

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft

Certificate of Advanced Studies CAS

Internal Communication

Institut für Kommunikation und Marketing IKM



Ziele

Die Studierenden erwerben im Rahmen des Certificate of Advanced Studies CAS in Internal Communication grundlegende Kenntnisse im Bereich interne Kommunikation und Führung. Sie sind in der Lage, Strategien und Konzepte zu entwickeln und umzusetzen, die der komplexen Realität in Unternehmen und Organisationen gerecht werden. Die Studierenden kennen die Eigenheiten von Instrumenten und Medien der internen Kommunikation und können situationsgerecht Massnahmen planen, welche der Information, Interaktion, Integration und Motivation der Mitarbeitenden dienen. Ferner stärken die Studierenden ihre eigenen Kommunikations- und Führungskompetenzen. Sie sind in der Lage, als Spezialist/in, Berater/in und Coach andere Führungskräfte in deren Kommunikationsaufgaben zu unterstützen.

Konzept

Innerhalb des berufsbegleitenden CAS Internal Communication werden an 24 Tagen sieben Themengebiete aus allen Bereichen der internen Kommunikation umfassend behandelt. Der vier bis fünf Monate dauernde Kurs Internal Communication kann durch den Besuch zweier weiterer CAS-Kurse sowie die Absolvierung eines Diplomsemesters zu einem Master of Advanced Studies MAS in Communication Management ausgebaut werden. Aktuell werden dafür neben dem CAS Internal Communication folgende CAS-Kurse angeboten: Strategic Communication, Corporate Communication, Marketing Communication, Brand Management und Online Communication and Marketing.

Zielpublikum

Das CAS Internal Communication richtet sich an Mitarbeitende in Unternehmen und Institutionen sowie Agenturen, die in der Regel bereits Erfahrung in der internen Kommunikation haben oder diese Aufgabe in der Zukunft verstärkt wahrnehmen möchten. Angesprochen sind vor allem PR-, Medien- und Informationsverantwortliche sowie Verantwortliche für die interne Kommunikation oder Teilbereiche davon. Geeignet ist das CAS Internal Communication ferner für Personalverantwortliche sowie Spezialisten aus der Organisations- und Unternehmensentwicklung und Beratende in Agenturen.

Ort

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der Hochschule Luzern – Wirtschaft statt. Der Studienort direkt am Bahnhof ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen, bietet diverse Parkmöglichkeiten und verfügt über modernste Infrastruktur.

Aufnahmebedingungen und Zahl der Studierenden

Voraussetzungen für die Aufnahme in das CAS Internal Communication sind eine mehrjährige Berufserfahrung im Kommunikationsbereich oder in einem angrenzenden Tätigkeitsgebiet sowie der Abschluss einer Hochschule (Universität oder Fachhochschule) oder eine gleichwertige Qualifikation. Eine Klasse umfasst in der Regel 24 Studierende.

Abschluss und Titel

Die Studierenden erhalten nach dem erfolgreichen Abschluss des CAS Internal Communication ein Zertifikat der Hochschule Luzern mit der Bezeichnung «Certificate of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Internal Communication». Wird es mit dem Abschluss zweier weiterer CAS-Kurse sowie des Diplomsemesters zum MAS Communication Management ergänzt, erhalten die Studierenden ein eidgenössisch anerkanntes Diplom. Sie sind berechtigt, den Titel «Master of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Communication Management» zu tragen.

Umfang und Kosten

Umfang: 200 Lektionen
Kosten: siehe Anmeldeformular

Start und Unterrichtstage

Starttermine: siehe Anmeldeformular
Unterrichtstage: Freitagnachmittag und Samstag, jeweils 8 Lektionen

Anmeldung

Bitte senden Sie das Anmeldeformular für das CAS Internal Communication bzw. für den Einstieg in den MAS Communication Management an das Sekretariat Institut für Kommunikation und Marketing IKM, Zentralstrasse 9, Postfach 2940, 6002 Luzern, ikm@hslu.ch

