

Podiumsdiskussion in der Akademie am 01.03.

Beigefügt ist die Einladung zur Podiumsdiskussion am 01. März 2012 in der Akademie, die die Akademie in Kooperation mit dem **Marketing Club Frankfurt** organisiert.

Das Thema „**Woher nehmen und nicht stehlen - qualifizierte Nachwuchs-Leader für Marketing und Kommunikation 2.0!**“ greift eine wesentliche Herausforderung der Marketing-Branche für die nächsten Jahre auf. Mit **Lothar S. Leonhard**, Chairman Ogilvy & Mather Deutschland und Präsident des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen (GWA), **Prof. Dr. Bettina Fischer** von der Hochschule Rhein-Main (Wiesbaden Business School), **Herrn Christoph Fey**, Leiter des Konzern Hochschumarketings der Deutschen Lufthansa AG, und **Dagmar Hübner**, Geschäftsführerin The People Business Personal- und Human Resources Beratung für die Marketing- und Kommunikationsbranche, in der Diskussionsrunde ist eine lebendige Auseinandersetzung garantiert. Moderiert wird die Diskussion von **Heiko Burrack**, der sich u.a. als Buchautor (aktuell das Buch „Die Werbepropheten und ihre dröhnenden Lautsprecher“) intensiv mit der Branche auseinandersetzt.

Anmeldungen bitte über die Internetseite des Marketing Clubs Frankfurt (www.marketing-club-frankfurt.de).

Start Lehrgang L113 am 16. April 2012

Die zukünftigen Leader in Kommunikation und Marketing brauchen umfangreiches Wissen, dass heute und in der Zukunft noch mehr deutlich über ein paar betriebswirtschaftliche Kenntnisse oder begrenztes Fachwissen hinaus geht. Genau diese Anforderung wird durch die zweijährige berufsbegleitende Weiterbildung zum staatlich geprüften Kommunikationswirt an der Akademie für Marketing-Kommunikation abgedeckt. Mit dem Studium und Abschluss zum Kommunikationswirt und einer zusätzlichen Abschlussarbeit am Steinbeis-Transfer-Institut für Markt- und Unternehmenskommunikation können Sie nun mit Ihrem Studium zum/r Kommunikationswirt/in auch den „Certified Manager of Communication and Marketing (SHB)“ der staatlich anerkannten Steinbeis-Hochschule Berlin erlangen, der mit anrechenbaren



OM 1 hat das Ziel erreicht und das einjährige berufsbegleitende Studium zum/r **Certified Online-Marketing Manager/In (SHB)** erfolgreich abgeschlossen. Jetzt freuen sich alle auf die Abschlussfeier und ihre Hochschulzertifikate am 31. März 2012.

Bild unten: Parallel zum Abschluss von OM 1 startete der **Kurs OM 2 am 18. Januar 2012**. Wir wünschen viel Spaß und jede Menge neue Erkenntnisse!



Creditpoints für ein evtl. späteres Bachelor- oder Master-Studium verbunden ist.

Förderung: Die Weiterbildung an der Frankfurter Akademie für Marketing-Kommunikation ist nach dem Gesetz zur Förderung der beruflichen Aufstiegsbildung (Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz – AFBG) förderfähig durch das so genannte Meister-BAföG. Interessenten an einer Förderung über Meister-BAföG in Hessen wenden sich an die Studentenwerke in Frankfurt, Darmstadt, Gießen, Kassel oder Marburg oder im Internet an www.meister-bafog.info.

Die Anmeldung ist ab sofort möglich: <http://www.akademie-frankfurt.de/marketing-kommunikation/anmeldung/>



PODIUMSDISKUSSION am 01. März 2012

Woher nehmen und nicht stehlen - qualifizierte Nachwuchs-Leader für Marketing und Kommunikation 2.0!

Wie „hip“ müssen Unternehmen sein, damit die sogenannten High-Potentials den Weg zu ihnen finden? Wie können Werbeagenturen oder Markenartikler punkten, wenn es um die talentierten Nachwuchs-Leader geht? Übernehmen mit zunehmender Gewichtung der Online-Instrumente und der schneller werdenden Veränderungen die Spezialisten das Kommando in Marketing und Kommunikation, weil die Strategen und Projektmanager die Übersicht verlieren? Und: Woran soll sich der Nachwuchs angesichts eines immer unübersichtlicheren Studienangebots orientieren, wenn es um die Wahl des Studiums und dann die Wahl des ersten Arbeitgebers geht?

