



**MEDIENTECHNIK & IT**  
**MARKETING & MANAGEMENT**  
**JOURNALISMUS & PR**

**KURSE & SCHULUNGEN**

November 2009 – März 2010

**LEIPZIG SCHOOL OF MEDIA**

gemeinnützige Gesellschaft für akademische Weiterbildung mbH

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, Ihnen unsere aktuellen Kurs- und Schulungsangebote vorstellen zu können.

Die Leipzig School of Media wurde im Jahr 2008 von der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig gegründet, um crossmediale Themen zu lehren. Hierzu bündeln wir die Kompetenzen mehrerer Hochschulen, Institute und Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Angebot richtet sich speziell an Arbeitnehmer und Selbständige aus den Berufsfeldern Journalismus, Medien und Marketing.

Unsere berufsbegleitenden Weiterbildungskurse und -schulungen sind kompakt und die Lerngruppen klein. Alle Kursleiter begleiten ihren Teilnehmerkreis. So können Sie auch nach Kursende wertvolle Netzwerkkontakte geknüpft werden.

In unserem modernen Mediacampus stehen Ihnen Schulungsräume unterschiedlicher Größe mit WLAN-Zugang, ein Tonstudio sowie ein PC- und Multimedia-Pool zur Verfügung. In den Pausen können Sie das „Campus“-Restaurant mit Tagespresse nutzen.

Wir laden Sie herzlichst ein, unser Angebot kennenzulernen. Nehmen Sie Kontakt zu uns auf!

Ihr Team  
der Leipzig School of Media



# MEDIENTECHNIK & IT



## Grundlagen der Audiotechnik

MW09GMP2

Web 2.0-Anwendungen haben in den vergangenen Jahren die Veröffentlichung von Audioinhalten extrem vereinfacht. In der Masse des verfügbaren Contents sticht allerdings nur hervor, wer qualitativ hochwertige Inhalte produzieren und zugänglich machen kann. Die im Kurs erworbenen Kenntnisse über Verfahrensweisen, Technologien, Anwendungsmöglichkeiten und Zusammenhänge in der Audiotechnik sind hierfür grundlegend. Die Signalübertragung, Signalwandlung und Tonformate sowie technisches Wissen über Equalizer, Verstärker, Mischpulte oder Effektgeräte werden theoretisch erklärt und in Übungen angewendet und vertieft. Den Teilnehmern wird die Möglichkeit geboten, das Erlernte eigenständig anzuwenden und eine praxisnahe Audioproduktion zu erstellen.

**Kursleiter:** Christian Birkner

**Termine:** 19.11.2009/ 20.11.2009/ 12.12.2009;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

## Strategien des sozialen und semantischen Webs

MW09WT3

Mit der Entwicklung des Web 2.0 haben sich in den vergangenen Jahren die Möglichkeiten für Unternehmen im World Wide Web vervielfacht. Um dieses Potential auszuschöpfen ist das Vorhandensein grundlegender Nutzungsstrategien des sozialen und semantischen Web erforderlich. Dazu behandelt dieser Kurs Systeme zur Content-Klassifikation, wie z. B. Taxonomien und Topic-Maps, soziale Netzwerktechnologien, sowie Standards und Technologien des semantischen Daten-Webs (u. a. RDF, Ontologien, Anfragesprachen). Ein Schwerpunkt des Kurses sind darüber hinaus semantische Wikis, die vielfältig im Unternehmensumfeld eingesetzt werden können und eine sukzessive Strukturierung von Informationen ermöglichen. Der Kurs wird durch praxisnahe Anwendungsbeispiele semantischer Technologien abgerundet.

**Kursleiter:** Dr. Sören Auer

**Termine:** 21.11.2009/ 10.12.2009/ 11.12.2009;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

## Grundlagen der Webtechnologie

MW09GMP3

Der Erfolg von Web-Anwendungen baut auf einer tiefen Webtechnologie-Kenntnis auf. Im Kurs werden deshalb die wesentlichen Basics der Web-Technologien in den Bereichen Netze, Protokolle, Architekturen sowie Server und Client-Technologien gelegt. Die Teilnehmer erhalten einen Einblick in horizontale Technologien in den Bereichen Sicherheit, Authentifizierung, elektronische Bezahl- und Abrechnungsverfahren sowie elektronische Signaturen.

