

Rahmenplan Digital Media Manager (vame) / Medienfachwirt (Digital) (IHK)

Zielmanagement, Coaching, NLP	Check yourself! Was will ich? Was habe ich für Ziele? Wie kann ich diese erreichen?
	Die Abläufe eines Coachingprozesses, das Repertoire eines Coachs, Gruppen- und Teamcoaching, Zielmanagement, Grundlagenwissen NLP
Storytelling	Workshop: professionell Geschichten erzählen, die nachhaltig Wirkung zeigen: wie geht das?
Lern- und Arbeitsmethodik	Die Lern- und Arbeitsmethodik in ihrer Bedeutung für das „Lernen zu lernen“ erkennen
	Subjektive und objektive Rahmenbedingungen erkennen und deren Einfluss auf das Lernen berücksichtigen: Motivation, Lerntypen, Lernrhythmus, Lernumgebung
	Lerntechniken anwenden: Lernstoff erfassen (Quellen kennen, Protokolltechniken anwenden), Lernstoff strukturieren und ordnen (Darstellungstechniken anwenden, Gliederungstechniken anwenden), Lernstoff reduzieren und zusammenfassen, Lernstoff lernen und wiederholen
	Zeit- und Themenplanung anwenden: Zeitmanagementmethoden überblicken, Möglichkeiten der Themenplanung kennen
	Lernmethoden und eingesetzte Lernmedien überblicken: Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Rollen- und Planspiele, CBT, Flip-Chart, Pinnwand, Projektoren, audiovisuelle Medien
	Gruppenarbeit praktizieren: Organisationsformen und Einsatzmöglichkeiten kennen, Probleme wahrnehmen und Lösungsmöglichkeiten beurteilen (Rollen, Kommunikationsregeln, gruppenspezifische Prozesse)
	Grundlagen der Rede- und Präsentationstechniken anwenden: Sprechtechniken und Artikulation, Statements und/oder Präsentationen vorbereiten (Aufbau, Layout), Manuskripte unter Berücksichtigung der Zielgruppe erarbeiten, Vortrags- und Berichtstechniken, Diskussionstechniken

Kundenmanagement	Kunden und Zielgruppen, Kundenorientierte Strategien: Planung, Kennzahlen, Organisation, Wettbewerb, Kundenerwartungen und Angebotsrealität, Bedeutung der Kundenorientierung für ein Unternehmen und seine Mitarbeiter, Kundenbeziehungen, Kundenbindungs- und Kundenrückgewinnungsmanagement, Beschwerdemanagement
Recht	Staatsorganisationen, Staatsorgane, Freiheitsrechte, Gleichheitsrechte, Rechtsgebiete, Europarecht, Strafrecht, Privatrecht / Wirtschaftsrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht, Wettbewerbsrecht, EU-Kartellrecht, Arbeitsrecht kompakt, Vertragsrecht, Presse- und Persönlichkeitsrecht, Haftungsrecht
Wissens- und Informationsmanagement	Informationsbedarf, Wissens- und Informationsmanagement, organisationales Lernen, Modelle und Ansätze, Führungskonzepte, Strategien, Ansprüche, Wissensverlust, personelle Funktionen, Action Learning, Dokumentationen technologische Instrumente
Marktforschung	Marktforschung, Marktinformationen aus Sekundärquellen, Marktinformationen durch Primärforschung, Marktdaten und Informationen, Prognosetechniken, Kennzahlen zur Charakterisierung des Marktes, Marktsegmentierung, Zielgruppen und Kaufverhalten, Marktforschungsbericht und -präsentation.
Marketingmanagement	Unternehmensphilosophie und Corporate Identity, Marketingziele und -situation in Bezug auf Ergebnisse der Umfeldanalyse, Marketingstrategie, alternative Marketingstrategien, Integration der Marketingstrategie in die Marketingorganisation, Corporate-Social-Responsibility-Konzept, produktspezifische- bzw. dienstleistungsbezogene Ziele und Zielgruppen, Marketingmaßnahmen, Planungs- und Steuerungstechniken, Teilziele, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogene Marketingorganisation, Produkt- bzw. Dienstleistungsmanagement, Arten des Marketing, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogener Marketing-Mix, Instrumentarium des Marketing-Mix, Produkt-, Programm- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik, Prozesspolitik, Zielerreichungsgrad, Planungs- und Steuerungstechniken zur Kontrolle, Ursachenanalyse unter Berücksichtigung der Zielhierarchien, Optimierungsmaßnahmen, Marketingprozesse, Qualitätsmanagement im Marketing, am betrieblichen Umsetzungsprozess mitwirken