Ansprechpartnerin

Prof. Dr. Jacqueline Holzer
Leiterin CAS Internal Communication
T +41 79 209 05 88
jacqueline.holzer@hslu.ch

Administration

T +41 41 228 99 50
ikm@hslu.ch

Kursinhalte

| Themengebiet 1 | 5 Tage, 40 Lektionen

Grundlagen der internen Kommunikation I: Unternehmen, Strategie und Führung

Unternehmen als komplexes System; Wirkung und Wirklichkeit von Kommunikation; Bezugspunkte, Zweck und Funktion der internen Kommunikation; Organisation und Aufgabenfelder; Entwicklungen und Trends; Strategischer Planungsprozess; Entwicklung eines Kommunikationskonzepts; Führungs- und Motivationstheorien; Führungskultur und -techniken; Führungsentwicklung; Controlling

| Themengebiet 2 | 2 Tage, 16 Lektionen

Grundlagen der internen Kommunikation II: Interkulturelle Kommunikation

Kulturelle Prägung; Modelle/Ergebnisse interkultureller Forschung; Problemfelder aus dem betrieblichen Alltag; Gestaltung der internen Kommunikation im interkulturellen Umfeld; Förderung interkultureller Kompetenzen

| Themengebiet 3 | 1 Tag, 8 Lektionen

Instrumente und Medien der internen Kommunikation I: Mitarbeiterzeitschriften

Entwicklungen im Corporate Publishing; Ziel, Zweck und Einsatzmöglichkeiten von Mitarbeiterzeitschriften; Organisation, Planung und Budgetierung; Gestaltung/Layout; Themenauswahl; Qualitätskriterien

| Themengebiet 4 | 3 Tage, 24 Lektionen

Instrumente und Medien der internen Kommunikation II: Intranet und Wissensmanagement

Einsatz und Nutzungsformen von Online-Medien; Aufbau und Gestaltung eines Intranets; Multimedia- und Social-Media-Elemente in der internen Kommunikation (Vodcast, Podcast, Blogs, Wikis, Foren); crossmediale Vernetzung von Print und elektronischen Medien; Instrumente, Formen und Erfolgsfaktoren des Wissensmanagements

| Themengebiet 5 | 5 Tage, 40 Lektionen

Change Management und Change Communication

Organisatorischer Wandel; Gestaltung und Management von Veränderungsprozessen; spezielle Methoden der Change Communication; Kommunikationsmanagement während Restrukturierungen, Übernahmen, Fusionen; Post-Merger-Integration; Monitoring und Erfolgsmessung

| Themengebiet 6 | 3 Tage, 24 Lektionen

Persönliche Kommunikations- und Führungskompetenzen I: Schreiben, Reden und Präsentieren

Kommunikationsmodelle und Verständlichkeitskonzepte; Schreiben für verschiedene Medien; Schreiben fürs Reden; Redetypen und rhetorische Gestaltungsmittel; non- und paraverbales Gesprächsverhalten; Präsentationen konzipieren und visualisieren; Medieneinsatz

| Themengebiet 7 | 4 Tage, 32 Lektionen

Persönliche Kommunikations- und Führungskompetenzen II: Konfliktmanagement und Beratung

Konfliktformen, Konfliktstufen und Konfliktmuster; Methoden der Konfliktbearbeitung; Umgang mit Widerstand in Veränderungsprozessen; Mitarbeitergespräche; Workshops und Sitzungen moderieren; Coaching- und Beratungstechniken

| Qualifikationsschritt | 1 ½ Tage, 12 Lektionen

Präsentationstag

Erarbeiten und präsentieren der strategischen Planung einer praxisrelevanten Themenstellung aus dem Bereich interne Kommunikation

Kommunikations- und Führungsassessment

inkl. abschliessende schriftliche Reflektion

Kontakt

Hochschule Luzern
Wirtschaft
Institut für Kommunikation
und Marketing IKM

Zentralstrasse 9
Postfach 2940
CH-6002 Luzern

T +41 41 228 99 50
F +41 41 228 99 51
ikm@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm