

Herbst 2024

**Kompaktkurs
Corporate Online
Content
Producer/in**

Das Wichtigste in Kürze

Digitale Transformation als Mindset

Wir lernen, wie Redaktionsteams Design Thinking, Agile Scrum und Lean Prototyping einsetzen, um Content-Projekte effizienter zu konzipieren und organisieren. Mit UX-Writing haben wir die Methode der Wahl zur Hand, um das in der Fachliteratur geforderte Bewusstsein der Content-Autoren/innen für die Lebens- und Erlebniswelt der User/innen im Kreativprozess fest zu etablieren.

Technologie und Handwerkliche Skills

Wir erfahren mehr über die Technologie von Website, Blog, Newsletter, Apps und Social Media als zentrale Bestandteile im Medienmix einer zeitgemässen Onlinekommunikation. Wir trainieren unsere Fertigkeiten für webgerechtes Schreiben und setzen uns mit visuellen Formaten wie Videos und Infografiken auseinander. Zum Schluss lernen wir mit definierten Kenngrössen unsere Onlineaktivitäten zu evaluieren.

Praxistransfer und Networking

Während des Kompaktkurses verfassen alle Teilnehmenden eine Praxisarbeit, in der wir das Gelernte reflektieren und mit einem konkreten Bezug auf Ihr Unternehmen anwenden. Wir erweitern unser persönliches Netzwerk nicht nur mit den anderen Kursteilnehmenden in der eigenen Klasse. Die Module, Modulen 1 und 6 sowie den Abschlusstag erleben wir gemeinsam mit unseren Kollegen und Kolleginnen vom Kompaktkurs Social-Media Content Producer/in.

Daten und Fakten

Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">– Personen, die im Unternehmen für den inhaltlichen Betrieb der digitalen Kommunikationsinstrumente zuständig sind: Web-Redaktoren/innen und Autoren/innen für Corporate Online Content– Personen, die in einem Corporate-Web-Relaunch-Projekt aktiv sind oder demnächst ein Projekt dieser Art planen– Personen, die das digitale Redaktionsteam führen und für die strategische Weiterentwicklung und Optimierung der digitalen Kommunikationskanäle in der Verantwortung stehen.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none">– Sie verstehen die notwendigen Voraussetzungen für eine stimmige Onlinekommunikation.– Sie konzipieren den digitalen Auftritt Ihrer Organisation und kennen die praktischsten Werkzeuge dafür.– Sie kennen den Begriff Digital Corporate Publishing und die zentralen Aspekte des digitalen Storytellings.– Sie erweitern Ihre Kompetenzen im Umgang mit den wichtigsten Online-Tools.– Sie schreiben souverän Texte fürs Web und wissen visuelle Formate wie Infografiken und Web-Videos einzusetzen.– Sie messen die Wirkung der Onlinekommunikation und leiten Verbesserungsmassnahmen ein.– Sie beraten und unterstützen Kolleginnen und Kollegen bei der Produktion und Konzeption von digitalem Content.
Methode	<ul style="list-style-type: none">– Methodisch-theoretische Inputs mit Praxisbezug– Einzel- und Gruppenübungen in Workshopatmosphäre– Werkstattgespräche– Schriftlicher Leistungsnachweis (Abschlussarbeit) zu einem konkreten Projekt.
Gruppengrösse	Maximal 12 Teilnehmende
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein MAZ-Zertifikat, wenn sie mindestens 80% des Präsenzunterrichts besucht haben und ihre Praxisarbeit angenommen wurde.
Start/Ende	20. August 2024 bis 10. Dezember 2024
Kursdauer	12 Tage
Termine	Die Termine der Module finden Sie im «Programm» auf den Folgeseiten. Module 2 bis 5 können als Einzelseminare gebucht werden.
Anmeldeschluss	20. Juli 2024
Kosten	Ersichtlich auf der Kursausschreibung der MAZ-Website

Kursnummer	K123828
Studienleitung	Beat Rüdt, Studienleiter MAZ, beat.ruedt@maz.ch
Dozierende	<ul style="list-style-type: none">– Marc Leuzinger, Multimedia Spezialist– Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation, beyonder.ch– Pascal Fessler, Webvideo-Spezialist, Longtailmedia GmbH– Thomas Mauch, Berater für Online-Kommunikation, Content Marketing und Social Media, triftig.ch– Angela Meyer, UX Writerin, Liip AG– Nadia Meier und Carmen Candinas, Content Strategist & Customer UX, unic– Alex Hämmerli, Senior PR Manager & Teamleader, Digiteg Galaxus– Christine Zimmermann, Kommunikationsdesign- und Visualisierungsspezialistin, hahn+zimmermann ag– Weitere Dozierende aus der Praxis
Administration	Claudia Meier, claudia.meier@maz.ch , +41 41 226 33 40
Stand	22. Mai 2024, Änderungen vorbehalten

