihrer Leserschaft geht, Sie Schwierigkeiten haben mit Themenfindung und Schreibe, oder nach Wegen suchen, mit Ihrem Blog Geld zu verdienen. Blogprofi Michael Firnkes zeigt Ihnen Methoden und Instrumente für den zielgerichteten Ausbau Ihrer Webpräsenz. In den Vorträgen, Diskussionen und Workshop-Einheiten wird stets Bezug auf Ihre konkreten Problemlagen genommen – egal ob Sie einen kleinen Freizeitblog betreiben oder einen umfangreichen Corporate Blog verantworten.

Lehrinhalte

- Blog-Systeme: Anbieter, Vor- und Nachteile, Hilfreiche Tools,
- Blog-Design: visuelles Design und User Experience, Layout, Branding,
- Content-Marketing-Strategie und Themenplanung,
- Grundlagen des Webtextens: Schreibe, Stil und Tonalität,
- Blog-Marketing: SEO, SEM, Social Media und Affiliate Marketing sowie Geschäftsmodelle,
- Reputations- und Community Management sowie rechtliche und ethische Grundlagen.

Am Ende der Veranstaltung ...

- haben Sie die richtige Content-Strategie, um Leser zu gewinnen, Ihr Netzwerk auszubauen und die Popularität Ihres Blogs erheblich zu steigern.
- setzen Sie mehr Social Signals, generieren Branding-Effekte und erhöhen die Aufmerksamkeit in den Suchmaschinen.
- kennen Sie die Wege und Methoden, um mit Ihrem Blog dauerhaft Geld zu verdienen.
- profitieren Sie vom direkten Feedback zu Ihrem Blog sowie unmittelbar anwendbaren Expertentipps.

Zielgruppe

Blogger sowie Mitarbeiter aus PR- und Marketingabteilungen in Unternehmen (PR-Berater, Content- und Marketing-Manager, Social Media Manager, Online-Marketing-Verantwortliche). Weiterhin angesprochen sind Fachkräfte aus Agenturen, Start-ups und Einzelunternehmen sowie Journalisten, sofern sie bereits einen eigenen Blog betreiben.

Referenten

Michael Firnkes (Blogger, Autor und Trainer), Robert Weller (Blogger, Autor, Trainer), Judith Hesse (Rechtsanwältin dfmp).



Grundlagen der Public Relations

Berufsbegleitend zum geprüften Experten für integrierte Kommunikation

In unserem sechstägigen Kompaktkurs erwerben Sie die theoretischen Grundlagen und die praktischen Kenntnisse zur Umsetzung integrierter Kommunikationsmaßnahmen. Sie entwickeln unter Berücksichtigung von Zielgruppen, Botschaften, Budgets und den Bedingungen digitaler Kommunikation anwendbare PR-Konzepte. Zudem lernen Sie die verschiedenen Ausprägungen und Formen der PR (Krisenkommunikation, interne Kommunikation, Online-PR, usw.) kennen und begreifen so Öffentlichkeitsarbeit als integrativen Prozess. Im Anschluss an das Seminar empfehlen wir die Teilnahme an der PZOK-Prüfung zum zertifizierten PR-Berater.

Lehrinhalte

- Grundlagen der Public Relations und externe PR,
- Interne PR und Mitarbeiterkommunikation,
- Internationale und interkulturelle Kommunikation,
- Integrierte Kommunikation und Corporate Identity.

Am Ende der Veranstaltung ...

- haben Sie grundlegende Denk- und Handlungskonzepte der PR kennengelernt.
- sind Sie eigenständig dazu in der Lage, komplexe PR-Konzepte zu erarbeiten und umzusetzen.
- kennen Sie die Besonderheiten von Öffentlichkeitsarbeit über Länder- und Kulturgrenzen hinweg und sind in der Lage, dieses Wissen strategisch einzusetzen.
- begreifen Sie Öffentlichkeitsarbeit als ganzheitlichen und integrativen Prozess und sind in der Lage, diesen zu planen, zu managen und kritisch zu beleuchten.

Zielgruppe

Mitarbeiter in Kommunikations- sowie von Presse- und Öffentlichkeitsabteilungen verschiedenster Unternehmen sowie aus PR-, Werbe- und Marketingagenturen. Weiterhin Volontäre und Junior Communication Manager sowie freischaffende PR-Fachleute. Angesprochen sind zudem Fachkräfte aus Behörden, Verbänden und Vereinen.

Referenten

Dr. Tobias Liebert (Universität Leipzig), Dr. Tobias Höhn (Universität Leipzig), Dr. Andreas Knaut (Knaut Kommunikation), Dr. Patricia Grünberg (Technische Universität Dresden).

Termine

16. – 18. Juni sowie
14. – 16. Juli 2016

Alle Seminare beginnen jeweils um 9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Medien-campus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

2.400 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 19. Mai 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs Corporate Media.

pzok.



Termine

10. – 12. Dezember 2015 sowie
14. – 16. Januar 2016

Alle Seminare beginnen jeweils
um 9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr

2.400 € (inkl. USt.)

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs Corporate Media.



Marketing und Brand Management

Werden Sie zum Experten für Marketing-Management und digitale Markenführung

Im ersten Teil des Kurses lernen Sie schrittweise die Funktionen und Vorgehensweisen integrierter Markenführung kennen und üben das Gelernte in mehreren Kurztrainings. Anwendungsorientiert wird insbesondere das Markenmanagement auf Brand Websites, über Social Media sowie in Kundenzeitschriften und Fachpublikationen betrachtet. Auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse üben Sie im zweiten Teil anhand einer vorgegebenen Unternehmensmarke das Gelernte. Nicht zuletzt nehmen Sie im Rahmen einer Fallstudie selbst eine Bestandsaufnahme und Analyse von mehreren Kommunikationsmitteln vor.

Lehrinhalte

- Grundlagen des Marketing Management, insbesondere Marketing-Planung und -Controlling,
- Der Marketing-Mix entlang von Customer Journey und Touch Points,
- Grundlagen des Brand Managements (Markenbildung, Markendesign und Markenführung),
- Digitale Marketing-Botschaften entwickeln und verknüpfen mittels Branded Content,
- Marketing und PR: Corporate Media als integriertes Marketinginstrument.

Am Ende der Veranstaltung ...

- beherrschen Sie grundlegende Denk- und Handlungskonzepte des Marketings und der Markenführung.
- kennen Sie Komponenten und Vorgehensweisen der strategischen Marketing-Planung.
- sind Sie mit Wesen, Funktionsweise und Formen von Marken vertraut und können dieses Wissen gewinnbringend einsetzen.
- können Sie Ihre crossmedialen Marketing-Aktivitäten präzise aussteuern, mit dem richtigen Content-Marketing Ihre Zielgruppen befriedigen und schließlich den Markenwert steigern.

Zielgruppe

Fachkräfte aus dem Bereich Marketing-, Produkt- und Brandmanagement, Kommunikations- und (Online-)Marketing-Verantwortliche, Content Manager sowie alle, die in den Berufsfeldern Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit mit Fragen des Markenaufbaus und der Markenführung befasst sind.

Referenten

Dr. Jörg Hoepfner (freier Kommunikations- und Markenberater), Dr. Kai Weinrich (Geschäftsführer Coromandel, freier Dozent im Bereich Marketing und Entrepreneurship), Karsten Fiehe (muehlhausmoers corporate communications).

Journalistische Kernkompetenzen in der Unternehmenskommunikation

Die Grundlagen für lesenswerten und relevanten Content

Die Basis für erfolgreiches Content-Marketing sind Glaubwürdigkeit und Relevanz. Im Kern handelt es sich hierbei um journalistische Ansprüche, an denen sich professionelle Unternehmenskommunikation stets orientieren muss. Lernen Sie in diesem Kompaktkurs, wie Sie mit Beiträgen Absichten verfolgen und dabei stets die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe im Blick behalten. Praxisnah und in vielen Trainingseinheiten üben Sie sich in der Themenfindung, dem methodischen Recherchieren sowie den verschiedenen journalistischen Genres für Print und Online. Nicht zuletzt erwerben Sie Grundkenntnisse in der strukturierten Planung und Distribution von Inhalten über verschiedene Medienkanäle.

Lehrinhalte

- Themenfindung und Strategien der Informationsgewinnung (Newsgetting, Kuratieren von Fremdinhalten, etc.),
- Mediensprache und Stil im Hinblick auf Textverständlichkeit, Anschaulichkeit, Nachrichtenwert und SEO,
- Grundtechniken des Argumentierens und des Corporate Wording,
- Journalistische Darstellungsformen (Bericht, Kommentar, Reportage, Glosse, usw.) sowie Webtexting, Teaser und Social-Media-Posts,
- Anwendungsübung unter Anleitung: Inhaltsplanung und -erstellung für ein Print- sowie ein Online-Magazin.