Präsentation	Die Kunst der guten Rede, erfolgreich präsentieren, Regeln für ein faires Feedback, Präsentationen gestalten, Zielgruppen, Drehbuch, Körpersprache, Lampenfieber & Blackout, die Rede, das Gespräch, Grundlagen der Visualisierung, Grafiken & Symbole, Rhetorik
Print- und Digitalmedienproduktion	Arten und Verwendung von Printmedien, Produktionsprozesse der Printmedienproduktion, Arten und Verwendung von Digitalmedien, Produktionsprozesse der Digitalmedienproduktion, Einsatzbereiche der Produkte sowie Prozesse der Print und Digitalmedienproduktion, Kundenwünsche und Auftragsanforderungen auf Umsetzbarkeit, Auftragsplanung, Datenmanagement, Intermediale Konzepte, Workflowmanagementsysteme, Projektmanagementsysteme, Prozessoptimierung/ Prozessanpassung, Innovationsmanagement, Möglichkeiten der intermedialen Produkte/Produktionen, Beratung von Kunden über mögliche intermediale Produkte, Konzepte, innovative Print- und Digitalprodukte unter Berücksichtigung intermedialer Gesichtspunkte, Kundenpräsentationen, Bestimmung des Investitionsbedarfs, Anforderungen an Investitionen, Informationsgewinnung über Anbieter/Marken/Maschinen, Angebote, Lieferantenauswahl, Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz, Gesundheitsschutz, Umweltschutz, Einhaltung von Schutzmaßnahmen
Digitalmedien	Definition von Kunden- und Auftragsanforderungen, Gestaltungskonzept und technische Konzeption, Zielkundensegmentierung, Web-to-Publish-Systeme, Intermediale Produktionswege, Medienkanäle, Kampagnenmanagement, Inboundmarketing, Affiliate-Marketing, Selling-Strategien, Kalkulation, Vorgehensmodelle, Projektvisualisierungsmethoden, Projektmanagementsysteme, -software, Release-Zyklen, Dokumentenmanagement, Dokumentationsmethoden, Zeitmanagement, Entwicklerumgebungen, in das Medienprodukt eingebundene Software, Auswahl des Hostings und des Providers, Anforderungen des live Streaming, Aufbau von Gestaltungskonzeptionen, Gestaltungsergebnisse anhand von Kriterien, Formulardesign, Ausgabesysteme, Navigation, Eigenarten der verschiedenen Eingabesysteme, Bots, Assistenten, Prüftechniken, Testarten, Teststufen, Testdurchführung, Go-live, Updates, IT-Sicherheit