**Kursleiter:** Anja Pöttsch

**Termine:** 22.01.2010/ 23.01.2010/ 13.02.2010;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

## Grundlagen der medienneutralen Datenhaltung

MW09GMP5

Die Fülle verschiedenster Daten- und Medienformate stellt Unternehmen vor große Herausforderungen. Um der steigenden Datenflut begegnen zu können, sind Strategien und Konzepte notwendig, welche die Speicherung unterschiedlicher Formate zentral ermöglicht. Im Kurs werden dazu die wesentlichen Grundlagen der medienneutralen Datenhaltung als zentrales Element für Crossmedia Publishing vermittelt. Inhalte werden einmal an einer Stelle erfasst und sind als Basis für die unterschiedlichen Print- bzw. Online-Medien nutzbar. Die Teilnehmer werden hierfür mit Markup-Sprachen, auch Auszeichnungssprachen genannt, vertraut gemacht, die der Beschreibung von Daten oder Verfahren dienen.

**Kursleiter:** Andreas Niekler

**Termine:** 21.01.2010/ 11.02.2010/ 13.03.2010;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

## Interaktive Anwendungen und digitale Spiele

MW09CP3

Interaktive Anwendungen ermöglichen heutzutage die Kommunikation zwischen Content-Provider und User wechselseitig zu organisieren. Die professionelle Organisation der Interaktion zwischen Mensch und Maschine wird damit zum Erfolgskriterium für Unternehmen. Der Kurs zeigt dazu unterschiedliche Konzepte und Technologien der Mensch-Computer-Interaktion und deren Gestaltung auf. Die Teilnehmer erfahren die Unterschiede als auch die Gemeinsamkeiten von arbeitsbezogenen und spielerischen Anwendungen, um daraus besondere Anforderungen für die Konzeption und Umsetzung entsprechender Projekte ableiten zu können.

**Kursleiter:** Jörg Niesenhaus

**Termine:** 22.01.2010/ 12.03.2010/ 13.03.2010;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

## Grundlagen der Videotechnik

MW09GMP1

Online-Portale wie Youtube oder MySpace ermöglichen Privatnutzern wie Unternehmen eine breite Netz-Öffentlichkeit zu erreichen. Neben ansprechenden Inhalten ist für den Erfolg von Bewegtbildern vor allem die handwerkliche Qualität entscheidend. Die im Kurs gelegten Grundlagen der analogen und digitalen Videosignalübertragung sind dabei ein wesentlicher Baustein zum Erfolg audiovisueller Medien. Die Teilnehmer lernen Kameratechnik, Videoschnittsysteme, Bildwiedergabesysteme und TV-Studiotechnik kennen. Der besondere Fokus liegt dabei auf der Möglichkeit der cross-medialen Verwertung von erstellten Medieninhalten. Praktische Übungen ergänzen die vermittelten theoretischen Wissensgrundlagen.

**Kursleiter:** Ulrich Schmedes

**Termine:** 12.02.2010/ 11.03.2010/ 12.03.2010;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

The image features a dark grey background with a magenta speech bubble in the upper left containing the text 'MARKETING & MANAGEMENT'. A thick magenta arrow curves from the bottom center towards the speech bubble. A thick magenta diagonal line runs from the bottom right towards the top right. In the top left corner, there are blue geometric shapes, including a triangle and a line.

# **MARKETING & MANAGEMENT**

## Marketing im Corporate Publishing

MW09MM1

Corporate Publishing ist aus integrierten Marketingstrategien nicht mehr wegzudenken. Entsprechend bedeutend ist die Vermittlung wesentlicher Grundlagen des Marketing aus einer entscheidungsorientierten Sicht für Corporate Publisher. Die Teilnehmer des Kurses erhalten die Möglichkeit, sich Schritt für Schritt mit der Situationsanalyse, den Marketingzielen und -strategien sowie den Instrumenten und ihrer Implementierung vertraut zu machen. Die theoretischen und konzeptionellen Modelle werden anhand praktischer Beispiele erläutert und veranschaulicht. Insbesondere wird in der Veranstaltung das Verhältnis von Marketing und PR problematisiert und diskutiert.