Programm

1. Modul

20. August 2024
(Di) **Konzeptmethode für die digitale Transformation**

Marc Leuzinger, Multimedia Spezialist

Mit DesignThinking verschaffen wir uns ein exaktes Bild der Lebenswelt unserer Zielgruppen, wir entdecken Bedürfnisse und machen Selbsterfahrungen, die uns dabei helfen von Herausforderungen zu Lösungen zu kommen. Das simple Regelwerk von Agile Scrum unterstützt uns dabei, die Komplexität von digitalen Content-Projekten zu reduzieren und das Ressourcenmanagement zu optimieren. So können wir Deadlines auch immer einhalten, ohne zu sehr unter Druck zu geraten. Das Mindset des Lean Prototyping lässt uns schneller ans Publikum gelangen als bisher und wir profitieren dabei zusätzlich vom Dialog mit Early Adoptern/innen.

2. Modul

12. und 13. September
2024
(Do und Fr) **UX-Writing Konzipieren und Schreiben**

*Nadia Meier und Carmen Candinas Content Strategist & Customer UX, unic
Angela Meyer, UX Writerin Liip AG*

UX-Writing befasst sich interdisziplinär mit der menschlichen Erfahrung im Umgang mit Informationen im prozessualen Kontext. In diesem Kurs befassen wir uns mit zwei Kernaspekten: Die strategischen Implikationen für die Content Creation behandeln wir am ersten Tag und die operative Umsetzung steht im Zentrum des zweiten Tags. Den Auftakt gestalten wir mit einem Einblick in den Alltag einer UX-Writerin und erkennen dabei den Unterschied zum Copy- oder Marketingwriting. Danach tauchen wir tief in die Welt der Kognition und Psychologie ein, wir verstehen das Konzept der Mentalen Modelle und lernen dabei, wie wir dank strategischem UX-Writing nicht nur die Ziele von Unternehmen, sondern auch von den Nutzenden erreichen können.

3. Modul

23. bis 25. September
2024
(Mo bis Mi) **Website – Die digitale Zentrale richtig aufbauen**

*Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation,
beyond.ch*

Wie konzipiere ich eine nützliche Webseite? Welche -Features sind bei Nutzerinnen und Nutzern beliebt? Wir zeigen Ihnen, wie Sie mit Blick auf die Nutzerbedürfnisse Schritt für Schritt Struktur, Inhalt und Design einer Website optimal aufeinander abstimmen und mit der Peripherie wie z. B. Newsletter verbinden. Wir verschaffen Ihnen einen Überblick zu den grundlegenden Mechanismen bei der Suchmaschinenoptimierung und führen Sie in das Thema Chatbots und Marketing-Automation ein. In kurzen Übungen lernen Sie nützliche Tools zur Standortbestimmung Ihrer eigenen Inhalte kennen.

4. Modul

3. Oktober 2024
(Do)

Digital Publishing – Medienplanung und Storytelling

Thomas Mauch, Berater für Online-Kommunikation und Social Media, triftig.ch
Redaktionelle Gefässe wie Blogs, Onlinemagazine, Newsletter oder News-Apps sind zentrale Bestandteile im Medien-mix der modernen Onlinekommunikation. Thomas Mauch von triftig.ch zeigt, wie wir aus einem Inhalt für unserm Off-line-Kundenmagazin auch unsere digitale Community unterhalten können, ohne dass es langweilig oder redundant wird. Wir sehen Beispiele, wie ein Thema für verschiedene digitale Kanäle aufbereitet werden kann. Basis für den Workshop-Teil des Seminars bilden Ihre eigenen Publikationen, die Sie gerne mit in den Kurs bringen. Gemeinsam reflektieren und optimieren wir sie in kurzen Übungen.