Fragen über Fragen, denen sich die Branche stellen muß. In der Diskussionsrunde stehen drei Fragestellungen im Mittelpunkt:

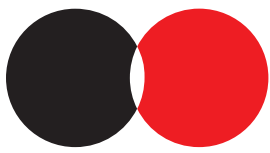
1. Eine Branche ohne wirkliche Systematik in der Personalentwicklung und ohne Benchmarks? Alle wollen, alle tun was, nichts ist vergleichbar.
2. Wie stellen sich Hochschulen und Arbeitgeber auf die sich fließend und schneller verändernden Anforderungen an ihre „Young Lions“ ein?
3. Speziell mit Blick auf Werbeagenturen und Marketingabteilungen, in denen jeder über 35 ohne große Karriereschritte verdächtig ist: Wie sehen die Konzepte für die Einflüsse des Demografiewandels aus?

Die Diskussionsrunde:

- **Lothar S. Leonhard**
Chairman Ogilvy & Mather Deutschland
Präsident Gesamtverband
Kommunikationsagenturen (GWA)
- **Dagmar Hübner**
Geschäftsführerin, The People Business
Personal- und Human Resources Beratung
für die Marketing- und Kommunikationsbranche
- **Christoph Fay**
Leiter Konzern Hochschulmarketing,
Deutsche Lufthansa AG
Vorstandsmitglied Marketing-Club Frankfurt
- **Prof. Dr. Bettina Fischer**
Hochschule RheinMain (Wiesbaden Business School)
Vorstand Deutscher Marketing Verband (DMV)
- **Moderation:**
Heiko Burrack
Geschäftsführer Burrack NB-Advice
Buchautor, u.a.: „Die Werbepropheten und ihre
dröhnenden Lautsprecher“

Anmeldung: www.marketingclub-frankfurt.de
Empfang ab 19:00 Uhr, Beginn 19:45 Uhr
61118 Bad Vilbel, Huizener Straße 60

MC-Spezial des Marketing-Club Frankfurt in Kooperation mit der Akademie für Marketing-Kommunikation e.V.



STARTINFORMATION Marketing-Kommunikation Feb. 2012

Berufsbegleitende Qualifizierung mit Abschluss zum/r staatlich ge- prüften Kommunikationswirt/in

Seit inzwischen 50 Jahren ist die Akademie für Marketing-Kommunikation die Institution für die berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung im Bereich Marketing und Kommunikation.

Die Arbeit in Werbeagenturen sowie Marketing- oder Werbeabteilungen übt eine große Faszination aus. Es geht dort „locker“ zu, man kann „creativ“ sein und man kommt in der Welt herum. Auf der anderen Seite sind die Anforderungen an Mitarbeiter im Marketing und in der Kommunikation hoch und hier gilt: Die „gute“ Aus- und Weiterbildung ist mehr denn je der Schlüssel zum dauerhaften beruflichen Erfolg.

Aber: Nicht jeder möchte oder kann nach dem Abitur noch ein Hochschul- oder Fachhochschulstudium absolvieren und manchmal ist das angefangene Studium auch nicht das, was man sich darunter vorgestellt hat.

Genau an diesem Punkt bietet die Akademie für Marketing-Kommunikation ambitionierten, jungen Erwachsenen die Möglichkeit einer gezielten praxisnahen Weiterbildung im Bereich Marketing und Kommunikation.

Ein Blick auf den Studienplan zeigt den hohen Anspruch und vermittelt auf einen Blick, wie umfassend die gebotene Weiterbildung angelegt ist. Die Anlage als berufsbegleitendes Studium bietet einerseits die Möglichkeit weiterhin im Beruf zu arbeiten und ist andererseits eine ideale Basis für den direkten Transfer von der Theorie zur Praxis.

Förderung: Die Weiterbildung an der Frankfurter Akademie für Marketing-Kommunikation ist nach dem Gesetz zur Förderung der beruflichen Aufstiegsbildung (Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetz – AFBG) förderfähig durch das sogenannte Meister-BAföG. Interessenten an einer Förderung über Meister-BAföG in Hessen wenden sich an die Studentenwerke in Frankfurt, Darmstadt oder Gießen oder im Internet an <http://www.meister-bafog.info> oder informieren Sie sich bei der **Walter-Kolb-Stiftung** - <http://www.walter-kolb.de>.