Am Ende der Veranstaltung ...

- beherrschen Sie journalistische Standards bei der Themenfindung und Recherche.
- kennen Sie die besonderen Anforderungen an journalistische Texte für Web, Print und Audio.
- wenden Sie die Grundtechniken des Argumentierens gekonnt auf Ihre Botschaften an und verleihen ihnen somit noch mehr Glaubwürdigkeit.
- können Sie sowohl meinungs- als auch tatsachenbetonte journalistische Formen anwenden und legen damit die Grundlagen für lesenswerten und relevanten Content.

Zielgruppe

Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation und in PR-Agenturen, Webtexter, Mitarbeiter in Pressestellen, Content-Manager sowie Volontäre und Trainees aus Marketing und PR.

Referenten

Marcus Lindemann (Trainer für Internetrecherche und TV-Journalismus), Johannes Winter (Leiter Unternehmenskommunikation Condor), Prof. Dr. Gabriele Hooffacker (Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig), Kay Schönewerk (Inhaber 4iMEDIA).

Termine

11. – 13. Februar 2016 sowie
03. – 05. März 2016

Alle Seminare beginnen jeweils um 9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

2.335 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 14. Januar 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs Corporate Media.





Grundlagenmodule

- G-1 Effiziente Informationsbeschaffung und -aufbereitung
- G-2 Die journalistischen Darstellungsformen
- G-3 Open Journalism | Der journalistische Perspektivenwechsel
- G-4 Digital Storytelling
- G-5 Medienrecht und crossmedialer Workflow

Intensivmodule (optional zubuchbar)

- I-1 Datenjournalismus
- I-2 Kreatives Schreiben und Arbeiten
- I-3 Unternehmerischer Journalismus
- I-4 Mobile Journalism

Starttermin

01. November 2016
(weitere Termine auf Seite 5 sowie auf unserer Website)

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

18

Teilnahmegebühr

Volontärskurs Basis: 2.025 € (inkl. USt.)
Volontärskurs plus
(mit Intensivmodulen): 2450,00 €
Einzelnes Modul: je 420,00 €
(inkl. USt.)



Volontärskurs Crossmedia

Crossmedial. Praxisnah. Akademisch fundiert.

Das Volontärsprogramm der LSoM ist eine wissenschaftlich fundierte Weiterbildung mit hohem Praxisbezug: Die Teilnehmer werden zunächst mit den journalistischen Grundlagen (Recherche, Darstellungsformen, Medienrecht) vertraut gemacht, bevor sie den Umgang mit Social Media und digitalen Erzählformen erlernen, ihre Kenntnisse im Bereich ‚Crossmediales Redaktionsmanagement‘ schärfen und sich intensiv mit dem journalistischen Perspektivenwechsel auseinandersetzen.

Weiterhin bietet die LSoM insgesamt vier Intensivmodule an, in denen die erworbenen Kenntnisse praxis- und themenbezogen erweitert werden können. Im Rahmen dieser zubuchbaren Ergänzungsseminare erweitern die Teilnehmer ihre Kenntnisse zu den Themen Datenjournalismus, Kreatives Schreiben, Mobile Journalism und Unternehmerischer Journalismus.

Lehrinhalte

- Effiziente Informationsbeschaffung und -aufbereitung mit der Vertiefung Datenjournalismus,
- Die journalistischen Darstellungsformen mit der Vertiefung Kreatives Schreiben und Arbeiten,
- Open Journalism mit der Vertiefung Unternehmerischer Journalismus,
- Digital Storytelling mit der Vertiefung Mobile Journalism,
- Crossmedialer Workflow und Medienrecht.

Am Ende der Veranstaltung ...

- recherchieren Sie sowohl digital als auch offline mit effizienten Methoden.
- beherrschen Sie die Palette der journalistischen Darstellungsformen in den verschiedenen Medienkanälen.
- kennen Sie die Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Rezipienten und kommunizieren besser mit ihnen.
- können Sie journalistische Inhalte mediengerecht und multimedial realisieren.
- verstehen Sie die Workflows in crossmedialen Redaktionen und handeln zudem rechtlich stets akkurat.

Zielgruppe

Der Kurs richtet sich an Volontäre in den Bereichen Print und Online sowie an freie Journalisten und Interessierte mit journalistischen Grundlagen und akademischer Ausbildung.

Referenten

Unter anderem Harald Baumer (Nürnberger Nachrichten), Albrecht Ude (Researcher und Recherche-Trainer), Dr. Tobias Höhn (Universität Leipzig), Michael Hauri (2470 Media), Wolfgang Scheida (Die Welt), Peter Schink (Doppelstern – Agentur für digitale Zukunft), Dr. Malte Nieschalk (weberling Rechtsanwälte), Björn Schwentker (freier Datenjournalist).

Datenjournalismus

Das Intensivseminar beschäftigt sich vertiefend mit dem Thema Datenjournalismus. Diskutiert werden Einsatzmöglichkeiten datenjournalistischer Projekte sowie technische Verfahren der Datenrecherche und -aufbereitung. Die Teilnehmer erlernen den Umgang mit gängigen Tools zur Bereinigung, Analyse und Ordnung großer Datenmengen und erhalten Tipps zur effizienten Datenbeschaffung. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die statische und dynamische Visualisierung datenjournalistischer Projekte, die in kompakten Übungseinheiten trainiert wird.

Lehrinhalte

- Einsatzmöglichkeiten datenjournalistischer Projekte und Best Practice,
- Daten richtig recherchieren (Datenquellen kennen und bewerten),
- Gängige Austauschformate für Daten,
- Datenanalyse und -bereinigung mittels Excel,
- Grundlagen der web-basierten Datenvisualisierung.

Am Ende der Veranstaltung...

- können Sie Daten richtig, d.h. entlang einer relevanten journalistischen Frage recherchieren.
- kennen Sie die On- und Offline-Quellen zur Recherche von Datensätzen und begreifen gängige Erhebungsmethoden.
- beherrschen Sie Excel zur effizienten Bereinigung und Aufbereitung von Rohdatensätzen.
- wissen Sie, wie mit Online-Tools und Webkarten ansprechende Visualisierungen entstehen.
- begreifen Sie schließlich, wie Daten journalistisches Arbeiten verbessern.

Zielgruppe

Der Kurs richtet sich an Redakteure, freie Mitarbeiter, Blogger und Volontäre mit redaktionellen Erfahrungen aus Journalismus und Unternehmenskommunikation. Die Veranstaltung ist dabei besonders auf die Bedürfnisse und Ressourcen kleinerer Redaktionen zugeschnitten.

Referenten

Björn Schwentker (Journalist und Trainer)

Kreatives Schreiben und Arbeiten

Ziel des Intensivseminars ist, die kreativen Prozesse hinter der redaktionellen Arbeit freizulegen und unmittelbar nutzbar zu machen. Welche Aspekte eines Themas sind interessant? Welche Perspektive wähle ich? Worin besteht die Kernaussage meines Beitrags und wie gelange ich zu einer ansprechenden Form für meine Story? Anhand von Beispielen und praktischen Übungseinheiten sowie mithilfe von Techniken des kreativen Schreibens schärfen die Teilnehmer ihre texterischen Fähigkeiten und können so komplexe Themen sprachlich erfassen und umsetzen.

Lehrinhalte

- Bilder, Metaphern, Analogien, Symbole: Wie Texte anschaulich werden,
- Den Leser garantiert fesseln: Kunstgriffe aus der Rhetorik und professionelle Erzählstrategien,
- Emotion und Sprache: Wie Gefühle glaubwürdig werden,
- Mein eigener Stil: Wie kann ich ihn finden und anwenden?
- Wie widme ich mich (vermeintlich) langweiligen, sperrigen und wiederkehrenden Themen?

Am Ende der Veranstaltung ...

- optimieren Sie Ihren eigenen Ideenfindungs- und Schreibprozess.
- nutzen Sie die Ansätze und Werkzeuge des kreativen Schreibens.
- wenden Sie die Palette der Kreativitätstechniken gewinnbringend auf die eigene Arbeit an.
- können Sie mit Hängepartien und Blockaden umgehen.
- verfassen Sie attraktivere, spannendere und verständlichere Beiträge zu Ihren Themen.

Zielgruppe

Der Kurs richtet sich an Redakteure, freie Mitarbeiter, Blogger und Volontäre mit redaktionellen Erfahrungen aus Journalismus und Unternehmenskommunikation. Die Veranstaltung ist dabei besonders auf die Bedürfnisse kleinerer Redaktionen zugeschnitten.