**Kursleiter:** Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg/  
Dr. Evelyn Kästner

**Termine:** 19.11.2009; 9:00-18:00 Uhr  
20.11.2009; 9:00-13:00 Uhr + E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Werbung und Verkaufsförderung im Corporate Publishing

MW09MM2

Moderne Unternehmen haben erkannt, dass Corporate Publishing Medien entscheidende Unterstützungsfunktionen für Werbung und Verkaufsförderung bereitstellen. Dazu werden in diesem Kurs ausgewählte Instrumente der Kommunikation eines Unternehmens mit verschiedenen Stakeholdergruppen vorgestellt. Insbesondere für die Kundenkommunikation wird ein ganzheitlicher und professioneller Auftritt analysiert sowie eine systematische Werbe- und Verkaufsförderungsplanung entworfen. In der konkreten Umsetzung werden den Teilnehmern anschließend relevante Einzelmaßnahmen wie Kataloge und Gebrauchsanweisungen vorgestellt und deren Spezifika in der Erstellung und Handhabung vermittelt.

**Kursleiter:** Jörg Hoepfner

**Termine:** 20.11.2009; 13:45-18:00 Uhr  
21.11.2009; 9:00-18:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Brand Management im Corporate Publishing

MW09MM3

Marken sind für Unternehmen echtes Kapital. Eine gut aufgestellte Marke kann entscheidend zum Unternehmenserfolg beitragen. Den Teilnehmern werden dazu wesentliche Grundlagen und Regeln der Marke, des Markenmanagements und Markenrechts vermittelt. Darauf aufbauend setzt sich der Kurs intensiv mit relevanten Unterstützungsfunktionen von CP-Medien für die Markenkommunikation auseinander. Die theoretischen und konzeptionellen Ansätze werden anhand beispielhafter Anwendungen des Markenmanagements in Kundenzeitschriften und -magazinen veranschaulicht.

**Kursleiter:** Jörg Hoepfner

**Termine:** 10.12.2009; 9:00-18:00 Uhr  
11.12.2009; 9:00-13:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Marketing im Corporate Publishing: Fallstudie

MW09MM4

Corporate Publishing hat sich an der Schnittstelle zwischen Marketing, Kommunikationsmanagement und Journalismus als eigenständiges Feld etabliert. Folgerichtig bedarf die professionelle Ausführung eines Handwerkszeugs, das die Marketingaspekte von CP akzentuiert und auf Produkt- und Markenkommunikation fokussiert. Der Kurs vermittelt dazu die Anwendung von Methoden und Techniken des Marketing für ein konkretes Produkt bzw. eine konkrete Marke, die mit Corporate Publishing kommuniziert wird. Die Teilnehmer nehmen als Fallstudie eine Bestandsaufnahme und Analyse von Kommunikationsmitteln zur Vermarktung eines Produktes, zur Kommunikation einer Marke vor.

*Voraussetzungen: MW09MM1; MW09MM2; MW09MM3*

**Kursleiter:** Matthias Steybe

**Termine:** 11.12.2009; 13:45-18:00 Uhr  
12.12.2009; 9:00-18:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

# Führung und Organisation in Medienunternehmen

MW09MW2

Personalführung und -entwicklung zählen zu den entscheidenden Faktoren unternehmerischen Erfolgs. Potenziale des eigenen Personals zu entdecken, nutzbar zu machen und zu entwickeln ist dabei eine Ressource, die selten konsequent ausgeschöpft wird. Der Kurs gibt deshalb einen Überblick der strategischen und rechtlichen Zusammenhänge sowie der organisatorischen Abläufe in Multimedia- und Medienunternehmen. Im Anschluss werden den Teilnehmern Techniken für die tägliche Führungspraxis vermittelt, in denen auch Fragen der Personalwirtschaft, wie z. B. Personalauswahl, Personaleinsatzplanung und Personalentwicklung behandelt werden.

**Kursleiter:** Alexander Melzer/ Bettina Tomaschko

**Termine:** 11.02.2010; 10:15-19:15 Uhr  
12.02.2010/ 13.02.2010;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 570,- €

# JOURNALISMUS & PR



## Aktuelle Herausforderungen der Medienpolitik

MW09JRM2

Die immer größer werdende Bandbreite an medialen Kanälen stellt die Medienpolitik vor neue Herausforderungen, die im Kurs anhand aktueller medienpolitischer Probleme und spezieller Fragestellungen erörtert werden. Als Hauptthema werden rechtsextreme Medienaktivitäten im Internet behandelt. Welche Strategien verfolgen die neuen Rechte in den Neuen Medien? Auf welche Argumentationslinien greifen sie zurück? Was für medienpolitische Möglichkeiten bietet die Zivilgesellschaft vs. der Rechtsstaat? Gemeinsam mit den Teilnehmern werden Rahmenbedingungen des gesellschaftlichen medialen Agierens und Handlungsmöglichkeiten diskutiert.