Die nächsten Starttermine: 16. April 2012 + November 2012

Berufsbegleitend und komprimiert:

Unterrichtszeiten: Wochentags von 18:15 - 20:15 Uhr,
1-2 x im Monat: Samstags von 9:00 - 14:00 Uhr

Dauer der Qualifizierung: gesamt 2 Jahre

Abschluss zum/r staatl. geprüften Kommunikationswirt/in
und zum Certified Manager of Communication and Marketing (SHB)

Alle Informationen und das Anmeldeformular gibt es unter:

www.akademie-frankfurt.de

oder Informationen per **Telefon: 06101-5585900**

Überblick Lehrplan, u.a.:

- Volkswirtschaftslehre
- Betriebswirtschaftslehre
- Bilanz & Controlling
- Werbe- und Wettbewerbsrecht
- Presse- und Äußerungsrecht/Medienrecht
- Werbepsychologie
- Marktsoziologie
- Marketing-Grundlagen
- Marketing-Management
- Marketing-Controlling
- Konsumgüter-Marketing (Fallstudie)
- Investitionsgüter-Marketing
- Sozial-/Sport-Marketing (Fallstudie)
- Pharma-Marketing (Fallstudie)
- Export-Marketing (Fallstudie)
- Banken-Marketing (Fallstudie)
- Handelskunde
- Marketing-Forschung

Soft Skills im Berufsalltag

- Präsentationstechniken
- Tricks bei der Arbeit mit MS EXCEL/MS PowerPoint
- Arbeitstechniken (Analysen/Ausarbeitungen/Hausarbeit)
- Umgang mit Kunden, Kollegen & Vorgesetzten
- Verhandlungstechniken (optional)
- Interkulturelle Kommunikation
- Karriereplanung

Marketing-Instrumente

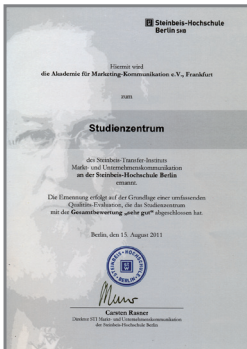
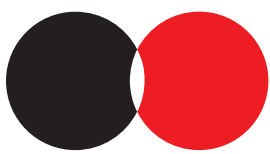
- Werbung
- Werbekonzeption/Werbebudget
- Verkaufsförderung
- Dialog-Marketing
- Messen und Ausstellungen
- Events (Fallstudie)
- Public Relations
- Krisen-PR (Fallstudie)
- Investor Relations
- Corporate Identity (Fallstudie)
- Sponsoring

Medienkunde & Media

- Kommunikationslehre
- Medienkunde: Print / TV / Radio / Plakat/Verkehrsmittel
- Medienkunde: Kino
- Medienkunde Ambient-Media (Fallstudie)
- Interaktive Medien (online/offline), Online-Marketing
- Online-Werbung (Werbemittel/Research/etc.)
- Mediaforschung
- Mediaplanung

Kommunikations-Gestaltung

- Text
- Gestaltung (Grafik)
- Repro/Druck/Druckvorbereitung/DTP
- Design/Corporate Design
- Produktion: TV-Spot
- Produktion: Radio-Spot



Die Akademie für Marketing-Kommunikation e.V. ist nach erfolgreichem Zertifizierungsprozess seit 2011 ein Studienzentrum der staatlich anerkannten Steinbeis-Hochschule Berlin.

Der erste Schritt war die Zertifizierung des Lehrgangs der Akademie für Online-Marketing als Hochschulzertifizierungslehrgang (HZL) mit

dem Abschluss „**Certified Online-Marketing-Manager (SHB)**“. Seit Januar 2012 läuft der 2. Lehrgang.

Berufsbegleitende Qualifizierung:

Akademie für Online-Marketing Nächster Start: Januar 2013

Mit der Akademie für Online-Marketing bietet die Akademie für Marketing-Kommunikation e. V. eine spezialisierte berufsbegleitende Weiterbildung an, die der rasant gewachsenen Bedeutung der Online-Kommunikation und des Online-Marketings entspricht. Keine Firma kann es sich heute noch ernsthaft leisten, den Bereich Online in ihrem Marketing-Mix stiefmütterlich zu behandeln.

