

Managementzertifikat General Management

Mit dem Managementkurs „General Management“ erwerben die Teilnehmer Kenntnisse zu den zentralen Führungs- und Sachfunktionen in Medienunternehmen. Darüber hinaus wird ein Verständnis für die systematischen Zusammenhänge der unternehmensinternen Funktionsbereiche geschaffen.

Das Modul setzt sich aus den vier Veranstaltungen „Management“, „Organisation“, „Personal“ und „Marketing“ zusammen.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Management“ steht der Managementprozess mit seinen Teilfunktionen Planung, Organisation, Personaleinsatz, Führung und Kontrolle. Die Teilfunktionen werden vorgestellt und erläutert sowie Verknüpfungen und Interdependenzen der Managementteilfunktionen deutlich gemacht.

Die Veranstaltung „Organisation“ thematisiert Grundfragen der Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen; Formen der Spezialisierung und der Koordination werden ebenso erläutert wie das Verhältnis von Struktur und Strategie, die Rolle von Unternehmenskulturen für den Unternehmenserfolg sowie Strategien des Managements von Innovationsentwicklungsprozessen in Organisationen.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Personal“ stehen Instrumente und Prozess der Personalauswahl, Zweck und Ansätze der Personalbeurteilung sowie Elemente, Gestaltungsmöglichkeiten und Probleme der Entlohnung.

Die Veranstaltung „Marketing“ behandelt das Marketing als Konzept der marktorientierten Führung von Unternehmen. Neben Marketingforschung, Marketingplanung, Marketingpolitik, Marketingorganisation und Marketingkontrolle bzw. –Controlling werden auch Instrumente des Marketing-Mix in Medienunternehmen betrachtet.

Termine:
07. – 08. November 2008 sowie
12. – 13. Dezember 2008

Teilnahmegebühren: € 3.000 pro Managementzertifikat
Für Förderer der Hamburg Media School und VDZ-Mitglieder betragen die Teilnahmegebühren nur € 2.250 pro Zertifikat.

Bei erfolgreicher Teilnahme an der Abschlussprüfung wird ein Managementzertifikat verliehen. Dieses ist im Studiengang Executive MBA der Hamburg Media School anrechenbar.

Zur Anmeldung und bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Jutta Kehrer
Tel.: 040-413 468-0
E-Mail: j.kehrer@hamburgmediaschool.com

Managementzertifikat Controlling

Der Managementkurs „Controlling“ vermittelt Grundkenntnisse zum externen und internen Rechnungswesen, zu Fragen der Bilanzierung und des Controllings. Dabei stehen jeweils die diesbezüglichen Besonderheiten in Medienunternehmen im Mittelpunkt. Hierzu gehören z. B. die Bilanzierung und Bewertung von Filmrechten oder die Kalkulation eines Zeitschriftenprojekts. Fallbeispiele und Übungsaufgaben mit Medienbezug festigen die erlernten Inhalte.

Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Rechnungswesen“, „Bilanzierung“ und „Controlling“ zusammen.

In der Veranstaltung „Rechnungswesen“ werden die Grundzüge der Buchführung behandelt. Die Veranstaltung „Bilanzierung“ zeigt die Grundlagen der Bilanzierung mit Inhalt und Gliederung der Bilanz auf, skizziert Bewertungsprinzipien und Bewertungsmaßstäbe sowie Inhalt und Aufbau von Gewinn- und Verlustrechnung und Lagebericht. Ferner werden die Grundzüge von Bilanzpolitik und Bilanzanalyse erläutert.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Controlling“ stehen – nach einer Einordnung der Controlling-Funktionen in den Kanon der Führungs- und Sachfunktionen – Controlling-Konzeption und Controlling-Aufgaben. Vorgelegt werden unterschiedliche Kennzahlen und Kennzahlensysteme als zentrale Elemente des Controllings allgemein sowie die Grundstrukturen und Instrumente spezifischer Controllingvarianten, wie das Kosten- und Erfolgs-Controlling, das Produktions-Controlling oder auch das Absatz-Controlling.