**Kursleiter:** Dr. Gabriele Hooffacker

**Termine:** 10.12.2009/ 11.12.2009;  
jeweils 9:00-18:00 Uhr

**Preis:** 380,- €

## Analyse und Struktur des Corporate Publishing-Marktes

MW09KM3

Entscheider in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft haben in den vergangenen Jahren zunehmend die Bedeutung von Corporate Publishing erkannt. Neben den „klassischen“ Branchen wie PR und Journalismus hat sich auch CP als eigenständiges Marktsegment etabliert. Der Kurs gibt einen umfassenden Überblick über den nationalen und internationalen Corporate Publishing-Markt. Wichtige Auftraggeber, Dienstleister und Verlage werden vorgestellt. Auf diese Weise wird Corporate Publishing in seiner Bedeutung als Wirtschaftsbranche und als arbeitsteilig organisiertes Berufsfeld für Kommunikationsfachleute und Kreative herausgearbeitet. Hierbei werden typische Berufsbilder bzw. Anforderungsprofile vermittelt und mit den Teilnehmern diskutiert.

**Kursleiter:** Dr. Tobias Liebert/ Frank Bayer

**Termine:** 21.01.2010; 9:00-18:00 Uhr  
22.01.2010; 9:00-13:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Kommunikation und Medien im Corporate Publishing: Fallstudie

MW09KM4

Die exakte Analyse der Kommunikationssituation von Organisationen ist der erste Schritt eines jeden Konzeptionsprozesses. Jedes erfolgreiche Konzept bedarf einer umfassenden Analyse, die sich mit den grundlegenden Faktoren wie Bestandsaufnahme der eingesetzten Medien/ Instrumente, der Bestimmung relevanter gesellschaftlicher Bezugsgruppen, sowie der Identifizierung von Kommunikationsproblemen auseinandersetzt. Der praxisnahe Kurs vermittelt die Anwendung von Methoden und Techniken des Corporate Publishing auf eine einzelne Organisation, die CP betreibt bzw. betreiben will. Anhand einer konkreten Fallstudie erstellen die Teilnehmer selbstständig eine Ausgangsanalyse der Kommunikationssituation einer Organisation.

*Voraussetzungen: MW09KM1; MW09KM2; MW09KM3*

**Kursleiter:** Toni Lösch

**Termine:** 22.01.2010; 13:45-18:00 Uhr  
23.01.2010; 9:00-18:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Schreibwerkstatt Radio – Features mit Sog und Kraft

KW09SW

Die Vielfalt dramaturgischer Rezepturen, die dazu beitragen können, die spezifischen Stärken des Hörmediums besser zu nutzen, stehen im Mittelpunkt der vierten Auflage der Schreibwerkstatt Radio unter dem Titel ‚Features mit Sog und Kraft: Spannungsstrategien für dokumentarische Sendungen im Rundfunk‘. Durch Vorträge und Gruppenarbeiten soll die Aufmerksamkeit auf einige Grundwerte des Genres gelenkt werden (Wirklichkeitsnähe, Offenheit, gedankliche Schärfe und spielerischer Einfallsreichtum, konfliktgesteuerte Dynamik, mitunter leichtfüßige Eleganz, sprachliche Originalität). Ziel ist die Entwicklung subjektiver Autorenprofile der Teilnehmer.

*Voraussetzungen: Veröffentlichungen im Radio + Exposé + Lebenslauf*

**Kursleiter:** Wolfgang Bauernfeind/ Helmut Kopetzky

**Termine:** 27.01.2010; 18:00-21:00 Uhr  
28.01.2010/ 29.01.2010;  
jeweils 10:00-21:00 Uhr

**Preis:** 89,- € (unterstützt von der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig)

## Themenfindung in Corporate Publishing-Medien

MW09JM1

Professionell gemachte CP-Medien sind längst mehr als Verlautbarungsorgane von Unternehmen. Entscheidend für den Erfolg der eingesetzten Medien sind dabei Themenauswahl und –vielfalt, abgestimmt auf die Bedürfnisse der Rezipienten. Dazu vermittelt der Kurs Inhaltsarten und medientypische Elemente innerhalb der Themenfindung in Corporate Publishing-Medien. Der Findungsprozess von der Rubrizierung hin zu konkreten Themen wird unter Berücksichtigung der Unternehmens- bzw. Produktbotschaften sowie der Leserbedürfnisse im Detail erörtert und mit den Teilnehmern diskutiert.

