



MEDIENINSTITUT
VERBAND SCHWEIZER MEDIEN

maz

DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

MEDIENMANAGEMENT 2020

Ein Kooperationsangebot des MAZ und des Medieninstituts des Verbands Schweizer Medien

MEDIENMANAGEMENT BASIS- UND AUFBAUSEMINAR

Für Neu- oder Quer-Einsteiger in die Medienbranche ist es oft eine grosse Herausforderung, sich rasch einen Überblick über die Medienlandschaft, deren Akteure und Produkte zu verschaffen. Der digitale Wandel und die neuen Herausforderungen gerade auf dem Werbe- und Nutzer-Markt verlangen aber fundierte Kenntnisse über die aktuellen Trends in den Medien.

Der berufliche Alltag in kleinen wie grossen Medienhäusern bietet häufig zu wenig Raum, um sich einen fundierten Überblick über diese Entwicklungen zu verschaffen. Im sechstägigen Lehrgang Medienmanagement erhalten Mitarbeitende aus Verlags- und Medienhäusern ein solides Grundwissen über die Medienbranche und das Medienmanagement. Der Lehrgang ist aufgeteilt in zwei Module: Ein dreitägiges Basisseminar sowie ein dreitägiges Aufbauseminar.

Zielgruppe _ Mitarbeitende aus Verlags- und Medienhäusern
_ Mitarbeitende der Werbe- oder Kommunikationsbranche, die mit Medien zu tun haben
_ Medienschaffende mit Interesse am Verlags- und Werbewesen

Voraussetzungen -Modul 1 Basisseminar: Berufslehre, Matura, Studium; keine Branchenkenntnisse vorausgesetzt
-Modul 2 Aufbauseminar: Absolventen des Moduls 1; vorhandene Branchen-Grundkenntnisse

Lernziele _ Die Teilnehmenden erwerben ein solides Grundwissen über die Medienbranche und die verschiedenen Fachbereiche
_ Sie kennen Akteure, Prozesse sowie Produktionsfaktoren der einzelnen Medien
_ Sie kennen die wichtigsten Mechanismen und Zusammenhänge im Nutzer- und Werbe-Markt
_ Die wichtigsten Mediennutzungsforschungen und Statistiken sind ihnen bekannt

Dauer/Termine 2-mal 3 Kurstage zwischen Juni und Oktober 2020

Modul 2: 29. Juni bis 01. Juli 2020

Modul 1: 07. – 09. Oktober 2020 (wurde infolge der Corona-Pandemie verschoben)

Kooperationspartner

Die beiden Seminare hat das MAZ zusammen mit dem Medieninstitut des Verbandes Schweizer Medien (VSM) konzipiert. Der VSM hilft auch bei der inhaltlichen Umsetzung mit.

Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein Zertifikat, ausgestellt vom MAZ – Die Schweizer Journalistenschule und dem Medieninstitut des VSM.
Leitung	Reto Schlatter, Studienleiter MAZ, Coach und Organisationsentwickler BSO Marianne Läderach, Leiterin Medieninstitut, Verband Schweizer Medien
Dozierende	Harald Amschler, Executive Director of Research and Development, WEMF AG für Werbemedienforschung Moreno Cavaliere, Leitung Marketing&Sales, Gruppo Corriere del Ticino, MediaTI Marketing SA Roger Lang, Senior Product Consultant , WEMF AG für Werbemedienforschung Cesare Patella, Mediaberater Joachim Tillessen, Medien- und Kommunikationsexperte, FHNW Pascal Zemp, Redaktioneller Berater, Cosifu Editorial GmbH Christian Haberbeck, Leiter Unternehmensentwicklung TX Group AG
Anzahl Teilnehmer	Max. 16
Kosten	Einzelpreis für Basis- oder Aufbaumodul: CHF 1800.- Preis für beide Module: CHF 3400.- VSM-Mitglieder erhalten Vorzugskonditionen (für weitere Informationen wenden Sie sich direkt an den VSM).
Kursort	MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern
Kurs-Nr.	J107120
Auskunft	Reto Schlatter, Studienleiter MAZ, reto.schlatter@maz.ch, Telefon +41 (0)41 226 33 33 Marianne Läderach, Leiterin Medieninstitut, marianne.laederach@schweizermedien.ch, Telefon +41 (0)44 318 64 66
Administration	Claudia Meier, claudia.meier@maz.ch, Telefon +41 (0)41 226 33 40

THEMEN UND TERMINE

MODUL 2

29. Juni bis 01. Juli 2020

Aufbauseminar Medienmanagement

29. Juni 2020

Publikumsforschung / Medienstatistik: So tickt das Publikum

Harald Amschler, Executive Director of Research and Development und
Roger Lang, Senior Product Consultant , WEMF AG für Werbemedienforschung

Dieser Tag bietet einen Überblick über die in der Schweiz relevanten Publikumsforschungen: ihre Trägerorganisationen, die zentralen Inhalte, die Methodik sowie die wichtigsten Kennzahlen und deren Auswertung. Auch werden die wichtigsten Intermedia-Studien vorgestellt.

