

Fernstudium „Kultur- und Medienmanagement“ Präsenzveranstaltungen November 2008

Stand: 30. Juli 2008

Abkürzungen: WR = Wirtschaft und Recht; PG = Politik und Gesellschaft
 KO = Kommunikation und Organisation; KM = Kultur und Medien

	Datum	Ort	Thema Dozentin/Dozent	Anmelde- schluss
PG	1. 10:00 bis 18:00	Hamburg	<p>Einführung in das Stiftungsmanagement (Teil 2 der Doppelveranstaltung, Teil 1 am 31.10.)</p> <p>Stiftungen sind eine feste, ständig wachsende Größe in unserer Gesellschaft – speziell auch in der Kulturförderung. Was tun Stiftungen, wie sind sie organisiert? Informationen dazu sind unerlässlich für alle, die ebendort Zuwendungen beantragen oder Stiftungsarbeit als berufliche Perspektive sehen.</p> <p><i>Dr. Marc Gottschald ist Geschäftsführer der Nordmetall-Stiftung in Hamburg. Diese PV ist nur im Zusammenhang mit Teil 1 am 31.10. zu belegen.</i></p>	01.10.
PG	7. 9:00 bis 17:00	Essen	<p>Kulturpolitik und kulturelle Infrastruktur am Beispiel der „Ruhr 2010 – Kulturhauptstadt Europas“</p> <p>Im Kultur- und Medienmanagement ist Politik von ganz zentraler Bedeutung. Wer erfolgreich ein Projekt umsetzen oder eine Institution leiten möchte, wird sich mit kulturpolitischen Rahmenbedingungen befassen müssen. Am Beispiel der „Kulturhauptstadt Europas“ erhalten die Teilnehmer Einblicke in die Zusammenhänge durch einen Insider.</p> <p><i>Prof. Dr. Oliver Scheytt ist Geschäftsführer der „Ruhr 2010 GmbH“ sowie u.a. Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft. Er ist seit 2006 Professor am Institut KMM Hamburg. Marc Grandmontagne ist Referent der Geschäftsführung der „Ruhr 2010 GmbH“.</i></p>	07.10.
WR	8. 9:30 bis 17:30	Düsseldorf	<p>Marketing und PR in Kultureinrichtungen</p> <p>Gutes Marketing entscheidet oft über die erfolgreiche Abwicklung eines Projekts. Die Veranstaltung gibt einen Überblick über das nicht-gewinnorientierte Kulturmarketing, zeigt Unterschiede zum „kommerziellen“ Marketing auf und erläutert ausgewählte Marketingaspekte an Fallbeispielen.</p> <p><i>Dominik Hübschen ist Diplom-Kulturmanager und Diplom-Kaufmann mit Schwerpunkt Marketing. Er arbeitet in der Direktion des Schauspielhauses Bochum.</i></p>	08.10.

