

Zielgruppe

Der Universitätskurs richtet sich an Führungskräfte sowie Entscheidungsträgerinnen und -träger in Unternehmen, Organisationen und Verwaltungseinrichtungen. Der Kurs ist durch die Beteiligung der Regionen Westösterreich, Südtirol und Bayern grenzüberschreitend angelegt und fokussiert auf Personen, die ihre digitale Kommunikationsstrategie überdenken, anpassen oder weiterentwickeln wollen.

Inhalt

Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis vermitteln zentrale Erkenntnisse über Veränderungsprozesse im Medienbereich, über Strukturen und Inhalte sowie konkrete Medieninteraktionen mit definierten Zielgruppen im Rahmen festgelegter Ziele. Neben Beispielen und „best cases“ auf strategischer Ebene, vor allem auch im Bereich Innovation, sind die Führungskräfte aufgefordert, eigene Erfahrungen einzubringen und in einem kleinen Kreis zu diskutieren. Ein individuelles Medientraining stärkt den persönlichen Auftritt und zeigt Möglichkeiten der digitalen Vermarktung auf einschlägigen Kanälen mit entsprechenden Verlinkungen auf (u.a. Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn oder XING). Durch die grenzüberschreitende Ausrichtung des Universitätskurses eröffnen sich wertvolle und vielseitige Perspektiven, die den nationalen, oftmals eingeschränkten Blickwinkel erweitern und eine internationale Vernetzung der Führungskräfte ermöglichen.

Lernziel

Am Ende des länderübergreifenden Kurses wissen die Führungskräfte sowie Entscheidungsträgerinnen und -träger aus Unternehmen, Organisationen, Verwaltungen

- » wie die steigende Erwartungshaltung der Öffentlichkeit medial erfüllt werden kann,
- » wie Ideen und Konzepte auf das eigene Geschäftsmodell übertragen und medial aufbereitet werden können,
- » wie Botschaften vor und hinter der Kamera auf den Punkt gebracht werden und im Netz weiter Verwendung finden können,
- » wie die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Datenschutz, Medienrecht und Medienethik für das geschäftliche und persönliche Umfeld einzuschätzen und welche Konsequenzen zu ziehen sind.

Themenblöcke

Grundlagen und Praxisbeispiele (Cases) – Innsbruck 10. / 11. Mai 2019

1 ECTS-AP

Die Führungskräfte erkennen, wie sich im Zuge der digitalen Transformation die Öffentlichkeit und die entsprechenden Erwartungen (auch Transparenz der Aktivitäten) grundlegend verändert haben. Konkrete Beispiele in den Bereichen integrierte Kommunikation (PR / Marketing), Journalismus sowie Innovation ermöglichen die eigene Tätigkeit im entsprechenden Umfeld einzuschätzen und situationsgerecht anzupassen.

Digitale Unternehmensstrategien, Praxis-Training – München 16. / 17. / 18. Mai 2019

2 ECTS-AP

Die Führungskräfte erfahren von Experten und Expertinnen des börsennotierten Unternehmens BMW sowie des Bayerischen Rundfunks, wie Marketing, Medienformate und Multimediastrategien in Unternehmen und Fernsehanstalten gestaltet und ineinander verzahnt sind (Stichwort: Trimedialität). Sie trainieren den eigenen Auftritt vor und hinter der Kamera und erfahren, wie das Ergebnis anschließend für die externe Öffentlichkeit in digitaler Form auf Websites bzw. Social Media Kanälen aufbereitet und verbreitet werden kann (u.a. Blogs, Statements, Kurzmitteilungen).

Big Data, Medienrecht und Medienethik – Innsbruck 24. / 25. Mai 2019

1 ECTS-AP

Die Führungskräfte erfahren, wie digitale Kommunikation gelingen kann, so dass die Sammlung von großen Datenmengen sowie die Gestaltung und Verbreitung von entsprechenden Inhalten, wie Blogs, Statements, Imagefilme, Interesse finden, ohne dabei Datenschutz- und Medienrechte oder ethische Kriterien zu verletzen. Sie lernen zudem an konkreten Beispielen die Erstellung von Richtlinien, um im eigenen Umfeld alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für einen professionellen Umgang mit dem Internet zu sensibilisieren (Stichwort: Social Media Guidelines).

Zeit / Gliederung

Innsbruck:	Freitag und Samstag	09:00 – 17:00 Uhr
München:	Donnerstag	13:30 – 17:00 Uhr
	Freitag und Samstag	09:00 – 17:00 Uhr

Abschluss

Zertifikat der Universität Innsbruck