<p>Vertriebsmanagement</p>	<p>Grundlagen, Vertriebssysteme, der Kaufentscheidungsprozess des Kunden, potenzialorientierte Kundensegmentierung, Analyse der aktuellen Vertriebssituation nach innen / außen, Entwicklung und Planung von Vertriebszielen, Zielvereinbarungssysteme, Vertriebsprozesse, Vertriebsaktivitäten, die Angebotserstellung, Trends und Benchmarks im Vertrieb, Tools / Methoden und Techniken im Vertriebswesen, die Vertriebsfunktion im internationalen Umfeld, Vertrieb und Verkauf als Schnittstelle zum Kunden, Vertriebsmanagement, Customer Relationship Management, Entwicklung von Strategien (z. B. Marktdurchdringung, Marktentwicklung), Einflussfaktoren, Kommunikation im Vertrieb, Verhandlungen führen, Vertriebswegemanagement, Innendienst, Außendienst, Vergütungsformen</p>
<p>Projektmanagement</p>	<p>Organisation des Projektes, Ziele definieren - Ziele erreichen, Projektplanung, Projektstrukturplan, Ablauf- und Terminmanagement, Aufwandschätzung, Projektsteuerung, Kostenpläne, Risiken, Projektdurchführung Kontrolle</p>
<p>Controlling</p>	<p>Marketingcontrolling als Instrument der Unternehmensführung, Übereinstimmung von strategischen und operativen Marketingprozessen, Controllinginstrumente, Marketing-Audit, Aufgaben, Steuerung, Früherkennungssysteme, Aufbau eines Controllingkonzeptes, Ergebnisse, Schlussfolgerungen, Marketingkonzeption, -organisation und -prozesse, Auditdokumentation</p>
<p>Qualitätsmanagement</p>	<p>Arten von Arbeitssystemen, Grundsätze der Gestaltung des Arbeitsplanes und Arbeitsvorgangs, Aufgaben der Bedarfsplanung, Auftragsdisposition, Produktionsplanung, Ermittlung und Definition von betrieblichen Prozessen, medienspezifische Konzepte, Planungstechniken, Analysemethoden, Qualitätsziele, Qualitätsmanagementmethoden, Werkzeuge und Methoden im Qualitätsmanagement, statistische Methoden im Qualitätsmanagement, Verteilungen und Verteilungsfunktionen qualitativer und quantitativer Merkmale, Controlling</p>
<p>Media (Print & TV + Radio)</p>	<p>Auflagen und Auflagerten (Print), Kennziffern, Seeherrschaft, Hörerschaft, Kinobesucher, Mediengattungen, Medialeistung (Tageszeitungen), Medialeistung (Publikumszeitschriften), Medialeistung (Fachzeitschriften), Medialeistung TV-Werbung, Medialeistung Kinowerbung, Außenwerbung, Mediaplanung, Radio: das unterschätzte Medium, Werbeformen im Radio, alternative Sonderwerbeformen, das Radio und das Internet</p>

Direktmarketing / Dialogmarketing	Erscheinungsformen, Instrumente, Möglichkeiten des Direktmarketings im Internet, Konzeption, Planung, Kundenclubs, Telefonmarketing, Aufbau einer Datenbank
Bewegtbild, Video, Virtual Reality, Podcast	Möglichkeiten, Gestaltung, technische Umsetzung, Formate
Public Relations & Text	Texte verfassen und analysieren, Public Relations, das Geschäft um die Aufmerksamkeit, der Kontakt zu Journalisten, Instrumente der Presse- und Medienarbeit, Verbände, AKTION-Formel, PR Evaluation in der Praxis, Medienethik, Lügenpresse, Erfolgsgarantien
Messe- und Kongressmanagement	Messen im Marketing-Mix, Messeziele, die Bedeutung des Wettbewerbs, Messeplanung, die rechnerische Planung & Nacharbeit, Versicherungen, Messestände & Standplätze, Organisatorisches, Messerfolgskontrolle, der Trend zum Event, Messedekorationen, Verkäufermeetings und Tagungen
Sponsoring	Möglichkeiten, Entwicklung, Bereiche, Sponsorenakquisition, Typen, Artenunterschiede, Product Placement, Konzeption, Sponsoringverträge
Kreation & Konzeption	Corporate Baustelle, Bilder, Bildinterpretation, Corporate Design, Basiswissen Typografie, Farbenlehre, Formen & Maße, Konzeption: Briefing Recherche, Ziele, Zielgruppen, Kampagneninhalte, Strategie, Taktik, Präsentation & Dokumentation
Online- und Mobilemarketing / Neue Medien	E-Commerce, Online-Werbung, E-Mail-Marketing, Mobile-Marketing
Social Media Management / Neue Medien	Social Media Strategie, Konzeption, Monitoring, Tools
Verkaufsförderung & Promotion	Die Bedeutung der Verkaufsförderung, Mittel und Maßnahmen, Planung, Konzeption, Durchführung, Kontrolle