Referenten

Prof. Dr. Christoph Fasel (Journalist, Trainer, Bestseller-Autor)

Termine

01. – 02. November 2016 sowie
28. – 29. November 2016

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr

425 € (inkl. USt.)



Termine

30. November – 01. Dezember 2015
sowie 28. – 29. November 2016

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

28. – 29. November 2016

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr

425 € (inkl. USt.)





Termine

18. – 19. Januar 2016 sowie
16. – 17. Januar 2017

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Medien-campus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

425 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 21. Dezember 2015
profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Unternehmerischer Journalismus

Kooperieren, Gründen, Vermarkten und Journalismus neu denken

Wie können Journalisten heute noch Geld verdienen? Welche Fähigkeiten und Tools sind notwendig, um in einer digitalisierten Welt mit Informationen, guten Geschichten und Services Einnahmen zu generieren? Welche Geschäftsmodelle funktionieren und welche Chancen bietet der Medienwandel? Mit unserem zweitägigen Intensivseminar bringen wir Ordnung in diese Diskussion. Anhand vieler Praxisbeispiele und Fallstudien zeigen wir Ihnen, wie Sie direkt von neuen Erlöstypen und -modellen profitieren können.

Lehrinhalte

- Formen content-basierter Erlösmodelle sowie deren Vor- und Nachteile
- Struktur, Chancen und Risiken verschiedener Paid-Content- und Micropayment-Systeme,
- Grundlagen der Geschäftsmodellentwicklung und des Innovationsmanagements,
- Innovative Erlöswege für freie Journalisten (Medien-Start-Ups, Kollaborationsplattformen, Positionierung als journalistische Marke, usw.)
- Möglichkeiten der Selbstvermarktung im Social Web, des Crowdfundings sowie der gezielten Projektförderung.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die verschiedenen Erlösmodelle im digitalen Journalismus und können deren Erfolg für sich und Ihr Medienhaus fundiert beurteilen.
- sind Sie mit den Potenzialen von Social Media und Crowdsourcing vertraut.
- wissen Sie, welche Modelle und Strategien funktionieren und können hierauf aufbauend eigene Geschäftsideen entwickeln und umsetzen.
- bewältigen Sie damit nicht zuletzt auch die wirtschaftlichen Herausforderungen einer freien journalistischen Tätigkeit.

Zielgruppe

Der Kurs richtet sich an Redakteure, freie Mitarbeiter, Blogger und Volontäre mit redaktionellen Erfahrungen aus Journalismus und Unternehmenskommunikation. Die Veranstaltung ist dabei besonders auf die Bedürfnisse kleinerer Redaktionen zugeschnitten.

Referenten

Uli Weissbrod (Journalist, Trainer, Berater)





Mobile Journalism

Mit dem eigenen Studio in der Hosentasche gewinnbringend umgehen

Das Intensivseminar gibt den Teilnehmern einen praxisorientierten Einblick in die Nutzung von mobilen Endgeräten als Reporterwerkzeug. Im Mittelpunkt stehen die Einsatzmöglichkeiten mobiler Endgeräte zur Aufnahme und Produktion von Bild-, Video- und Audiomaterial. Die Teilnehmer erlernen zudem den Umgang mit den gängigen Apps, Tools und Zubehörteilen und erhalten Tipps und Ideen zum Einsatz mobiler Technologien im Redaktionsalltag. Abgerundet wird das Programm durch kleinere Übungseinheiten, in denen die Teilnehmer eigenständig kurze Aufnahmen erstellen, diese bearbeiten und zu multimedialen Beiträgen zusammenstellen.

Lehrinhalte

- Überblick zu gängigen mobilen Betriebssystemen und journalistisch relevanten Smartphone-Apps,
- Umgang mit verfügbarer Hardware und Gadgets: Mikrofone, Halterungen, Stabilisierungssysteme,
- Methoden des Filmens mit Smartphones: Bildausschnitt, Belichtung, Kameraführung und Ton,
- Bild-, Text- und Videobearbeitung sowie Dateimanagement mit dem Smartphone,
- Realisierung multimedialer Geschichten: Audio- und Video-Slideshows, News-Stories u.v.m.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die leistungsfähigsten Foto-, Audio- und Video-Apps sowie Apps für Spezialanwendungen, etwa zur Live-Übertragung von Events, zur Bildmischung oder zur optimalen Übertragung von Dateien.
- meistern Sie den Umgang mit gängigem Mobile-Reporting-Zubehör,
- beherrschen Sie die Techniken zur besseren Inszenierung von Interviews und ereignisreichen Szenen mit dem Smartphone.
- erstellen Sie zeitsparend und mit geringem Aufwand direkt verwertbare multimediale Inhalte.

Zielgruppe

Alle, die in ihrer journalistischen Praxis multimediale Inhalte einsetzen wollen und bisher vor dem Aufwand zurückgeschreckt sind – insbesondere freie Journalisten, Volontäre und Blogger sowie Lokal- und Fachjournalisten. Die Veranstaltung ist dabei besonders auf die Bedürfnisse und Ressourcen kleinerer Redaktionen zugeschnitten.

Referenten

Michael Hauri (2470 Media)

Termine

22. – 23. Februar 2016 sowie
27. – 28. Februar 2017

Tag 1: 10 – 18 Uhr

Tag 2: 9 – 17 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

425 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 25. Januar 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.



Termine

11. – 13. Februar 2016 | 9 – 18 Uhr sowie
03. – 05. März 2016 | 9 – 18 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.600 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 14. Januar 2016
profitieren Sie von einem Frühbucherra-
batt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studien-
gangs **New Media Journalism**.



Termine

07. – 09. Juli 2016 | 9 – 18 Uhr sowie
25. – 29. August 2016 | 9 – 18 Uhr

Ort

MAZ
Die Schweizer Journalistenschule,
Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern,
Schweiz

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.810 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 09. Juni 2016
profitieren Sie von einem Frühbucherra-
batt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studien-
gangs **New Media Journalism**.



Methodisches Recherchieren

Die Kursreihe vermittelt kompakt und fundiert Grundlagenwissen und Know-how über methodisches Recherchieren. Sie erhalten einen umfassenden Einblick in die Instrumente der Informationsüberprüfung und -erweiterung. Daneben trainieren die Teilnehmer, wie sie strukturiert im Internet recherchieren (mittels Datenbanken, Suchmaschinen, Social Media etc.). Das Wissen wird in einer Vielzahl von Übungen angewendet und gefestigt.

Lehrinhalte

- Grundlagen der Recherche (Themenfindung, Beschaffungs- und Befragungstechniken, Quellenprüfung, Materialauswertung und -aufbereitung),
- Erweiterte Recherchemethoden (Social-Media-Recherche, datenjournalistische Methoden, Suchmaschinen und Online-Datenbanken),
- Investigative Recherche und Besonderheiten der Recherche schwieriger Themen.

Am Ende der Veranstaltung ...

- beherrschen Sie die systematische und methodengestützte Recherche.
- kennen Sie zeitgemäße Recherchetechniken sowie die Besonderheiten der Internetrecherche.
- sind Sie außerdem in der Lage, Quellen kritisch zu bewerten und die eigene Recherchetätigkeit zu reflektieren, insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender Beeinflussungsversuche durch PR und Unternehmenskommunikation.

Zielgruppe

Journalisten aller Mediengattungen sowie Fachkräfte aus PR und Öffentlichkeitsarbeit

Referenten

Marcus Lindemann (Autorenwerk), Dr. Tobias Höhn (Universität Leipzig)

Crossmediales Management konvergenter Redaktionen

Lernen Sie in dieser sechstägigen Kursreihe, wie crossmediale Redaktionen heute arbeiten. Anhand einer Vielzahl von Best-Practice-Beispielen und auf Grundlage fundierter wissenschaftlicher Erkenntnisse lernen Sie neue Formen des Redaktionsmanagements kennen. Die Inhalte werden flankiert durch Workshops, Übungen und Diskussionen zu Digital Leadership und Change Management.

Lehrinhalte

- Effiziente Verzahnung crossmedialer Newsdesks,
- Arbeitsprozesse und Infrastruktur-Planung in modernen Redaktionen,
- Integration und Steuerung der Bereiche Print, Online, Mobile, IT, Design und Service,
- Überblick zu gängigen Strategien (z. B. „Online first“) sowie Redaktionsmarketing und Social Media.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die Grundlagen des crossmedialen Redaktionsmanagements und können diese anwenden.
- wissen Sie um Chancen und Herausforderungen bei der kontinuierlichen Umstellung von Arbeitsabläufen.
- erkennen und managen Sie Schnittstellen in crossmedial vernetzten Medienunternehmen.
- setzen Sie souverän und zielorientiert Führungsinstrumente ein und Change-Prozesse in Gang.