Alle Veranstaltungen thematisieren neben der Vermittlung von allgemeinen betriebswirtschaftlichen Kenntnissen die jeweiligen Besonderheiten in Medienunternehmen.

Termine:
21. – 22. November 2008 sowie
28. – 29. November 2008

Managementzertifikat Quantitative Methods & Business Applications

Der Managementkurs „Quantitative Methods & Business Applications“ vermittelt die für das Medienmanagement notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten der Wirtschaftsmathematik, Statistik und ausgewählter Software. Dabei werden mathematische und statistische Verfahren vorgestellt und angewendet, ihre Ergebnisse interpretiert, präsentiert und darauf aufbauend fundierte Entscheidungen abgeleitet.

Das Modul umfasst die drei Teilveranstaltungen „Wirtschaftsmathematik“, „Business Statistics“ und „Business Software“.

Im Zentrum der Veranstaltung „Wirtschaftsmathematik“ steht die Anwendung mathematischer Management-Tools, wie etwa der linearen Programmierung, ausgewählter Prognoseverfahren sowie der Stichproben- und Zeitreihenanalysen. Anhand von Fallbeispielen wird aufgezeigt, wie diese Verfahren für die Lösung betriebspraktischer Probleme in Medienunternehmen genutzt werden können.

Die Veranstaltung „Business Statistics“ vermittelt Kenntnisse, um die Ergebnisse von bi- und multivariaten statistischen Verfahren kompetent interpretieren zu können. Für Medienunternehmen sind diese besonders wichtig.

Im Rahmen der Übungen zur „Business Software“ wird die praktische Anwendung der in den beiden anderen Veranstaltungen erworbenen Kenntnisse mithilfe ausgewählter Software-Applikationen trainiert.

Termine:
17. – 18. Oktober 2008 sowie
05. – 06. Dezember 2008

Bei erfolgreicher Teilnahme an der Abschlussprüfung wird ein Managementzertifikat verliehen. Dieses ist im Studiengang Executive MBA der Hamburg Media School anrechenbar.

Teilnahmegebühren: € 3.000 pro Managementzertifikat
Für Förderer der Hamburg Media School und VDZ-Mitglieder betragen die Teilnahmegebühren nur € 2.250 pro Zertifikat.

Zur Anmeldung und bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Jutta Kehrer
Tel.: 040-413 468-0
E-Mail: j.kehrer@hamburgmediaschool.com

Managementzertifikat Economics & Law

Dieser Kurs vermittelt umfassende Kenntnisse der volkswirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Handelns von Medienunternehmen. Ziel ist es, die Einbindung von Medienunternehmen in ein komplexes Netz von Handlungsanforderungen und -restriktionen zu erkennen und damit ökonomisch sinnvoll umzugehen.

Das Modul setzt sich zusammen aus den vier Veranstaltungen „Markt & Wettbewerb“, „Privatrecht“, „Gesellschaftsrecht“ und „Wettbewerbsrecht“.

Die Veranstaltung „Markt & Wettbewerb“ fokussiert das Handeln von Unternehmen unter wettbewerblichen Rahmenbedingungen. Das Verhältnis Struktur – Strategie – Marktergebnis wird systematisch bestimmt und an medien-spezifischen Beispielen aufgezeigt.

Im „Privatrecht“ werden Strukturen und Inhalte des Bürgerlichen Rechts wie das Rechtsgeschäft, der Vertrag, die Willenserklärung, der Vertragsschluss, das unwirksame Rechtsgeschäft sowie Fragen der Anfechtung und der Geschäftsfähigkeit aufgezeigt.

Die Rechtsnormen mit Bezug auf unterschiedliche Personenvereinigungen des Privatrechts sind Gegenstand der Veranstaltung „Gesellschaftsrecht“. Dabei wird auch die Relevanz und Eignung der verschiedenen Rechtsformen für Unternehmen im Medienbereich diskutiert. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Wettbewerbsrecht“ stehen die beiden Rechtskreise Recht gegen den unlauteren Wettbewerb und Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen.

Termine:
24. – 25. Oktober 2008,
31. Oktober – 01. November 2008 sowie
06. November 2008