KO	14. 9:30 bis 17:30	Mannheim	<p>Instrumente methodischer Pressearbeit</p> <p>Für die Umsetzung einer Kommunikationsstrategie ist methodische Pressearbeit unabdingbar, um im Konzert aller Kommunikatoren gehört zu werden. Im Seminar werden die wichtigsten Instrumente vorgestellt und das Entwickeln von Kernbotschaften geübt. Darauf aufbauend wird eine Pressekonferenz vorbereitet und mittels Rollenspiel durchgeführt.</p> <p><i>Heidi Voss</i> ist Beraterin und Trainerin für PR+Kultur. Sie verfügt langjährige Erfahrung als PR-Managerin, Pressesprecherin und Kommunikationstrainerin.</p>	17.10.
KO	15. 9:30 bis 17:30	München	<p>Organisations- und Personalentwicklung in Kultureinrichtungen</p> <p>Betriebliche Prozesse sind nicht nur technokratisch beschreibbare Abläufe, sondern von ihnen geht auch eine prägende Wirkung auf die Organisation und auf die Mitarbeiter/innen aus. Das Seminar widmet sich zunächst den theoretischen Grundelementen der Organisationsentwicklung, bevor diese in einen kulturellen Kontext, speziell aus der Berliner Kulturlandschaft, übertragen werden.</p> <p><i>Björn Johannsen</i> ist Mitarbeiter der <i>Metrum Management GmbH, München</i>.</p>	17.10.
WR	21. 9:30 bis 17:30	Hamburg	<p>Management von Non-Profit-Organisationen</p> <p>In der Kultur sind Non-Profit-Organisationen sehr häufig anzutreffen. Vielfach aber wird „Non-Profit“ bzw. „Not-for-Profit“ fälschlicherweise dahingehend interpretiert, dass eine ziel- und nutzenorientierte Betriebsführung nicht vonnöten sei. Das Gegenteil ist der Fall und dessen Anforderungen sind Gegenstand der Veranstaltung. Insbesondere wird die Einbeziehung des Steuerrechts für Non-Profit-Organisationen einen Schwerpunkt bilden.</p> <p><i>Prof. Dr. Andreas Köster</i> ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer sowie Mandatsträger in zahlreichen Kulturstiftungen. Er ist Professor für Non-Profit-Management am Institut KMM Hamburg.</p>	24.10.
WR	22. 10:00 bis 18:00	Hamburg	<p>Rechnungswesen</p> <p>Die Veranstaltung führt in die Zweige des Rechnungswesens ein und vermittelt schwerpunktmäßig die Grundlagen der Buchführung angefangen von den Buchführungsvorschriften bis hin zum Jahresabschluss.</p> <p><i>Monika Verstege</i> ist Leiterin des Rechnungswesens bei der <i>Tropag GmbH</i>, sie ist staatlich geprüfte Bilanzbuchhalterin.</p>	24.10.

<p>PG</p>	<p>28. 9:30 bis 17:30</p>	<p>München</p>	<p>Einführung Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship</p> <p>Die Präsenzveranstaltung bietet einen Einblick in die Bereiche der Corporate Social Responsibility: Verantwortung für Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft aus Unternehmenssicht. Welche Handlungsoptionen bietet die Wirtschaft zur zukunftsfähigen Gestaltung? In welchen Gesamtzusammenhang ordnet sich hierbei das Kultursponsoring ein? Die Präsenzveranstaltung liefert eine sehr nützliche „Innenansicht“ der Unternehmen, die potenzielle Sponsorpartner für Kulturprojekte sein können.</p> <p><i>Karin Fuchs-Gamböck ist Marketingspezialistin mit den Schwerpunkten Corporate Responsibility, Kultur- und Sozio-Sponsoring, Kooperationen sowie Geschäftsführerin einer Beratungsagentur und berät Unternehmen zu CSR Strategie.</i></p>	<p>28.10.</p>
<p>KO</p>	<p>29. 10:00 bis 18:00</p>	<p>Berlin</p>	<p>Kommunikation</p> <p>Die Präsenzveranstaltung führt ein in die Grundlagen von Kommunikationsstrategien und kommunikationskulturellen Aspekten – Dramaturgie und Inszenierung – WAS wird kommuniziert und WIE wird es kommuniziert? Behandelt werden u.a. Grundlagen des Storytelling, der Inszenierung und dramaturgische Aspekte der unterschiedlichen Medien.</p> <p><i>Michael Esser ist Autor, Regisseur, Dramaturg, kreativer Geschäftsleiter eines Hörbuchverlages, Kommunikationsberater</i></p>	<p>31.10.</p>