Zielgruppe

CvD's, leitende Redakteure und Redaktionsmanager, Nachwuchsführungskräfte aus Redaktion und Verlag

Referenten

N. N.

Crossmediales Produzieren

In diesem Praxiskurs erweitern Sie ihre Kenntnisse über die Produktion multimedialen Contents. Dies beinhaltet den Umgang mit der geeigneten Technik und adäquaten Werkzeugen. Sie werden mit den Methoden des Multimedia Storytellings vertraut gemacht und können das narrative Potenzial unterschiedlicher Medien einschätzen und diese kombinieren. Zudem lernen Sie Methoden der Projektplanung und -steuerung kennen und können diese auf ein multimediales Projekt anwenden.

Lehrinhalte

- Planung und Produktion von multimedialem Content,
- Formate, Tools und Methoden des Multimedia Storytellings (Suche nach Protagonisten, Entwicklung von Storyboard und Storyline, Einsatz von Equipment für Bild und Ton sowie Produktion für verschiedene Ausgabekanäle mit der jeweils geeigneten Software),
- Praxisübung: Planung und Umsetzung eines eigenen multimedialen Dossiers.

Am Ende der Veranstaltung ...

- können Sie multimediale Geschichten planen und beherrschen deren themen- und mediengerechte Umsetzung.
- steuern Sie multimediale Projekte und organisieren die reibungslose Kommunikation zwischen den Projektbeteiligten.
- kennen Sie die relevanten Tools und Techniken zur Erstellung multimedialer Inhalte sowie zum crossmedialen Projektmanagement.

Zielgruppe

Reporter, Redakteure und freie Journalisten aller Mediengattungen sowie insbesondere CvD's, leitende Redakteure, Redaktionsmanager und Nachwuchsführungskräfte

Referenten

N.N.

Open Journalism und digitale Content-Aufbereitung

Im Rahmen dieses anwendungsorientierten Kurses lernen Sie, wie neuartiger journalistischer Content (Datenjournalismus, User Generated Content, Online-Kommentare, Social-Media-Inhalte, usw.) aufbereitet und publiziert werden kann. Sie setzen sich mit dem Rollenkonzept des Open Journalism auseinander und erwerben das praktische Know-how zur zeitgemäßen Aufbereitung neuer Inhalte. Zudem erfahren Sie, wie Medien ihre Angebote auf Dialog ausrichten und mit Beiträgen von Nutzern kombinieren.

Lehrinhalte

- Formen neuer journalistischer Inhalte und Instrumente der Partizipation,
- Einordnung, Gewichtung, Aufbereitung und Kombination neuer journalistischer Inhalte,
- Rückspeisung dieses Contents in ein mit Webdiensten verzahntes publizistisches Angebot,
- Open Journalism: Methoden und Techniken für mehr Offenheit, Transparenz und Interaktion.

Am Ende der Veranstaltung ...

- haben Sie ein vertiefendes Verständnis der neuen Nutzungsgewohnheiten und gehen produktiv mit den hieraus entstehenden Inhalten um.
- können Sie die relevanten Tools, Kanäle und Dienste für die redaktionelle Arbeit nutzen.
- managen die hieraus entstehenden neuen Workflows und richten Ihre redaktionellen Aktivitäten erfolgreich auf den Nutzerdialog aus.

Zielgruppe

Reporter, Redakteure und freie Journalisten aller Mediengattungen sowie insbesondere CvD's, leitende Redakteure, Redaktionsmanager und Nachwuchsführungskräfte

Referenten

N.N.

Termine

07. – 09. April 2016 | 9 – 18 Uhr sowie
05. – 07. Mai 2016 | 9 – 18 Uhr

Ort

Akademie für Publizistik,
Warburgstraße 8 – 10, 20354 Hamburg

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

2.400 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 14. Januar 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs New Media Journalism.



Termine

26. – 28. Mai 2016 | 9 – 18 Uhr sowie
16. – 18. Juni | 9 – 18 Uhr

Ort

MAZ
Die Schweizer Journalistenschule,
Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern,
Schweiz

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

2.400 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 09. Juni 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs New Media Journalism.





Termine

15. – 16. Januar 2016

12. – 13. Februar 2016

03. – 04. März 2016

Alle Seminare beginnen jeweils um 9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.445 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 18. Dezember 2015 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs **Crossmedia Management**.



Audio- und Videoproduktion

Audiovisuelle Projekte planen und umsetzen

Um crossmedial arbeiten zu können, benötigen Medienschaffende grundlegendes Wissen über die technischen Voraussetzungen und die Produktionsverfahren in den Bereichen Audio und Video. Teilnehmer des sechstägigen Kompaktkurses Audio- und Videoproduktion erhalten dieses Know-how – insbesondere durch viele praktische Übungseinheiten und eine abschließende Projektarbeit.

Lehrinhalte

- Grundlagen der analogen sowie digitalen Videosignalübertragung undameratechnik,
- Einführung in Videoformate, Videoschnittsysteme und TV-Studioteknik,
- Technologien, Verfahrensweisen und Anwendungsmöglichkeiten der Audiotechnik,
- zahlreiche Übungseinheiten unter Anleitung.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die technischen Grundlagen und Produktionsabläufe in der Audio- und Videoproduktion.
- können Sie audiovisuelle Medieninhalte planen sowie umsetzen und haben dabei die crossmediale Verwertbarkeit stets im Blick.
- haben Sie selbstständig ein Audio- bzw. Videoprojekt umgesetzt.

Zielgruppe

Alle, die sich grundlegende Fertigkeiten zur Produktion audiovisueller Medieninhalte aneignen wollen, insbesondere Arbeitnehmer aus Medienhäusern, Agenturen, der Unternehmenskommunikation und anderen Organisationen

Referenten

Christian Birkner (Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig), Prof. Dr. Ulrich Schmedes (Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig).

Fotografie, Bewegtbild, Bildersprache

Fotos und Videos zählen zu den wirkungsvollsten Medieninhalten, weil sie Emotionen im Vergleich zu Texten ungleich stärker transportieren können. Wie insbesondere Unternehmen bei ihrer Kommunikation die Kraft der Bilder nutzen können, vermittelt das Seminar „Fotografie, Bewegtbild und Bildersprache“.

Lehrinhalte

- Grundsätze visueller Wirkung und Ästhetik,
- Planung, Auswahl und Einsatz von Fotos und Videos mit Fokus auf Unternehmensmedien,
- digitale Bildbearbeitung.

Am Ende der Veranstaltung ...

- sind Sie in der Lage, die Anforderungen an Bilder sowie andere grafische Gestaltungselemente für die professionelle Nutzung einzuschätzen.
- können Sie die Erstellung von Fotos und Videos in Auftrag geben und das Endprodukt aus technisch-handwerklicher Sicht bewerten.
- beherrschen Sie grundlegend den Umgang mit Computerprogrammen zur digitalen Bearbeitung.
- wissen Sie, wie Online-Videos hergestellt werden können.

Zielgruppe

Fachkräfte aus der Unternehmenskommunikation, aus Medienhäusern, Agenturen und anderen Organisationen, die Verantwortung für Medienproduktion und Mediengestaltung tragen.

Referenten

Michael Hauri (Geschäftsführer 2470 Media)

Gestaltung und Layout von Unternehmensmedien

Neben der Qualität der Inhalte spielen Optik, Ästhetik und Nutzerfreundlichkeit eine entscheidende Rolle für den Erfolg von Medienprodukten. In diesem Seminar lernen die Teilnehmer Formen, Typen und Elemente der Mediengestaltung kennen, um den Erwartungen anspruchsvoller Mediennutzer gerecht zu werden. Im Fokus stehen Unternehmensmedien im Hinblick auf Grafik, Design, Layout und professionelle Gestaltungsprinzipien.

Lehrinhalte

- Formate von Unternehmensmedien,
- Typografie, Farbigkeit, Spalteneinteilung,
- Layout und Screen-Design unter besonderer Berücksichtigung von Mobile,
- Umgang mit Layout- bzw. Design-Computerprogrammen.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die diversen Formate von Unternehmensmedien sowohl off- als auch online.
- wissen Sie um Nutzen und Wirkung verschiedener Gestaltungselemente, Designs und Layouts.
- können Sie die Gestaltung von Unternehmensmedien ganzheitlich planen, in Auftrag geben und das Resultat fachlich beurteilen.
- beherrschen Sie grundlegend den Umgang mit Layout- und Design-Computerprogrammen.

