

UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION

Menschen gewinnen, Beziehungen
gestalten, Image bilden

SHORT FACTS

- Start: Sommersemester 2022
- Dauer: 16 Tage
- ECTS: 20
- Sprache: Deutsch
- Teilnahmeentgelt: EUR 4.490,-
- Anrechenbar auf Executive Master-Studiengang
Management & Leadership MSc



Einführung

„Lieber Geld verlieren als Vertrauen“, meinte einmal Robert Bosch, eine der großen Unternehmerpersönlichkeiten des deutschen Wirtschaftswunders. Eine in diesem Sinne erfolgreiche Unternehmenskommunikation darf sich nicht nur auf Maßnahmen und Instrumente verlassen. Sie muss auch die strategisch wichtigen Interessen- und Anspruchsgruppen, mit denen ein Unternehmen koalitiert, kooperiert oder disputiert, fest im Blick haben.

Darüber hinaus ist Unternehmenskommunikation auch gefordert, so heterogene Elemente wie Öffentlichkeitsarbeit, Mitarbeiter/innenkommunikation und Employer Branding, Corporate Identity, Markenpolitik oder Sponsoring zu einer widerspruchsfreien Ganzheit zu formen. All dies wird nur bewerkstelligen können, wer neben Fingerspitzengefühl auch das theoretisch-methodische Rüstzeug dafür besitzt.

Zielgruppen

- Unternehmer/innen, Führungskräfte und sonstige Entscheidungsträger/innen in Organisationen, die ihrer Verantwortung als Führungskraft gerecht werden wollen und sich professionelle, kommunikative Kompetenzen aneignen möchten;
- Unternehmenssprecher/innen, Assistentinnen und Assistenten des Vorstands bzw. der Geschäftsführung, Marketingverantwortliche und sonstige Personen mit kommunikationsbezogenen Aufgaben;
- Mitarbeiter/innen aus Journalismus und Medien, die ihre bestehenden Qualifikationen um ein zukunftsorientiertes Themengebiet bzw. Berufsfeld erweitern wollen;
- Entscheidungsträger/innen in Kommunikations-, Werbe- und Grafik-Agenturen bzw. in sonstigen einschlägigen Freien Berufen;
- Absolventinnen und Absolventen einschlägiger Studienrichtungen bzw. -zweige, die eine hochstehende praxisorientierte Zusatzausbildung erwerben möchten (z.B. Publizistik, Kommunikationswissenschaften, Geisteswissenschaften, Sprachen, Politikwissenschaft, BWL, Marketing, Jura, etc.)

Ziele / Nutzen

NACH ABSOLVIERUNG DES LEHRGANGS

- sind Sie in der Lage, einen Entscheidungsrahmen für professionelle Unternehmenskommunikation zu gestalten und wissen, wie man Vertrauen aufbaut und Handlungsspielräume schafft;
- kennen Sie wichtige Grundlagen und Modelle erfolgreicher Kommunikation einschließlich ihrer Wirkungsweise auf die Adressaten (z.B. Wahrnehmung und Ästhetik, Psychologie, Design);
- begreifen Sie vorausschauende Kommunikation als Aufgabe der strategischen Unternehmensführung und bewältigen ihre wirksame Verankerung in Organisationen;
- Sind Sie in der Lage, Kommunikationsstrategien zu planen, die Umsetzung solcher Strategien zu verfolgen und die Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen durchzuführen;
- besitzen Sie einen Überblick über die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen der Unternehmenskommunikation;
- haben Sie Einblicke in Campaigning, sowie Budgetierung und Controlling gewonnen;
- beherrschen Sie die Grundzüge des Krisen- und Konfliktmanagements;
- wissen Sie, wie man Großgruppenveranstaltungen leitet.

Dieser Zertifikats-Lehrgang kann auf den Master-Studiengang Management & Leadership MSc angerechnet werden.