Detaillierte Informationen zu den Präsenzveranstaltungen

Einführung in das Stiftungsmanagement

Informationen zum Dozenten	RA Dr. Marc Gottschald ist Geschäftsführer der NORDMETALL-Stiftung, Rechtsanwalt
PV - Titel	Einführung in das Stiftungsmanagement
Termin und Ort	31.10. und 01.11.2008 jeweils von 10:00 – 18:00 Uhr, Hamburg
Kurs - Typ	Grundkurs / Einführung
Zusammenfassung	Stiftungen sind inzwischen eine feste Größe in der Gesellschaft und speziell auch in der Kulturförderung. Was tun Stiftungen, wie denken sie, wie sind sie organisiert? Informationen dazu sind unerlässlich für diejenigen, die ebendort Zuwendungen beantragen und auch für diejenigen, die dort gegebenenfalls eine berufliche Perspektive sehen.
Inhalt der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Stiftungswesen - Stiftungs- und steuerrechtliche Grundlagen - Gründung einer Stiftung Schritt für Schritt - Entwicklung einer Stiftungsstrategie - Programmentwicklung und Projektarbeit - Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit für Stiftungen - Grundlagen der Vermögensverwaltung - Praxisbezogene Übungen und Gruppenarbeit
Ziele der Präsenzveranstaltung	Ziel ist es einen praxisnahen Überblick in das Stiftungswesen und den Arbeitsweisen zu bekommen. Vermittelt werden die Grundlagen des Stiftungsmanagements. Am ersten Tag steht nach der Vermittlung theoretischer Grundlagen im Steuer- und Stiftungsrecht die Gründung einer Stiftung im Vordergrund. Am zweiten Tag werden verschiedene Aspekte der praktischen Stiftungsarbeit vermittelt und mit einigen Übungen umgesetzt. Die Veranstaltung eignet sich für alle, die das Stiftungswesen kennenlernen möchten, dies als künftigen Arbeitsplatz sehen oder künftig Berührungspunkte mit Stiftungen als z.B. Fundraiser sehen.
Empfohlene Vorbereitung	Kurzrecherche über einige Stiftungen im Internet und auf der Seite des Bundesverbands Deutscher Stiftungen unter www.stiftungen.org .
Besonderes	Diese Präsenzveranstaltung findet an zwei Tagen (31.10. und 01.11.) statt. Eine Anmeldung ist nur für beide Tage möglich. Jeder PV-Tag wird als gesonderte PV mit den üblichen Gebühren abgerechnet.
Anmeldeschluss	30. September 2008

Kulturpolitik und kulturelle Infrastruktur am Beispiel der „Ruhr 2010 – Kulturhauptstadt Europas“

Informationen zu den Dozenten	<i>Prof. Dr. Oliver Scheytt</i> ist Geschäftsführer der RUHR 2010 GmbH, Kulturdezernent der Stadt Essen sowie Präsident der Kulturpolitischen Gesellschaft; seit 2006 ist er Professor am Institut KMM. <i>Marc Grandmontagne</i> ist Referent der Geschäftsführung der RUHR 2010 GmbH.
PV – Titel	Kulturpolitik und kulturelle Infrastruktur am Beispiel der „Ruhr 2010 – Kulturhauptstadt Europas“
Termin und Ort	07. November 2008, 09.00-17.00 Uhr; Essen
Kurs - Typ	Grundkurs / Einführung
Zusammenfassung	Am Beispiel der RUHR.2010 GmbH werden ausgewählte Aspekte des Kulturmanagements und der Kulturpolitik behandelt.
Inhalt und Methodik der Präsenz-veranstaltung	Im Vordergrund stehen Methoden des Projektmanagements und der Kommunikation sowie Konzentration. Im Einzelnen wird auf folgende Punkte eingegangen: <ul style="list-style-type: none">• Allgemeine Einführung• Organisations- und Personalfragen• Programmatik und deren Entwicklung• Sponsoring und Tourismusmarketing
Ziele der Präsenzveranstaltung	.Praktische Umsetzung von Kenntnissen im Kultur- und insbesondere Projektmanagement sowie der Kommunikation in äußerster Komplexität.
Empfohlene Vorbereitung	Es wird gebeten, den Aufsatz "Kultur als Organisationsaufgabe" im Handbuch "Kulturmanagement und Kulturpolitik" (Hrsg.: Friedrich Loock und Oliver Scheytt, Raabe-Verlag) von Eckart Achauer und Marc Grandmontagne zu lesen. Die Präsenzveranstaltung baut darauf auf.
Anmeldeschluss	07. Oktober 2008