Zielgruppe

Fachkräfte aus der Unternehmenskommunikation, aus Medienhäusern, Agenturen und anderen Organisationen, die Verantwortung für Medienproduktion und Mediengestaltung tragen.

Referenten

Prof. Eberhard Wolf (Inhaber editorials)

Termine

22.April.2016 | 13.30 Uhr – 18 Uhr

23.April.2016 | 9 – 18 Uhr

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Preis und Sonderkonditionen

585 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 22. März 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs Corporate Media.



Termine

19. – 21. Mai 2016

Alle Seminare beginnen jeweils um 9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Preis und Sonderkonditionen

1.170 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 21. April 2016 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs Corporate Media.



Termine

07. – 08. Januar 2016 sowie
04. Februar 2016

Alle Seminare beginnen um 9 Uhr und
enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.050 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 10. Dezember 2015
profitieren Sie von einem Frühbucherra-
batt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studien-
gangs **Crossmedia Management**.



Termine

04. – 06. Februar 2016

Alle Seminare beginnen um 9 Uhr und
enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.050 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 07. Januar 2016
profitieren Sie von einem Frühbucherra-
batt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studien-
gangs **Mobile Marketing**.



Agile Produktentwicklung

Unternehmen, die den digitalen Wandel gestalten, müssen heute stärker als früher Projekte schnell, kostengünstig und kundenorientiert umsetzen. Methoden der agilen Produktentwicklung, wie zum Beispiel Scrum, setzen sich daher immer stärker durch. Gegenüber traditionellem Projektmanagement versprechen agile Vorgehensweisen eine höhere Qualität und Kundenzufriedenheit bei gleichzeitig niedrigerem Aufwand. In unserem Kompaktkurs machen wir Sie mit Prinzipien und Vorgehensweisen agiler Produktentwicklung vertraut und versetzen Sie in die Lage, diese gewinnbringend in Ihrem Unternehmen anzuwenden.

Lehrinhalte

- Analyse von Zielgruppenbedürfnissen, Marktanforderungen und Risiken vor Projektbeginn,
- Anwendung sowie Vor- und Nachteile agiler Methoden (Extreme Programming, schlanke Produktion, Kanban, Scrum),
- Change Management und Konfliktmanagement,
- Projektüberwachung und -Steuerung.

Am Ende der Veranstaltung ...

- wissen Sie, wie Sie Zielgruppen und das externe Umfeld vor der Entwicklung eines Produkts beziehungsweise vor Start eines Projekts einbinden und sich Unterstützung sichern.
- können Sie interne und externe Risiken für Ihr Projekt einschätzen und Prioritäten setzen.
- kennen Sie die klassischen und agilen Methoden der Produktentwicklung und des Projektmanagements und können diese in Ihrem Unternehmen nutzen.

Zielgruppe

Fachkräfte aus Unternehmen und Organisationen, die digitale Produkte entwickeln. Angesprochen sind insbesondere Mitarbeiter, die Führungsverantwortung tragen.

Referent

Fabian Kern (digital publishing competence)

Produktentwicklung und Vermarktung mobiler Anwendungen

Im Vergleich zu herkömmlicher Software gehorcht die Produktion und Verbreitung mobiler Anwendungen für Tablets und Smartphones anderen Gesetzen: Anwender erwarten von mobilen Apps einen individuellen Nutzen, der Produktlebenszyklus ist kürzer und die Technologien sind neu beziehungsweise entwickeln sich stetig weiter. Das Seminar geht auf diese Besonderheiten bei der Entwicklung und Vermarktung mobiler Apps ein und gibt den Teilnehmern einen Überblick über den gesamten App-Markt.

Lehrinhalte

- Definition und strategische Einsatzfelder mobiler Anwendungen,
- Blick auf moderne Technologien wie Geo-Location oder Augmented Reality
- Marktbedingungen, Marktteilnehmer und Plattformen für Apps,
- Design und Produktlebenszyklus mobiler Apps sowie spezifisches Projektmanagement.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die Besonderheiten bei der Konzeption, Entwicklung und Umsetzung von App-Projekten.
- beherrschen Sie die gängigsten Projektmanagement-Tools in der App-Entwicklung.
- wissen Sie um die Verbreitungsmöglichkeiten mobiler Anwendungen über diverse Kanäle.
- können Sie Mobile-Apps zielgruppenspezifisch vermarkten.

Zielgruppe

Fachkräfte aus Unternehmen, die mobile Apps konzipieren, programmieren und vermarkten.

Referent

Dr. Rolf Kluge (APPSfactory)



Mobile Gaming

Erfolgsfaktoren und Monetarisierungsmodelle mobiler Games

Ob Candy Crush, Clash of Clans oder Quizduell – Mobile Games sind längst wichtiger Bestandteil der Unterhaltungsindustrie mit Umsätzen in Milliardenhöhe. Doch, wie entscheidet sich, ob ein Handyspiel zum Bestseller wird? Wie lassen sich Games direkt oder indirekt für Marketing-Zwecke verwenden? Und wie funktionieren die Mini-Anwendungen eigentlich technisch? Diese Fragen beantwortet das dreitägige Seminar Mobile Gaming.

Lehrinhalte

- Marktstruktur und Marktentwicklung anhand von vielen Fallstudien und Cases,
- Apps vs. Games: Gemeinsamkeiten und Unterschiede,
- Mobile Games und Mehrwerte: Serious Games, Ad Games, Gamification,
- Der Entwicklungsprozess: inhaltliche und technologische Grundlagen des Spieldesigns für mobile Endgeräte,
- Monetarisierung: Vertriebskanäle und Geschäftsmodelle.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie den nationalen und internationalen Mobile-Games-Markt (Marktentwicklung, Anbieter, Formen und Typen von Mobile Games, usw.).
- können Sie fundiert entscheiden, ob Mobile Games im Rahmen Ihrer Kommunikations- und Marketing-Aktivitäten eine sinnvolle Ergänzung darstellen.
- verfügen Sie über Know-how im Bereich Gestaltung und kennen die Erfolgskriterien mobiler Spiele unter Berücksichtigung der technischen Rahmenbedingungen und der angesprochenen Zielgruppe.
- sind Sie in der Lage, Spielideen für mobile Endgeräte zu entwickeln und diese zu analysieren.

Zielgruppe

Fachkräfte aus Journalismus, Kommunikation und Marketing sowie alle, die sich grundlegend mit dem Thema Mobile Games beschäftigen und selbst an der Kreation, Produktion und Vermarktung von Handyspielen mitwirken wollen.

Referent

Dr. Jörg Niesenhaus (Centigrade)

Termine

07. – 09. Januar 2016

Alle Seminare beginnen um 9 Uhr und enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Medien-campus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.050 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 10. Dezember 2015 profitieren Sie von einem Frühbucherrabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studiengangs Mobile Marketing.



Termine

21. – 23. April 2016 sowie
19. – 21. Mai 2016

Alle Seminare beginnen um 9 Uhr und
enden gegen 18 Uhr.

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Teilnahmegebühr und Sonderkonditionen

1.930 € (inkl. USt.)

Bei Buchung bis zum 24. März 2016
profitieren Sie von einem Frühbuche-
rabatt von 15 Prozent.

Hinweis

Der Kurs ist Bestandteil des Studien-
gangs Crossmedia Management.



E-Business

Geschäftsmodelle entwickeln und Geschäftsprozesse optimieren

Die umwälzende Kraft der Digitalisierung kann heute praktisch kein Unternehmen – gleich welcher Branche oder Größe – ignorieren. Insbesondere Medienunternehmen haben ohne digitale Wertschöpfung keine Zukunft. Die Kursreihe E-Business liefert eine kompakte und fundierte Einführung in die elektronische Ökonomie und vermittelt das Know-how, um digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln und zu implementieren. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Optimierung von Geschäftsprozessen mittels IT.

Lehrinhalte

- inhaltliche und technologische Prinzipien content- und medienbasierter Geschäftsmodelle,
- Diskussion aktueller E-Business-Anwendungen und -strategien zur Optimierung von Geschäftsprozessen,
- technische Planung und Realisierung von E-Business-Projekten,
- Business Model Generation.

Am Ende der Veranstaltung ...

- kennen Sie die Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse und insbesondere die Technologien content- und medienbasierter Geschäftsmodelle.
- haben Sie ein Verständnis für digitale Wertschöpfungsketten.
- können Sie dieses Wissen auf spezifische E-Business-Projekte anwenden.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Arbeitnehmer aus Unternehmen, insbesondere aus der Medienbranche, die Verantwortung für die digitale Transformation tragen oder in diesem Bereich Verantwortung übernehmen wollen.