5. Modul

21. und 22. Oktober 2024
(Mo und Di)

Content Creation – Videos und Infografiken

Pascal Fessler, Webvideo-Spezialist, CEO Longtailmedia GmbH
Christine Zimmermann, Kommunikationsdesign- und Visualisierungsspezialistin, hahn+zimmermann ag

Für guten Online Content gelten spezielle Regeln, die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzerinnen und Nutzer ist kurz, die Konkurrenz gross und nur einen Klick entfernt. Wir vermitteln Ihnen mit kurzen Übungen die richtige Herangehensweise an Ihre Videos und Infografiken, gerne dürfen Sie Arbeitsproben für die Besprechung im Plenum mit unseren Fachexperten/innen mitbringen. Gemeinsam mit Christine Zimmermann von hahn und zimmermann ag erlernen wir die Grundlagen der Infografikkonzeption und -produktion. Und mit Pascal Fessler von longtailmedia.ch lernen wir, wann und wie wir Bewegtbilder einsetzen sollten. Wir besprechen gemeinsam, wie eine Geschichte aufgebaut sein muss, damit sie im Video funktioniert und vermitteln das Grundwissen zum Thema Videoproduktion und Animationen in Theorie und Praxis.

6. Modul

14. und 15. November
2024
(Do und Fr)

Analytics – Corporate Web und Social-Media

*Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation,
beyond.ch*

Ein erfolgreiches Engagement in digitalen Medien besteht aus einem fortlaufenden Prozess des Zuhörens, Analy-sierens und Optimierens. Dafür gibt es prozessuale und organisatorische Voraussetzungen. Im zweitägigen Seminar führen wir Sie durch das Universum der digitalen Analysetools für Corporate Web Pages und soziale Medien. In kurzen Übungen vermitteln wir Sicherheit im Umgang mit diesen Werkzeugen und helfen Ihnen, die Situation im eigenen Unternehmen mit den richtigen Kennzahlen zu bestimmen. Daraus können Sie Optimierungsziele formulieren und diese an die richtigen Stellen adressieren.

Abschlussstag

10. Dezember 2024
(Di)

Präsentation der Abschlussarbeiten

Beat Rüdt, MAZ-Studienleiter

Am letzten Tag stehen Sie und Ihre Mitkommilitonen/innen im Zentrum. Gemeinsam mit der Klasse des Kompaktkurses Social-Media Content Producer/in präsentieren wir uns gegenseitig unsere Abschlussarbeiten in unseren jeweiligen Fachgebieten. Jeder Kursteilnehmer/in bekommt 15 Minuten für seinen Auftritt und so wird der finale Tag zu einer kleinen Fachtagung mit kollegialem Networking.

MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation

Portrait	<p>Das MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation wurde 1984 gegründet und gilt heute als das führende Schweizer Kompetenzzentrum für Journalismus und Kommunikation.</p> <p>Am MAZ bilden sich Journalistinnen und Journalisten aller Genres aus, erhalten erfahrenen Berufsleuten Weiterbildungen in diversen Kompetenzfeldern und werden Redaktionen und Teams gecoacht.</p> <p>Kommunikationsverantwortliche sowie Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung können am MAZ ihre rhetorischen, analogen, digitalen und visuellen Kommunikationskompetenzen schärfen.</p>
Mission	<p>Wir befähigen Journalistinnen und Journalisten sowie Kommunikationsfachleute, sich in einem rasch wandelnden Umfeld und in Zeiten starker Veränderungen weiter zu entwickeln. Glaubwürdigkeit, Professionalität und die Nähe zur Praxis sind unsere Maximen.</p>
Leitbild	<p>Das MAZ ist in der Branche verankert, unsere Träger sind die Schweizer Verleger, die SRG SSR, diverse Berufsverbände sowie Stadt und Kanton Luzern. Wir orientieren uns an den international anerkannten Berufsstandards sowie an neusten Erkenntnissen der Wissenschaft.</p> <p>In engem Austausch mit der Medien- und Kommunikationsbranche loten wir die Bedürfnisse des Marktes aus und richten uns danach.</p> <p>Unsere Erfolgsfaktoren sind unsere Unabhängigkeit, die hohe Qualität des Angebots, den Unterricht in kleinen Gruppen, die Innovationskraft und Kompetenz der Mitarbeitenden sowie die Praxisnähe der Dozierenden.</p>
Kontakt	<p>MAZ – Institut für Journalismus und Kommunikation Murbacherstrasse 3 6003 Luzern +41 41 226 33 33 office@maz.ch www.maz.ch</p>