Marketing und PR in Kultureinrichtungen

Informationen zum Dozenten	Dominik Hübschen ist Diplom-Betriebswirt und Diplom-Kulturmanager, derzeit tätig als Mitarbeiter der Direktion des Schauspielhauses Bochum.
PV – Titel	Marketing und PR in Kultureinrichtungen
Termin und Ort	08. November 2008, 09.30 – 17.30 Uhr, Düsseldorf
Kurs – Typ	Grundkurs / Einführung
Zusammenfassung	Die Präsenzveranstaltung führt in das Allgemeine Marketing mit PR als integralen Bestandteil unter Berücksichtigung der Besonderheiten von Kulturbetrieben ein. Die Veranstaltung soll einen ersten Überblick über die Ziele, Strategien und Mittel des Marketing geben.
Inhalt der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none">- Marketing und Kultur- der Marketing-Management-Prozess von der Zielfindung bis zur Umsetzung mit Fallbeispielen- Fallstudie zu Marketing & PR in Kulturbetrieben
Ziele der Präsenzveranstaltung	Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden das nötige Grundlagenwissen und die Fachbegriffe des Marketings nahe zu bringen. Die Teilnehmer sollen dabei das Marketing als systematischen Management-Prozess kennenlernen und dessen Anwendung vor dem Hintergrund der Besonderheiten des Kulturbetriebs kritisch reflektieren. Die Präsenzveranstaltung soll dabei unter enger Einbeziehung der Studierenden praxisrelevante Kenntnisse und ein grundsätzliches Verständnis für die Arbeitsweisen von Marketing und PR vermitteln.
Anmeldeschluss	08. Oktober 2008

Instrumente methodischer Pressearbeit

Informationen zur Dozentin	<i>Heidi Voss</i> ist Beraterin und Trainerin für PR+Kultur
Termin und Ort	Freitag, 14.11.2008, 9:30-17:30 Uhr, Popakademie Baden-Württemberg, Hafenstraße 23, 68158 Mannheim
Kurs-Typ	Vertiefungskurs/Weiterführung (Teilnahmevoraussetzungen s.u.)
Zusammenfassung	Für die Umsetzung einer Kommunikationsstrategie ist methodische Pressearbeit unabdingbar, um im Konzert aller Kommunikatoren gehört zu werden. Im Seminar werden die wichtigsten Instrumente vorgestellt und das Entwickeln von Kernbotschaften geübt. Darauf aufbauend wird eine Pressekonferenz vorbereitet und mittels Rollenspiel durchgeführt.
Inhalt der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Instrumente methodischer Pressearbeit - Entwicklung von Kernbotschaften - Die Pressekonferenz: Vorbereitung und Rollenspiel
Ziele der Präsenzveranstaltung	Ziel ist es, die Teilnehmer in einem Mix von Theorie und Praxis mit den wichtigsten Instrumenten methodischer Pressearbeit vertraut zu machen; das Rollenspiel zur Pressekonferenz bietet die Möglichkeit eigener praktischer Erfahrung in der Vorbereitung einer Presseveranstaltung sowie professionellem Auftreten und Umgang mit den Medien.
Empfohlene Literatur / (Texte zur) Vorbereitung	<p>Teilnehmer, die noch nicht über Grundlagen zu Öffentlichkeitsarbeit verfügen, können sich in folgenden Büchern einen Überblick verschaffen:</p> <p>Karl Fröhlich/Daniela Lovric: Public Relations – Effiziente Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Cornelsen 2007 – <i>Sehr kompakte und übersichtliche Einführung in die Welt der PR</i></p> <p>Norbert Schulz-Bruhdoel: Die PR- und Pressefibel – Zielgerichtete Medienarbeit, Frankfurt/M. 2007 – <i>Ausführlicher und detaillierter Ratgeber für die tägliche Praxis</i></p>
Besonderes	<p>Die Teilnehmer sollten bereits über Basis-Kenntnisse zur Öffentlichkeitsarbeit verfügen.</p> <p>Die Vorbereitung eines Fallbeispiels ist hilfreich für die Durchführung der praktischen Übung zur Pressekonferenz.</p>
Anmeldeschluss	17. Oktober 2008