Referenten

Dr. Stefan Kühne (Universität Leipzig), Prof. Dr. Thomas Riechert (Hochschule für Technik und Wirtschaft Leipzig), Dr. Michael Martin (Universität Leipzig).



Inhouse-Seminare

Maßgeschneiderter Wissenstransfer für Ihr Unternehmen

Nehmen Sie die Qualifizierung Ihrer Mitarbeiter in die eigene Hand. Mit individuell gestalteten Inhouse-Seminaren bietet Ihnen die Leipzig School of Media die Möglichkeit, sich exakt das Know-how in Ihr Unternehmen zu holen, das Sie akut benötigen. Gern beraten wir Sie unverbindlich. Kommen Sie auf uns zu.

Ihre Vorteile

- Unmittelbar an Ihren Zielen, Prozessen und Anforderungen ausgerichtete Schulungen und Trainings.
- Flexibilität bei Zeitpunkt, Dauer und Ort der Weiterbildung.
- Persönliche Beratung und Betreuung während des gesamten Prozesses von der Planung bis zur Durchführung.
- Dokumentation und Zertifizierung Ihrer Weiterbildung durch die LSoM.
- Evaluation, Erfolgsmessung und gemeinsame Weiterentwicklung des Programms auf Wunsch.

Unser Portfolio

Als Bausteine für Ihr Inhouse-Seminar kommen grundsätzlich alle Themen aus unseren Masterstudiengängen sowie unseren Kursen und Seminaren infrage. Gerne stellen wir aus diesen Inhalten ein individuelles Programm für Sie zusammen.

Audio- und Videotechnik
Content Management
Content-Marketing
Corporate Blogging
Crossmediales Publizieren
Datenjournalismus
Datensicherheit
Digitales Projektmanagement
Digitale Geschäftsmodelle
E-Commerce und Mobile Shopping
Fotografie und digitale Bildbearbeitung
Journalistische Content-Aufbereitung

Kreatives Schreiben und Webtexten
IT / Web-Technologien
Location Based Services
Marketing und Markenmanagement
Mobile Advertising
Mobile Reporting
Multimedia
Omnichannel Marketing
Online Marketing
Recherchieren
Social Media
Storytelling

Termine

Frei wählbar

Ort

Frei wählbar

Maximale Teilnehmerzahl

15

Kosten

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir Ihnen an dieser Stelle keine konkreten Preisangaben machen können. Die Kosten eines Inhouse-Seminars sind abhängig von vielen Faktoren, unter anderem von den behandelten Themen sowie von Dauer, Umfang und Art der Veranstaltung.

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles und unverbindliches Angebot!





Termine

Regelstudienzeit: 3 Semester
Studienstart: Ende Oktober 2016
Lehrveranstaltungen: Pro Semester etwa 18 Präsenzstudientage, in der Regel monatlich von Donnerstag bis Samstag
Bewerbungsfrist: 15. August 2016
(Spätere Bewerbungen im Nachrückverfahren möglich)

Ort

Leipzig School of Media
Mediencampus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Studiengebühren und Sonderkonditionen

Studiengebühren pro Semester: 5.500,00 €
Studiengebühren insgesamt: 16.500,00 €
(mehrwertsteuerbefreit)

Wer sich bis 31. März 2016 an der LSoM bewirbt und bis Ende April 2016 einen Studienvertrag unterschreibt, erhält einen Frühbucherrabatt in Höhe von 10 Prozent auf die gesamten Studiengebühren.

UNIVERSITÄT LEIPZIG



Masterstudiengang Corporate Media (M.A.)

**In 18 Monaten zum Experten für Unternehmensmedien,
Content-Marketing und Brand Storytelling**

Werden Sie zur Fachkraft für integrierte Unternehmenskommunikation, modernes Corporate Publishing und Content-Marketing. Teilnehmer des berufs begleitenden Masterprogramms Corporate Media erlangen umfassende Kenntnisse über Marketing und Markenmanagement, erlernen journalistische Methoden und werden zu Spezialisten für die Analyse, strategische Planung, Gestaltung und Produktion von Unternehmensmedien aller Art.

Lehrinhalte

- Integrierte Unternehmenskommunikation, Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit,
- Corporate Publishing und Content-Marketing,
- Journalistische Methodik und Brand Storytelling,
- Mediengestaltung und Medienproduktion.

Am Ende des Studiums ...

- verfügen Sie über fundierte Kenntnisse der Kommunikations- und Medienwissenschaft speziell im Hinblick auf öffentliche Kommunikation, Mediennutzung und Crossmedialität.
- können Sie Marketing und Kommunikation eines Unternehmens strategisch analysieren und ausrichten.
- planen, gestalten und produzieren Sie effizient Unternehmensmedien aller Art.
- kennen Sie journalistische Methoden zur Themenfindung, Recherche und Erstellung von relevantem Content.
- wissen Sie um die Bedeutung von Touchpoints in der modernen Unternehmenskommunikation und können Ihre Zielgruppe erfolgreich auf ihrer Customer Journey begleiten.

Zielgruppe

Der Masterstudiengang richtet sich an Arbeitnehmer aus Kommunikations- und Marketingabteilungen von Unternehmen und Institutionen aller Art (Firmen, Verbände, Verwaltungen etc.). Angesprochen sind weiterhin Fachkräfte aus Agenturen und Medienhäusern, die ebenfalls Unternehmensmedien betreuen und gestalten.

Referenten

Unter anderem Prof. em. Dr. Günter Bentele (Universität Leipzig), Ulrich Clef (c/c/c), Prof. Dr. Jasper Arne Friedrich (HMKW Berlin), Rudolf Gruber (GeraNova Bruckmann Verlagshaus), Dr. Patrica Grünberg (TU Dresden), Dr. Tobias Liebert (Honorarprofessor), Julia Pirlich (Porsche), Johannes Winter (Condor).



Masterstudiengang Crossmedia Management (M.Sc.)

Web-Engineering und Internet-Technologien, Content-Management und digitale Produktentwicklung

Der digitale Wandel hat inzwischen nahezu alle Branchen und Geschäftsbereiche erfasst. Umso gefragter sind daher Fachkräfte, die digitale Projekte strukturiert umsetzen können und zugleich über ein tiefes Verständnis von Geschäftsmodellen und -prozessen verfügen. Diese Schnittstellenmanager werden im Masterprogramm Crossmedia Management berufsbegleitend ausgebildet. Ein Fokus liegt auf den Bedürfnissen von Medienunternehmen.

Lehrinhalte

- Audio- und Videotechnik sowie crossmediales Produzieren und Publizieren,
- Webtechnologien & Online Marketing,
- Content- und Wissensmanagement,
- digitales Projektmanagement und agile Produktentwicklung,
- E-Commerce und E-Business.

Am Ende des Studiums ...

- erstellen Sie Medieninhalte crossmedial und abgestimmt auf die Besonderheiten einzelner Kanäle.
- kennen Sie den Aufbau und die Kernprinzipien von Internet-Technologien und können diese unmittelbar anwenden.
- beherrschen Sie die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen der digitalen (Medien-)Welt.
- konzipieren, programmieren und vermarkten Sie eigenständig digitale Projekte.

Zielgruppe

Das Masterprogramm ist konzipiert für Arbeitnehmer aus Medienhäusern, Agenturen und anderen Unternehmen, die digitale Koordinations- und Management-Aufgaben wahrnehmen oder solche Aufgaben übernehmen wollen. Der Studiengang ist überdies geeignet für Mitarbeiter aus den Bereichen Mediengestaltung und -produktion, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketing und Vertrieb.

Referenten

Unter anderem Prof. Franziska Giest (DOK Systeme), Judith Hesse (df-mp), Prof. Dr. Gabriele Hooffacker (HTWK Leipzig), Dr. Andreas Niekler (Universität Leipzig), Jörg Niesenhaus (Cen-tigrade), Prof. Dr. Ulrich Schmedes (HTWK Leipzig), Stefan Stumpp (Humboldt Institute for Internet and Society).

Termine

Regelstudienzeit: 4 Semester
Studienstart: Ende Oktober 2016
Lehrveranstaltungen: Pro Semester etwa 18 Präsenzstudientage, in der Regel monatlich von Donnerstag bis Samstag
Bewerbungsfrist: 15. August 2016
(Spätere Bewerbungen im Nachrückverfahren möglich)

Ort

Leipzig School of Media
Medien-campus Villa Ida
Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Studiengebühren und Sonderkonditionen

Studiengebühren pro Semester: 3.000,00 €
Studiengebühren insgesamt: 12.000,00 €
(mehrwertsteuerbefreit)

Wer sich bis 31. März 2016 an der LSoM bewirbt und bis Ende April 2016 einen Studienvertrag unterschreibt, erhält einen Frühbucherrabatt in Höhe von 10 Prozent auf die gesamten Studiengebühren.