**Kursleiter:** Alexander Gutzmer

**Termine:** 11.02.2010; 9:00-18:00 Uhr  
12.02.2010; 9:00-13 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Grundtechniken des Informierens im Corporate Publishing

MW09JM2

Wie sich Unternehmen in der Gesellschaft verhalten, wollen Konsumenten nicht mehr nur aus den klassischen Massenmedien erfahren. Die professionelle Anwendung der Techniken des Informierens und die Handhabung von Strukturelementen eines Beitrages wie Überschrift, Anfangs- und Schlussgestaltung bilden darum den Kern des angebotenen Kurses. Dies erfolgt vor allem am Beispiel der Darstellungsformen Nachricht und Bericht. Die Teilnehmer erlernen, Texte durch Berücksichtigung von „Nachrichtenwerten“ und Optimierung von Textverständlichkeit, Anschaulichkeit, Unterhaltsamkeit etc. für den Rezipienten attraktiv zu gestalten.

**Kursleiter:** Nils Haupt

**Termine:** 12.02.2010; 13:45-18:00 Uhr  
13.02.2010; 9:00-18:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Darstellungsformen und Methoden im Corporate Publishing

MW09JM3

Verschiedene CP-Medien laden zum Rezipieren ein. Corporate Publisher benötigen deshalb eine breite Palette an journalistischen und organisatorischen Fertigkeiten. Erst ein professionell gestaltetes CP-Medium kann seine Funktion für den Unternehmenserfolg voll erfüllen. Im Kurs werden deshalb journalistische und mediale Darstellungsformen und Genres systematisch vorgestellt. Im Fokus stehen hierbei insbesondere: Reportage, Porträt, Interview, analytische Artikel, Editorial/Kommentar, Leserbriefecke, Service-Artikel, Kritik/Glosse. Darüber hinaus erlernen die Teilnehmer das Redigieren, Bearbeiten und Abstimmen von Texten sowie die hierfür erforderliche Zusammenarbeit mit Auftraggebern und Autoren.

**Kursleiter:** Dr. Gabriele Hooffacker

**Termine:** 11.03.2010; 9:00-18:00 Uhr  
12.03.2010; 9:00-13:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

## Texten in der Auftragspublizistik

MW09JM4

Die Inhalte erfolgreicher CP-Medien müssen auf die Bedürfnisse der Stakeholder abgestimmt sein. Der Schlüssel zum Erfolg sind dabei professionell erstellte Beiträge die für die Bezugsgruppen einen echten Mehrwert darstellen. In dem praxisnahen Kurs werden dazu die Anwendung von Techniken und Methoden des Corporate Publishing vermittelt und geübt. Ausgehend von konkreten Aufgabenstellungen erstellen die Teilnehmer Textbeiträge für Kundenzeitschriften und -magazine.

*Koraussetzungen: MW09JM1; MW09JM2; MW09JM3*

**Kursleiter:** Jochen Kasper

**Termine:** 12.03.2010; 13:45-18:00 Uhr  
13.03.2010; 9:00-18:00 Uhr  
+ E-Learning-Einheiten

**Preis:** 570,- €

### **Sie haben den gewünschten Kurs gefunden?**

Dann melden Sie sich auf unserer Website [www.leipzigschoolofmedia.de/kurse-und-schulungen/](http://www.leipzigschoolofmedia.de/kurse-und-schulungen/) an. Hier finden Sie auch aktuelle Ergänzungen zu diesem Programm.

### **Gerne beraten wir Sie auch vorab!**

Sie erreichen uns unter der Telefonnummer +49 341 56296-701 oder per Email [info@leipzigschoolofmedia.de](mailto:info@leipzigschoolofmedia.de).

## **LEIPZIG SCHOOL OF MEDIA** gemeinnützige Gesellschaft für akademische Weiterbildung mbH

Mediencampus Villa Ida  
Poetenweg 28  
04155 Leipzig

Tel. +49 341 56296-701  
Fax +49 341 56296-791  
[info@leipzigschoolofmedia.de](mailto:info@leipzigschoolofmedia.de)