Organisations- und Personalentwicklung in Kultureinrichtungen

Informationen zum Dozenten	<i>Björn Johannsen</i> ist Mitarbeiter der Metrum Management GmbH, München.
PV – Titel	Organisations- und Personalentwicklung in Kultureinrichtungen
Termin und Ort	Samstag, 15. November 2008, 9:30-17:30 Uhr in München
Zusammenfassung	Das Seminar widmet sich zunächst den theoretischen Grundelementen der Organisationsentwicklung, bevor diese in einen kulturellen Kontext, speziell aus der Berliner Kulturlandschaft, übertragen werden.
Inhalt der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none">- theoretische Grundlagen: Organisationsbegriff, organisationstheoretische Ansätze, Interdependenzen, Phasen der Organisationsentwicklung- praktische Beispiele aus der Berliner Kulturlandschaft- Gruppenarbeiten und Diskussion
Ziele der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none">- Sensibilisierung für die Notwendigkeit einer intakten Organisationsstruktur als Wettbewerbsfaktor- Fähigkeit, Organisationsmodelle zu erkennen- vertiefendes Kennenlernen einer (Berliner) Kulturinstitution
Vorbereitung	Keine Vorbereitung notwendig.
Anmeldeschluss	17. Oktober 2008

Management von Non-Profit-Organisationen

Beschreibung folgt in Kürze

Grundkurs Rechnungswesen – Schwerpunkt Buchführung

Informationen zur Dozentin	Monika Verstege Leiterin Rechnungswesen bei Tropag GmbH, staatl. gepr. Bilanzbuchhalterin
PV – Titel	Grundkurs Rechnungswesen – Schwerpunkt Buchführung
Termin und Ort	Samstag, 22.11.2008, 10.00 bis 18.00 Uhr Ort: Hochschule für Musik und Theater, Hamburg
Kurs-Typ	Grundkurs / Einführung
Zusammenfassung	Die Veranstaltung führt in die Zweige des Rechnungswesens ein und vermittelt schwerpunktmäßig die Grundlagen der Buchführung angefangen von den Buchführungsvorschriften bis hin zum Jahresabschluss.
Inhalt der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> – Zweige und Aufgaben des Rechnungswesens – Grundlagen der Buchführung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Vorschriften ○ Systeme ○ Inventur/Inventar ○ Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung ○ Jahresabschluss ○ Offenlegungspflichten Präsentation einschl. praktischer Übungen
Ziele der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung des Rechnungswesens für Unternehmen - Überblick über die Buchführungsvorschriften - Bedeutung und Inhalt der Bilanz kennen lernen - Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz verstehen
Vorbereitung	Keine Vorbereitung notwendig.
Anmeldeschluss	24. Oktober 2008

Einführung Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship

Informationen zur Dozentin	<p>Karin Fuchs-Gamböck ist Marketingspezialistin mit den Schwerpunkten Corporate Responsibility, Kultur- und Sozio-Sponsoring, Kooperationen. Sie hat langjährige Erfahrung auf Managementebene, Schwerpunkt Kommunikation, bei Medien sowie im Kultur- u. Eventbereich. Seit 2003 ist sie Geschäftsführerin einer Beratungsagentur, Fuchs-Gamböck CSR (www.fuchsgamboeck-csr.de) für gesellschaftliches Engagement. Sie berät mittelständische Unternehmen und Konzerne zu CSR Strategie; Non Profit Organisationen zu Unternehmens -kooperationen und Kommunikation. Außerdem ist sie Buchautorin: „CSR im Mittelstand – Wie Ihr Unternehmen durch gesellschaftliches Engagement gewinnt“, November 2006, Reihe economica; Hüthig;Jehle:Rehm. Sie ist Gastdozentin an der Universität Rostock; der Ludwig Maximilian Universität, München und der Hochschule für Musik & Theater, Hamburg, im Studiengang Kulturmanagement</p>
PV – Titel	Einführung Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship
Termin und Ort	28. November 2008; 9:30 – 17:30 Uhr, München
Kurs – Typ	Grundkurs / Einführung
Zusammenfassung	<p>Die Präsenzveranstaltung bietet einen Einblick in die Bereiche der Corporate Social Responsibility: Verantwortung für Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft aus Unternehmenssicht. Die Wirtschaft bietet heute vielfältige Perspektiven für eine nachhaltige Entwicklung, häufig wird sie zum Treiber für Wandel und Innovation. Die Wirtschaftsethik ist dabei zeitgemäßer denn je, denn sie gibt Antworten auf große Fragen unserer Zeit. Welche Handlungsoptionen bietet die Wirtschaft zur zukunftsfähigen Gestaltung? Wie lassen sich ökonomische Erfolge und verantwortliches unternehmerisches Handeln in Einklang bringen? Wie kann der Einzelne aktiv an der Gestaltung einer lebenswerten Zukunft mitwirken? Und in welchen Gesamtzusammenhang ordnet sich hierbei das Kultursponsoring ein?</p>
Inhalt und Methodik der Präsenz-veranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundbegriffe der Wirtschafts- und Unternehmensethik <ol style="list-style-type: none"> 1.1. CSR und CC: Das Konzept der gesellschaftlichen Verantwortung und des sozialen Engagements von Unternehmen 1.2. Sustainability (Nachhaltigkeit) 2. Die Handlungsfelder und Einflussbereiche von CSR <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Handlungsfelder von CSR 2.2. Einflussbereiche von CSR: Mitarbeiter, Markt, Umwelt und Gesellschaft 3. Motive, Ziele und Nutzen von CSR 4. Unternehmensengagement in der Gesellschaft: Corporate Citizenship <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Wofür engagieren sich Unternehmen heute? 4.2. Die wichtigsten Instrumente im CC 4.3. Modernes Corporate Citizenship an Beispielen des Kultursponsoring 5. Besonderheiten der CSR Kommunikation