UNIVERSITÄT LEIPZIG





Termine

Regelstudienzeit: 4 Semester

Studienstart: Ende Oktober 2016

Lehrveranstaltungen: Pro Semester etwa 18 Präsenzstudientage, in der Regel monatlich von Donnerstag bis Samstag

Bewerbungsfrist: 15. August 2016

(Spätere Bewerbungen im Nachrückverfahren möglich)

Ort

Leipzig School of Media

Mediencampus Villa Ida

Poetenweg 28, 04155 Leipzig

Maximale Teilnehmerzahl

15

Studiengebühren und Sonderkonditionen

Studiengebühren pro Semester:

3.000,00 €

Studiengebühren insgesamt:

12.000,00 € (mehrwertsteuerbefreit)

Wer sich bis 31. März 2016 an der LSOM bewirbt und bis Ende April 2016 einen Studienvertrag unterschreibt, erhält einen Frühbucherrabatt in Höhe von 10 Prozent auf die gesamten Studiengebühren.

UNIVERSITÄT LEIPZIG



Masterstudiengang Mobile Marketing (M.Sc.)

Multi-Channel-Marketing, Mobile Commerce und App-Entwicklung

Smartphone, Tablet und Wearables entwickeln sich mehr und mehr zum Alltagsbegleiter von Mediennutzern und Konsumenten und avancieren damit zur zentralen Schnittstelle für das Informations- und Kaufverhalten. Mit dem berufsbegleitenden Masterstudiengang Mobile Marketing können Sie sich zur unentbehrlichen Fachkraft für den dynamisch wachsenden Markt der Mobile-Kommunikation, des Mobile Business und des mobilen Marketings machen.

Lehrinhalte

- Multichannel-Marketing und Mobile Advertising,
- Softwaretechnologien, Betriebssysteme und mobile Endgeräte,
- App-Entwicklung und Management von komplexen Mobile-Projekten,
- Location Based Services und Mobile Commerce,
- Funktionsweise und Einsatzfelder mobiler Technologien (Beacons, Augmented Reality, Mobile Payment).

Am Ende des Studiums ...

- können Sie die Marketing-Strategie eines Unternehmens kanalübergreifend entwerfen.
- kennen Sie die besonderen Chancen von Mobile als Kommunikationskanal.
- sind Sie vertraut mit den Grundlagen der Infrastruktur mobiler Medienangebote.
- können Sie Werbung auf mobilen Endgeräten gestalten und deren Erfolg messen.
- kennen Sie die Einsatzfelder des mobilen Marketings, wie Mobile Gaming oder Locations Based Services.

Zielgruppe

Der Studiengang Mobile Marketing richtet sich an Mitarbeiter aus Marketing- und Kommunikationsabteilungen in Unternehmen aller Art. Angesprochen sind insbesondere Arbeitnehmer aus Medienhäusern (Werbeplatzvermarktung, Technik, Redaktionsmanagement) und Kommunikationsagenturen, von Online-Dienstleistern und Telekommunikationsunternehmen.

Referenten

Florian Gmeinwieser (Hilti AG), Prof. Dr. Gerrit Heinemann (Hochschule Niederrhein), Dr. Yvonne Hufenbach (Accenture), Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg (Handelshochschule Leipzig), Dr. Rolf Kluge (appsfactory), Jascha Samadi (Opera), Jun.-Prof. Dr. Cornelia Wolf (Universität Leipzig).



Masterstudiengang New Media Journalism (M.A.)

Crossmediales Produzieren und Publizieren, digitaler Journalismus und Online-Geschäftsmodelle

Der berufsbegleitende Masterstudiengang New Media Journalism verbindet zeitgemäße journalistische und medientechnische Kompetenzen mit professionellem Medienmanagement. Vier renommierte europäische Institutionen der journalistischen Weiterbildung haben dieses Masterprogramm gemeinsam mit der Universität Leipzig entwickelt, um Fachkräfte auszubilden, die den digitalen Medienwandel gestalten können.

Lehrinhalte

- crossmediales Recherchieren,
- digitale Content-Aufbereitung,
- crossmediales Produzieren und Publizieren,
- Redaktionsmanagement in crossmedial integrierten Redaktionen,
- Internationale Medienwirtschaft und Online-Geschäftsmodelle.

Am Ende des Studiums ...

- kennen Sie neueste medienwissenschaftliche Erkenntnisse über digitalen und multimedialen Journalismus.
- können Sie komplexe journalistische Projekte in relevanten Kanälen und Formaten entwickeln und umsetzen.
- organisieren Sie multimediale Produktionsabläufe und managen Redaktionen mit konvergen-ten Arbeitsprozessen.
- nutzen Sie die Möglichkeiten des digitalen Medienwandels für Themenfindung, Recherche und Beitragsproduktion.
- gewinnen Sie neue, konkrete Perspektiven für eine eigene unternehmerische Tätigkeit, Ihre redaktionelle Arbeit oder für künftige Führungsaufgaben.

Zielgruppe

Der Studiengang New Media Journalism richtet sich an journalistische Mitarbeiter aus Medienunternehmen aller Art. Angesprochen sind außerdem freie Journalisten, die ihre Leistungen über mehrere Kanäle hinweg anbieten, sowie Mitarbeiter von Online-Agenturen und Online-Dienstleistern mit journalistischen Angeboten.

Referenten

Benjamin Denes (Spiegel TV), Mag. Dr. Sonja Dürager (bvp Hügel Rechtsanwälte OG), Dr. Tobias D. Höhn (Universität Leipzig), Michael Hauri (2470media), Marcus Lindemann (Autoren[werk]), Prof. Dr. Harald Raue (Ostfalia Hochschule), Peter Schink (Agentur Doppelstern).

Termine

Regelstudienzeit: 4 Semester
 Studienstart: Ende Oktober 2016
 Lehrveranstaltungen: Pro Semester etwa 18 Präsenzstudientage, in der Regel monatlich von Do. bis Sa.
 Bewerbungsfrist: 15. August 2016
 (Spätere Bewerbungen im Nachrückverfahren möglich)

Orte

Akademie für Publizistik,
 Warburgstraße 8 – 10, 20354 Hamburg
 Kuratorium für Journalistenausbildung,
 Karolingerstraße 40, 5020 Salzburg,
 Leipzig School of Media
 Mediocampus Villa Ida
 Poetenweg 28, 04155 Leipzig
 MAZ – Schweizer Journalistenschule,
 Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern,

Maximale Teilnehmerzahl

15

Studiengebühren und Sonderkonditionen

Studiengebühren pro Semester: 3.850,00 €
 Studiengebühren insgesamt: 15.400,00 €
 (mehrwertsteuerbefreit)

Wer sich bis 31. März 2016 an der LSoM bewirbt und bis Ende April 2016 einen Studienvertrag unterschreibt, erhält einen Frühbucherrabatt in Höhe von 10 Prozent auf die gesamten Studiengebühren.

UNIVERSITÄT LEIPZIG



Anmeldung und Buchung

Alle Kurse und Seminare sind über die jeweiligen Anmeldeformulare auf unserer Website buchbar. Wir bitten Sie, diese Form der Anmeldung zu nutzen, damit sichergestellt ist, dass wir alle nötigen Informationen von Ihnen haben. Alternativ können Sie uns aber auch eine E-Mail an anmeldung@leipzigschoolofmedia.de senden. Der Eingang der Anmeldung wird von der LSoM schriftlich bestätigt. Ab diesem Zeitpunkt gilt die Anmeldung als verbindlich.

Mit Ihrer Anmeldung akzeptieren Sie die Teilnahmebedingungen der LSoM. Diese sehen unter anderem vor, dass Sie Ihre Anmeldung bis 14 Tage vor Kursbeginn kostenfrei stornieren können und die Rechnungslegung durch die LSoM erst im Anschluss an Ihre Weiterbildung erfolgt. Sie können die vollständigen Teilnahmebedingungen jederzeit auf der LSoM-Website nachlesen.

Wir bitten um Verständnis, dass in den anfallenden Teilnahmegebühren keine Übernachtungs- und Reisekosten enthalten sind. Diese müssen von den Teilnehmern individuell getragen werden. Soweit nicht anders angegeben, betrifft diese Regelung auch die Pausenversorgung während der Lehrveranstaltungen.