Inhalte

MODULE	PRÄSENZTAGE	MODULE	PRÄSENZTAGE
UNTERNEHMENSFÜHRUNG IM UMBRUCH	1	TRANSFORMATION, INTEGRATION & KOMMUNIKATION	1
Warum Kommunikation noch nie so wichtig war wie heute Komplexität, Kontingenz, Volatilität Stakeholderkonzept		Wirkungsvoll intervenieren Großgruppenveranstaltungen Leit- und Zukunftsbilder	
KOMMUNIKATIONSPSYCHOLOGIE	1	MARKENMANAGEMENT: UNTERNEHMEN	1
Grundlagen Modelle Missverständnisse		Bedeutung und Wirkung von Kontaktpunkten in der Markenführung Rolle der Kontaktpunkte in der Unternehmensführung Prinzipien zur Gestaltung und Evaluierung von starken Kontaktpunkten für Unternehmen Führung und Organisation von Kontaktpunkten Ausrichtung von Unternehmensprozessen auf Kontaktpunkte	
ETHIK DER KOMMUNIKATION	1	EVALUIERUNG DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	1
Corporate Social Responsibility in Theorie und Praxis Business Ethics Corporate Conduct		Messung des Kommunikationserfolges Kommunikations-Wirkungs-Modelle als Ausgangspunkt für eine Evaluierung Anforderungen an Evaluierungssysteme Umfelder der Unternehmenskommunikation als komplexitätssteigerndes Element Kennzahlensysteme für die Evaluierung von Unternehmenskommunikation, Fallbeispiele	
KONFLIKTMANAGEMENT	1	DIE PRAXIS DER DIREKTEN UND INDIREKTEN KOMMUNIKATION	3
Modelle zur Einordnung von Konfliktsituationen Interventions- und Konfliktmanagementmethoden Konfliktverhalten		Theorie der klassischen Medien Beispiele und Übungen zu Kommunikation Kommunikationsplanung & Umsetzung Content Management	
KRISEKOMMUNIKATION	1	SCHREIBWERKSTÄTTE	1
Kommunikationskonzepte zur Krisenbewältigung Kommunikativer Umgang mit Stakeholdern		Wie Texte ankommen: vom richtigen Umgang mit Lesern und Meinungsmachern Die professionelle Pressemitteilung Nachrichtenwert und Informationspyramide Der Leadtext: Mit einem Erdbeben anfangen und dann steigern Firmen- und Personenporträts; Magazintexte Dos & Don'ts der Berichterstattung	
MARKENMANAGEMENT: MARKT	1		
Unterschiedliche Perspektiven auf das Thema Marke Definition von Marken Marken in unterschiedlichen Kontexten Markenprofil und Leistungskern Markenprofil und soziokulturelle Bedeutungen			
DIE ROLLE DER SPRACHE	1		
Sprache schafft Wirklichkeit Die Bedeutung von Metaphern Ambiguierung und Desambiguierung			
DIGITALE KOMMUNIKATION	2		
Potentiale & Gefahren von Social Media Möglichkeiten & Anwendungen von Online Marketing Digitale Herausforderungen & Trends für Unternehmen			

13 MODULE | 16 PRÄSENZTAGE* | 20 ECTS

*exkl. Vor- und Nachbereitungen, Selbststudium, Reflexionspapiere, Projektarbeiten, Abschlussarbeit, u.ä.

Leistungsnachweise

Im Rahmen der Zertifikats-Lehrgänge sind folgende Leistungsnachweise zu erbringen:

- Projektarbeiten: dienen dem Lern- und Umsetzungstransfer in die berufliche Praxis
- Abschlussarbeit: behandelt betriebliche Problemstellungen und Lösungsansätze
- Abschlussprüfung: Präsentation der Abschlussarbeit, Verteidigung und Diskussion

Dozentinnen & Dozenten | Auszug

DIPL.-PSYCH. UTE CLEMENT

Geschäftsführerin, Ute Clement Consulting GmbH,
Berlin und Heidelberg / Deutschland

DR. ANGELIKA GABRIEL-RITTER

Selbständige Organisationsentwicklerin, Organisations-
Entwicklung und Coaching, Feldkirch / Vorarlberg

PROF. DR. TOBIAS KROHN

Professor für BWL - Medien- und Kommunikationswirtschaft
an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, Leiter
Unternnehmensentwicklung und Mitglied der Geschäftsleitung,
Schwäbisch Media, Ravensburg / Deutschland

GERHARD KÜRNER

Geschäftsführer Cyberhouse, Linz / Oberösterreich

MAG. CHRISTIAN LAMP

Gründer & CEO der Lunik2 Marketing Services GmbH,
Partner der Digitalagentur Cyberhouse sowie der Lunik2 CS,
Linz / Oberösterreich

MAG. DR. JEANNINE MEIGHÖRNER

Lehrbeauftragte an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg,
Studiengang Medien- und Kommunikationswirtschaft,
Journalismus & PR, Ravensburg / Deutschland

MAG. STEFAN PIRCHMOSER

Business Development Manager bei der Innsbrucker
Kommunalbetriebe AG, Innsbruck / Tirol

ULF D. POSÉ

Selbstständiger Berater und Trainer, ehrenamtlicher Präsident des
Ethikverbandes der Deutschen Wirtschaft e.V.,
Mönchengladbach / Deutschland

MAG. WOLFGANG RIGGER

Gründer und Partner Institute of Brand Logic,
Innsbruck / Tirol

A.O. UNIV.-PROF. DR. HEINZ K. STAHL

Forschungspartner an der Interdisziplinären Abteilung für
Verhaltenswissenschaftlich Orientiertes Management (IVM),
Wirtschaftsuniversität Wien und am Lehrstuhl Wirtschafts- und
Betriebswissenschaften (WBW), Montanuniversität Leoben /
Steiermark; selbständiger Organisationsberater,
Oberwaltersdorf / Niederösterreich

MAG. SABINE VOLGGER

Gesellschafterin clavis GmbH, Geschäftsfeld
Prozessgestaltung, Innsbruck / Tirol

FH-PROF. DR. SIEGFRIED WALCH

MCI Leiter Department & Studiengänge Nonprofit-, Sozial- &
Gesundheitsmanagement und International Health & Social
Management, Innsbruck / Tirol

Wissenschaftliche Leitung | Wissenschaftlicher Beirat



a.o. Univ.-Prof. Dr.
HEINZ K. STAHL



FH-Prof. Dr.
SIEGFRIED WALCH