	5.1. Interne und externe Kommunikation 5.2. Evaluation und Reporting
Ziele der Präsenzveranstaltung	Ein Ziel ist zunächst, dass die Studierenden die gebräuchlichen Begriffe des CSR kennen und in die Nachhaltigkeitsdiskussion einordnen lernen. Weiter wird ein praktisches Instrumentarium im Bereich Corporate Citizenship, dem gesellschaftlich Unternehmensengagement, vermittelt, anhand zahlreicher Praxisbeispielen geklärt und seine Anwendung eingeübt. Die Teilnehmer sollen die vielfältigen Bereiche, Potentiale und Ziele nachhaltigen Wirtschaftens erkennen, ein Verständnis für Zusammenhänge zwischen Mitarbeiter, Markt, Umwelt und Gesellschaft entwickeln, um reflektiert mit dem Bereich Kultursponsoring umgehen zu können.
Empfohlene Vorbereitung	Auf vielen Webseiten größerer Unternehmen finden sich ausführliche Informationen zu den Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit, Gesellschaftliche Verantwortung, CSR und Corporate Citizenship. Nachhaltigkeitsberichte stehen zum Herunterladen bereit.
Besonderes	Die Teilnehmer können Beispiele zu CSR und Unternehmensengagement mitbringen, die wir gemeinsam besprechen.
Anmeldeschluss	28. Oktober 2008

Kommunikation

Information zum Dozenten	Michael Esser ist Autor, Regisseur, Dramaturg, kreativer Geschäftsleiter eines Hörbuchverlages, Kommunikationsberater
PV – Titel	Kommunikation
Termin und Ort	29. November 2008, 10:00 – 18:00 Uhr, Berlin
Kurs-Typ	Grundkurs/Einführung
Zusammenfassung	Die Präsenzveranstaltung führt ein in die Grundlagen von Kommunikationsstrategien und kommunikationskulturellen Aspekten – Dramaturgie und Inszenierung – WAS wird kommuniziert und WIE wird es kommuniziert?
Inhalt der Präsenzveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> ○ Theorien und Methoden der Analyse von Sender-Empfänger Prinzip, Wahrnehmungs- und Rezeptionsverhalten von „Zielgruppen“ ○ Grundlagen des Storytelling, der Inszenierung und dramaturgischer Aspekte der unterschiedlichen Medien. ○ Übung / Gruppenarbeit / Diskussion
Ziele der Präsenzveranstaltung	Kenntnis und Verständnis der Grundlagen von Kommunikationsphänomenen, u.a.: <ul style="list-style-type: none"> ○ Warum ist dieser ein Star und jener nicht? ○ Wieso funktioniert dieses Unternehmen in so vielen Aspekten gut und jenes in so vielen Aspekten nicht gut? ○ Wie erkennt man ein gutes Konzept, Exposé und Treatment? ○ Wie werden Botschaften optimal gesendet? ○ Wann können Botschaften verstanden werden und wann nicht?
Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lockerer Überblick zur Götterwelt der griechischen Mythologie ○ Best of YouTube der letzten 4 Wochen ansehen
Anmeldeschluss	31. Oktober 2008