30. Juni 2020

Organisation, Abläufe und Prozesse in Medienunternehmen

Christian Haberbeck, Leiter Unternehmensentwicklung & Projekte Tamedia

Medienunternehmen schaffen Öffentlichkeit, bieten allerdings auch Werbeplattformen. Die meisten Medienunternehmen sind also in zweiseitigen Märkten aktiv. Zu diesen beiden Märkten kommen immer mehr Plattformen, viele Medienunternehmen sind heute multimedial aufgestellt und arbeiten rund um die Uhr. Wie sind Medienhäuser heute organisiert? Was unterscheidet sie von anderen Unternehmen? Und welche Schnittstellen bestehen zwischen Newsroom, Marketing und Sales Team?

01. Juli 2020

Nutzermarketing / Werbemarketing / Content-Marketing

Moreno Cavaliere, Leitung Marketing&Sales, Gruppo Corriere del Ticino, MediaTI Marketing SA

Sie lernen Instrumente und Strategien kennen, wie Mediencontent vermarktet wird. Im Nutzermarkt auf der einen Seite; im Werbe- und Kommunikationsmarkt auf der anderen Seite.

Anhand konkreter Fälle aus der Praxis wird aufgezeigt, auf welche Kriterien und Fallstricke zu achten ist und was die Erfolgsfaktoren sind.

Änderungen vorbehalten.

MODUL 1

07. bis 09. Oktober 2020

Seminar Basiswissen Medienbranche

07. Oktober 2020

Medienlandschaft Schweiz: Überblick und aktuelle Entwicklungen

Cesare Patella, Mediaberater

Sie lernen die zentralen Merkmale der Schweizer Medienlandschaft kennen, was Sie befähigt, Ihr persönliches Aufgabengebiet in einen übergeordneten Zusammenhang zu setzen. Auf der Basis von Fakten und anhand von Beispielen wird dargestellt, welche Rolle der Medien in der Schweiz zukommt, wie deren Geschäftsmodelle ausgestaltet und welche Herausforderungen im Wandel des Medienkonsums zu bewältigen sind.

08. Oktober 2020

Nutzermarkt / Werbemarkt: Wovon die Medien leben

Joachim Tillessen, Medien- und Kommunikationsexperte, FHNW

Auf der Basis von Modellen und Anwendungsbeispielen erhalten Sie ein klares Bild über das grundsätzliche Funktionieren des Nutzer- und Werbemarktes. Dadurch lernen Sie die Merkmale der beiden zentralen Märkte der Medienbranche in der Schweiz kennen und können deren konkrete Ausgestaltung definieren bzw. beurteilen.

09. Oktober 2020

Journalistische Inhalte: Von der Idee bis zur Veröffentlichung

Pascal Zemp, Redaktioneller Berater, Cosifu Editorial GmbH

Wie ticken Redaktionen? Wo liegen die grossen Herausforderungen für Journalisten, die Kanäle Print, Online, Mobile und Social zu bedienen – und zwar immer mit der richtigen Story zum richtigen Zeitpunkt? Kann man mit redaktionellen Inhalten noch Geld verdienen? Antworten zu diesen Fragen gibt es an diesem Tag.

Änderungen vorbehalten.

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Aus- und Weiterbildung für Medienschaffende sind seine Kernkompetenzen. Die enge Zusammenarbeit mit Redaktionen garantiert Praxisnähe. Kooperationen im In- und Ausland ermöglichen den Blick nach aussen. Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Medien, die SRG SSR, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt.

MAZ-Team Direktor: Diego Yanez; Geschäftsleitung: Beatrice Brenner, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Rafael Azzati, Reto Camenisch, Beat Glogger, Frank Hänecke, Bernd Merkel, Jeannette Nagy, Beat Rüdt, Reto Schlatter, Oliver Schroeder, Alexandra Stark, Barbara Stöckli, Dominique Strebel, Elmar zur Bonsen; Marketing: Nathalie Müller; Administration: Madeleine Grüter, Theres Huser, Magalie Jost, Lise Kerkhof, Noreen Koch, Claudia Meier, Jae-in Moon, Anne Schibli, Barbara Trauffer, Technik: Stefan Wäfler.