Ziel der Weiterbildung ist es, Mitarbeitern, die im Marketing, in der Kommunikation (Media und Gestaltung), im Vertrieb oder der Beratung tätig sind, das Rüstzeug für eine professionelle Einbeziehung **aller** Online-Marketing-Aspekte zu vermitteln. Die Weiterbildung soll die Absolventen dazu befähigen, die Planung, Koordination und Organisation der Online-Aktivitäten eines Unternehmens zu übernehmen bzw. daran professionell teilzunehmen oder Unternehmen dabei zu beraten. Entsprechend werden in der Weiterbildung die nebenstehenden Themen behandelt.

Durch Dozenten, die in ihren Bereichen profilierte Fachleute sind, ist ein hoher Bezug zur Praxis sowie die notwendige Aktualität der Weiterbildung gewährleistet. Da sich die Weiterbildung auf das Online-Marketing und -Management konzentriert, werden weder Programmierkenntnisse vermittelt noch erwartet.

Berufsbegleitend und komprimiert:

Unterrichtszeiten: Freitags von 17.00 - 20:30 Uhr

2-3 x im Monat: Samstags von 9:30 - 17.00 Uhr

Dauer der Qualifizierung: gesamt 12 Monate

Vorlesungszeit 11 Monate/ Prüfungszeit 1 Monat

Abschluss:

Certified Online-Marketing-Manager/in (SHB)

Alle Informationen und das Anmeldeformular gibt es unter:

www.akademie-frankfurt.de/online-marketing

oder Informationen per Telefon: 06101-5585900

Überblick Lehrplan, u.a.:

- Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- Marketing-Grundlagen
- Online-Marketing im Marketing-Mix (Grundlagen)
- Medienkunde/Media-Mix (Grundlagen)
- Recht (Grundlagen wie z.B. UWG/Markenrecht)
- Recht Telekommunikation/Internet
- Marketing-Forschung (Grundlagen)
- Werbe-/Kommunikations-Psychologie
- Soft Skills im Berufsalltag, u.a.:
 - Präsentationstechniken
 - Umgang mit Kunden, Kollegen & Vorgesetzten
 - Verhandlungstechniken
 - Interkulturelle Kommunikation
- Basics: Informations- Kommunikationstechnologien (IT)
- Internet (Aufbau + Entwicklung, Status Quo/Aussichten)
 - Domains/Hosting/Provider (Registrierung/Handling)
- Suchmaschinen-Systematik/-Marketing
- Targeting
- E-Mail-Marketing
- Interaktivität/"WEB 2.0": Blogs, Foren, Spiele, etc.
- Mobile Technologie (SMS/WAP/GPRS/UMTS, etc.)
- Sicherheit/Sicherheitssysteme/Risk-Management
- Integriertes Data-Management (Internet/Intranet/Extranet)
- Basics: Bildbearbeitung/Grafikformate/Typografie
- Kreativitätstechniken
- Kommunikationspolitik & -Strategien (Grundlagen)
- Online-Kommunikations-Strategie & -Konzeption
- Konzeption: Auftritt im World Wide Web
 - Vorgabenstrukturierung/Aufbau Pflichtenheft
 - Qualitäts- und Projektmanagement/
- Content-Management-Systeme
- Business-to-Consumer (B-to-C)
- Business-to-Business (B-to-B)
- Business-to-Employee (B-to-E)/Intranet
- E-Human-Recruiting
- E-CRM (Electronic-Customer-Relationship-Management)
- Userbindung/Trafficbuilding:
 - Foren/Chats/Auktionen/Spiele, Blogs etc.
- Online-Media (Konzeption/Planung/Realisation/ Erfolgskontrolle) / AdServer
- Communities/Marktplätze/Portale, etc.
- Online-Relations (Public Relations/Investor Relations)
 - Webredaktion
- Wissens-/Informations-Management
- Online-Business-Modelle
- e-Commerce (Strategie + Konzeption)
 - Aufbau Shopsystem (inkl. Vernetzung)
 - Excurs: Warenwirtschaftssysteme
- e-Procurement/Direct Purchasing
- Zahlungssysteme
- Content-Providing (Content-Verwertung/-Zweitverwertung)