



## CAS Strategic and Corporate Communication



# Kommunikation systematisch planen und die Beziehungen zu ihren Bezugsgruppen pflegen

Sie bauen Ihr Know-how zur Ausarbeitung integrierter Kommunikationsstrategien aus und lernen, einzigartige Unternehmensidentitäten zu entwickeln. Sie erwerben das Rüstzeug, mit den Bezugsgruppen einen fruchtbaren Dialog zu pflegen. Sie erkennen relevante Themen und können in Krisen professionell kommunizieren.

## Zielpublikum

Das CAS Strategic and Corporate Communication richtet sich an Personen, die

- Kommunikationsstrategien und Unternehmensidentitäten entwickeln und implementieren,
- für die Planung und Steuerung interner und externer Kommunikationskanäle Verantwortung tragen,
- Unternehmen als PR-, Medien- oder Informationsverantwortliche nach aussen vertreten,
- den Dialog mit den Bezugsgruppen gestalten und realisieren.

## Voraussetzungen

- Mehrjährige Berufserfahrung in der Kommunikation oder in einem angrenzenden Tätigkeitsbereich
- Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschule)
- «Sur dossier» für Personen ohne Hochschulabschluss. Voraussetzungen:
  - Abschluss Höhere Fachschule/Höhere Fachprüfung/Berufsprüfung
  - mindestens sechs Jahre relevante Berufserfahrung
  - Mindestalter 28 Jahre
  - Aufnahme-/Beratungsgespräch mit Studienleitung, Motivationsschreiben

## Lernziele

- Sie verstehen die Zusammenhänge zwischen Unternehmens-, Marken- und Kommunikationsstrategie.
- Sie können integrierte Kommunikationsstrategien und Content-Strategien entwickeln und realisieren.
- Sie wissen, wie Kampagnen bezugsgruppengerecht geplant und crossmedial realisiert werden.
- Sie können Kommunikationskanäle steuern und den Dialog mit den Bezugsgruppen gestalten.
- Sie wissen, wie man sensibel Themen steuern und in Krisensituationen professionell kommuniziert.
- Sie können gewandt auftreten und kommunizieren.

## Facts

**Dauer:** 5 Monate

**Kosten:** CHF 8'400.–

Für das gesamte MAS-Programm

(3 CAS-Programme plus Diplomsemester)

CHF 29'700.–

**Teilnehmende:** max. 24 Personen

**Termine:** 24 Unterrichtstage plus 1 Qualifikationstermin (inkl. Abschlussveranstaltung)

**Unterrichtszeiten:** Freitagnachmittag und Samstag

**Ort:** Hochschule Luzern – Wirtschaft, Zentralstrasse 9 (beim Bahnhof)

**Abschluss:** Certificate of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Strategic and Corporate Communication

**ECTS-Credits:** 15

**Anerkennung:** Das CAS Strategic and Corporate Communication ist ein mögliches Wahlmodul der drei folgenden MAS-Programme der Hochschule Luzern – Wirtschaft: MAS Brand and Marketing Management, MAS Communication Management, MAS Digital Marketing and Communication Management.

## Weitere Informationen:

Info-Veranstaltungen, Starttermine sowie Anmeldeformular unter [www.hslu.ch/scc](http://www.hslu.ch/scc)

## Qualifikationsschritte:

- Verfassung einer praxisbezogenen Projektarbeit zu einer frei wählbaren Themenstellung des CAS-Programms (Gruppenarbeit)
- Erarbeiten und präsentieren einer frei wählbaren praxisbezogenen Themenstellung aus dem CAS-Programm (Einzelarbeit)

«Corporate Communication heisst jonglieren mit acht Bällen. Das gelingt nicht nur im Zirkus!»

**Daniel Albert**  
Co-Leiter CAS Strategic and Corporate Communication



«Kommunikationsstrategien integriert zu planen und abgestimmt auf die internen und externen Bezugsgruppen crossmedial zu realisieren, ist die Grundlage erfolgreicher Kommunikation.»

**Prof. Dr. Michael Boenigk**  
Co-Leiter CAS Strategic and Corporate Communication



## Kommunikation systematisch planen und den Dialog mit den Bezugsgruppen gestalten

Das berufsbegleitende CAS-Programm behandelt sieben Themenfelder aus den Bereichen der strategischen Kommunikation und der Unternehmenskommunikation.

### Kommunikationsstrategie

Die Module vermitteln das Know-how zur schrittweisen Entwicklung einer Kommunikationsstrategie sowie deren Realisation und Steuerung. Weitere Bausteine umfassen die Gestaltung der Organisation und Prozesse sowie das Schnittstellenmanagement.

- Ziele, Zielgruppen und Positionierungen
- Kreativ- und Mediastrategie
- Monitoring und Steuerung
- Organisation der Kommunikation, Newsrooms

### Strategische Grundlagen

Die Module vermitteln zentrale Inhalte des Kaufverhaltens, der Marktforschung sowie der Führung.

- Wahrnehmung, Aktivierung, Emotionen und Einstellungen
- Entscheidungsverhalten von Konsumentinnen und Konsumenten und dessen Beeinflussung
- Methoden der Datenerhebung, Analyse und Nutzung
- Führung in der Unternehmenskommunikation

### Entwicklung von Unternehmensidentitäten

Die Module veranschaulichen, wie Unternehmen einzigartige Unternehmensidentitäten entwickeln und implementieren können.

- Entwicklung von Vision, Mission und Leitbild
- Wertorientierte Kommunikation
- Reputationsmanagement
- Corporate Social Responsibility (CSR)-Kommunikation und Corporate Behavior

### Dialog mit den Bezugsgruppen

Die Module fokussieren auf die Besonderheiten des Dialogs mit spezifischen Bezugsgruppen der Unternehmenskommunikation.

- Media Relations
- Public Affairs, Campaigning
- Interne Kommunikation
- Branchenkommunikation

### Krisen vermeiden und meistern

Die Module Issue Management und Krisenkommunikation behandeln den Umgang mit problematischen Themen (Issues) sowie die Steuerung der Kommunikation im Krisenfall.

- Issue- und Reputationsmanagement
- Issue Monitoring
- Krisenprävention
- Krisenmanagement und -kommunikation

### Digitale Kommunikation

In den Modulen stehen die Ausarbeitung von Content-Strategien sowie deren Implementierung sowie die Gestaltung der Kommunikation in den sozialen Medien im Mittelpunkt.

- Entwicklung von Content-Strategien
- Content im digitalen Zeitalter
- Kommunikation in den sozialen Medien
- Key Performance Indexes

### Persönliche Kommunikationskompetenzen

In den Modulen trainieren die Teilnehmenden wirkungsvolles Reden vor Publikum und der Kamera sowie den prägnanten und präzisen schriftlichen Ausdruck.

- Rhetorische Auftrittskompetenz
- Wirkungsvolle Präsentation
- Präzision in Informations- und PR-Texten
- Interviews und Statements vor der Kamera



## Kontakt

### Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Kommunikation  
und Marketing IKM

Zentralstrasse 9  
Postfach 2940  
CH-6002 Luzern

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