Übernachtungsmöglichkeiten

Teilnehmer von Kursen und Seminaren der LSoM können günstige Einzelzimmer-Apartments direkt auf dem Mediacampus Villa Ida buchen. Die Zahl der Apartments ist jedoch limitiert, sodass diese Möglichkeit nur nach Verfügbarkeit und auf Anfrage besteht.

Darüber hinaus unterstützt das LSoM-Team alle Seminarteilnehmer gerne bei der Such nach einer Übernachtungsmöglichkeit in Leipzig. Explizit empfehlen wir zwei Hotelpartner:

- Motel One Leipzig (Leipzig-City); Einzelzimmer ab 69 €/Nacht.
- Nordic Hotel Leipzig (Leipzig-Eutritzsch); Einzelzimmer ab 49 €/Nacht

Bitte beachten Sie mögliche Abweichungen bei den Hotelpreisen: Aufgrund von Messen und Sonderveranstaltungen können die Preise variieren. Wir empfehlen eine frühzeitige Reservierung.

Ihr Ansprechpartner für Rückfragen:



Claudio Marinow
Referent Kurse und Seminare

Tel +49 341 56296-702
[marinow\(at\)leipzigschoolofmedia.de](mailto:marinow(at)leipzigschoolofmedia.de)



Mediocampus Villa Ida

Mit dem Mediocampus Villa Ida bieten wir unseren Kurs- und Seminarteilnehmern ein äußerst attraktives Lernumfeld: Der 2006 eröffnete Campus besitzt modern ausgestattete Tagungs- und Schulungsräume in unterschiedlicher Größe. Der Komplex verfügt zudem über einen Multimedia-Pool sowie ein Tonstudio. Der umschlossene, begrünte Innenhof schafft Raum für Erholung und öffnet sich zur historischen Villa Ida, dem Sitz der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig.

Speisen und Getränke serviert das hauseigene Restaurant „Campus“, dessen Küche mehrfach prämiert wurde.

Anfahrt

Mit der Bahn

Den Mediocampus Villa Ida erreichen Sie vom Hauptbahnhof mit der Straßenbahn der Linie 4 (Richtung Gohlis/Landsberger Straße) innerhalb weniger Minuten. Bitte steigen Sie an der Haltestelle „Stallbaumstraße“ aus. Von dort halten Sie sich rechts und erreichen den Campus zu Fuß in drei Minuten. Alternativ können Sie auch die Tram 12 (Richtung Gohlis-Nord) nehmen und an der Haltestelle „Fritz-Seger-Straße“ aussteigen. Von dort biegen Sie links in die Menckestraße ein, halten sich geradeaus und erreichen so den Mediocampus zu Fuß in etwa fünf Minuten.

Mit dem PKW

Mit dem PKW verlassen Sie die Autobahn A14 an der Anschlussstelle „Leipzig Mitte“ in Richtung Leipzig/Zentrum, fahren auf der B2 „Essener Straße“ nach rechts, an der zweiten Ampel nach links. Sie befinden sich auf der Virchow-Straße stadteinwärts. Folgen sie dieser in die Lützowstraße (immer geradeaus). Nach Passieren der Georg-Schumann-Straße folgt hinter einem scharfen Linksknick rechts die Einfahrt in die Menckestraße. Dort biegen Sie links in den Schlößchenweg ab und sehen auf der rechten Seite bereits den Mediocampus.

Mit dem Flugzeug

Ab Flughafen Leipzig-Halle (LEJ) mit dem Taxi zum Mediocampus (Fahrzeit etwa 20 Minuten) oder mit dem Zug (DB) nach Leipzig Hbf.

Finanzierungshinweise

Bildungsprämie, Weiterbildungsschecks & Co.

Bei der Finanzierung Ihrer Weiterbildung sind Sie nicht auf sich allein gestellt. Der Staat fördert berufsbegleitende Weiterbildung im Sinne des „lebenslangen Lernens“ in erheblichem Maß mit mehreren Förderprogrammen. Die wichtigsten Bausteine in der Übersicht:

Bildungsurlaub und Weiterbildungsschecks – Förderung durch die Bundesländer

Weiterbildung wird praktisch in allen 16 Bundesländern staatlich gefördert. Die entsprechenden Stellen der Länder – in der Regel Arbeits- oder Bildungsministerien oder die Aufbau- und Investitionsbanken – sind daher Ihre ersten Ansprechpartner. Sehr häufig können Arbeitnehmer Bildungsurlaub beantragen oder erhalten über sogenannte Bildungsschecks hohe finanzielle Förderungen.

Im Freistaat Sachsen gibt es beispielsweise den „Weiterbildungsscheck individuell“ für Arbeitnehmer und den „Weiterbildungsscheck betrieblich“ für Unternehmen. In beiden Fällen werden bis zu 70 Prozent der Kosten übernommen. Ein ähnliches Instrument gibt es auch in Thüringen.

Die Förderinstrumente und Kriterien sind allerdings – je nach Bundesland – sehr verschieden. Umfassende Informationen und weiterführende Links haben wir deshalb im Service-Bereich unserer Internetseite zusammengestellt.

Bildungsprämie

Falls eine Unterstützung durch das Bundesland nicht möglich ist, können Erwerbstätige alternativ die Bildungsprämie des Bundes nutzen. Damit können bis zu 50 Prozent der Weiterbildungskosten staatlich gefördert werden, maximal jedoch mit einer Summe von 500,00 € in zwei Jahren. Voraussetzung ist, dass Ihr zu versteuerndes Jahreseinkommen 20.000,00 € (40.000,00 € bei gemeinsam Veranlagten) nicht übersteigt.

Wichtig: Die Prämie muss zwingend vor Beginn der Weiterbildung beantragt werden.
Weitere Informationen unter www.bildungspraemie.info



» Zahlt sich aus:
Die Bildungsprämie

Weitere Finanzierungsmöglichkeiten

Es existieren noch mehrere weitere Förderprogramme, die sich insbesondere an spezielle Gruppen wie ältere Arbeitnehmer, Frauen oder Beschäftigte aus kleinen und mittelständischen Unternehmen richten. Hinweise zu diesen Programmen finden Sie ebenfalls auf unserer Website unter: <https://www.leipzigschoolofmedia.de/service/finanzierung.html>



„Über den Zertifikatskurs zum Social Media Manager: „Es war lebendig, interessant, inspirierend und hat mir in vielen Aspekten eine neue Sichtweise auf mein bisheriges Tätigkeitsfeld, die klassische PR-Arbeit, gegeben.“

Antje Pohle, Inhaberin PLAN A Kommunikation Leipzig



Zum Seminar Brand Storytelling: „Das Seminar bot spannende und differenzierte Vorträge und Inhalte. Theoretische Grundlagen und Wirkweisen, aber auch große Cases aus Sicht der Unternehmen selbst. Besonders gefreut hat mich, dass dem Management von Content-Marketing Raum gegeben wurde. Herzlichen Dank für ein spannendes Seminar.“

Florian Mittler, Pahnke Markenmacherei GmbH



Zum Online Marketing Camp: „Kompetente Referenten, hoher Praxisbezug, Beispiele frisch aus dem Onlinemarketing-Alltag: Das Camp liefert in drei Tagen geballte Infos zu aktuellen Trends und Tools. Lohnt sich!“

Christiane Blana, Burda Services GmbH



„Ich fand vor allem die Vielfältigkeit des Volontärskurses super. Von Grundlagen, über multimediale Techniken bis hin zu speziellen Themen wie Medienrecht und Bürgerjournalismus war alles wichtige dabei.“

Till Vennemann, FEIG & PARTNER



„Zum Online Marketing Camp: „Aus der Print-Medienwelt kommend war mein Wissen zu Online Marketing äußerst bescheiden. In den drei Tagen im Camp habe ich einen sehr guten Überblick über den aktuellen Stand rund um SEO- und Social-Media-Marketing, aber auch zu klassischer Display-Werbung bekommen. Die Referenten haben den Inhalt sehr praxisbezogen präsentiert, was das Seminar insgesamt auch sehr unterhaltsam gemacht hat.“

Andrea Reinhart, trurnit Agentur München GmbH

Die Leipzig School of Media ist eine Tochtergesellschaft der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig



www.leipzigschoolofmedia.de

 facebook.com/LeipzigSchoolofMedia

 twitter.com/LSoM_News

 plus.google.com/+LeipzigschoolofmediaDe

UNSERE KONTAKTE:

Leipzig School of Media gGmbH

Mediencampus Villa Ida

Poetenweg 28

04155 Leipzig

Telefon: +49 341 56296-701

Fax: +49 341 56296-791

E-Mail: info@leipzigschoolofmedia.de