Persönlicher Verkauf	Der Soft- und Hardselling-Ansatz, der Verkaufsprozess, Argumentation, Produktpräsentation, das Verkaufsgespräch, Kundenbesuche
Kommunikation	Situationsbezogene Kommunikation, der Kommunikationsbegriff, Kommunikationsmodelle, Kommunikation & Sprache, integrierte Unternehmenskommunikation, Analysen im Rahmen der Kommunikationsstrategie, das Kommunikationskonzept, Copy Strategy, kritische Beurteilung von Kommunikationsstrategien
BWL / VWL	Aufgaben der BWL, Betriebe und Unternehmen, Unternehmensführung, Managementaufgaben, Informationswirtschaft, betriebswirtschaftliche Ansätze, Finanzwirtschaft, Gewinnschwelle, Gewinngrenze, Betriebsoptimum und kurzfristige Preisuntergrenze, der Qualitätsbegriff, Produktionswirtschaft, Einführung in die VWL, Mikro- und Makroökonomie, Bedürfnisse, Bedarf, Knappheit, das Ökonomische Prinzip, Güter & Dienstleistungen, Produktionsfaktoren, der Wirtschaftskreislauf, der Markt und sein Mechanismus, Geld & Geldmarkt, der Arbeitsmarkt, soziale Sicherung, Wirtschaftsordnungen, die Konjunktur, das gesamtwirtschaftliche Gleichgewicht, Instrumente der Wirtschaftspolitik, internationale Wirtschaftsbeziehungen & Globalisierung
Finanzwirtschaftliche Steuerung	Controlling, Budgetierung, Aufbau eines kennzahlengesteuerten Managementinformationssystems, Steuerung und Beschaffung von Mitteln, Kapitalbedarfsermittlung, Kapitalbedarfsdeckung, Lenkung der Mittelverwendung, Prozesskostenrechnung
Organisation	Unternehmensorganisation, Marketingorganisation, Arbeitsorganisation, Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Büroorganisation, die persönliche Arbeitsmethodik, Organisationsstrukturen international tätiger Unternehmen
Datenschutz	Begriff Datenschutz, maßgebliche Bestimmungen, Grundsätze beim Schutz personenbezogener Daten, Datenschutzbeauftragte und Aufsichtsbehörden. Medienprivileg

Personalmanagement	<p>Personalbedarfsermittlung, Methoden der Bedarfsermittlung, Maßnahmen zur Personalgewinnung, Strategie und Instrumente der Personalgewinnung, Funktionsbeschreibungen, Anforderungsprofile für die Ausübung von Tätigkeiten unter Berücksichtigung individueller Eigenschaften, Qualitätsansprüche, Bedeutung von Stellenbeschreibungen und Stellenplanungen, Stellenbeschreibungen unter den Aspekten der Personalplanung, Stellenbesetzung und Nachfolgeplanung, rechtliche Bedingungen, Methoden und Mittel zur Führung von Mitarbeitern, Dynamik der Zusammenarbeit im Betrieb, Team-/Gruppenstruktur und -verhalten, Team-/Arbeitsleistung, kontinuierlicher Verbesserungsprozess, Bewertung von Verbesserungsvorschlägen, Personalentwicklung als unternehmerisches Steuerungselement, strategische und individuelle Personalentwicklung, Personalentwicklungsbedarf, Maßnahmen der Personalentwicklung, Entwicklungsmaßnahmen nach Vereinbarung, Qualifizierungsergebnisse bezogen auf Entwicklungsziele, Planung, Organisation und Durchführung der Ausbildung, Faktoren der beruflichen Entwicklung, Beratung und Unterstützung der Mitarbeiter, Maßnahmen der Mitarbeiterentwicklung, Mitarbeiterbeurteilung</p>
Unternehmens- und Menschenführung	<p>Anwenden von situationsgerechten Führungsmethoden, Führungsaufgaben, Führungstechniken und Führungsinstrumente, Planen und Durchführen der Berufsausbildung, Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeitern, Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes, Mitarbeitermotivation</p>
Konfliktmanagement	<p>Konfliktarten, Konflikte in Unternehmen, Verhaltensweisen in Konflikten, Eskalation / Deeskalation, Tools</p>
Rechnungswesen	<p>Geld & Währung, die grundlegenden Aspekte des Rechnungswesens, Bilanzierung und Bewertung, Finanzbuchhaltung, die Kosten- und Leistungsrechnung, Kostenstellenrechnung, Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen, Veranstaltungskalkulation, Deckungsbeitragsrechnung, Beurteilen und Anwenden von Methoden der Zeitwirtschaft, Erstellen und Auswerten der Betriebsabrechnung, Fördern des Kostenbewusstseins der Mitarbeiter</p>
Steuerwesen	<p>Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuerklassen, Lohnsteuerpflichten, Buchführungspflichten, Unternehmenssteuern</p>
Business English	<p>Optional: 3 x 30 Min Einzeltraining im virtuellen Klassenzimmer</p>