

Geprüfter Medienproduktionsfachwirt/f:mp.®

NEU!
Frühjahr 2014

➤ Schwerpunkt **VISUELLE KOMMUNIKATION**



Lehrgangsziele, Themen,
Ausbildungsinhalte, Referenten

In Zusammenarbeit mit:


go visual

f:mp. Initiative
Visuelle Kommunikation

Inhaltsverzeichnis



Termine	3
Lehrgangsziel	4
Aufgaben und Perspektiven.....	5
Einleitung Schwerpunkt VISUELLE KOMMUNIKATION	6
Schulungsinhalte VISUELLE KOMMUNIKATION	8
Assessment-Center-Prüfung	10
Kosten / Standort	11
Die Referenten	12
Anmeldung/Kontakt	13

Stand: 14. Oktober 2013

Termine und Zeiten

Ablaufplan Schwerpunkt VISUELLE KOMMUNIKATION (Stand 14. Oktober 2013)

BLOCK 1

Multichannel	Donnerstag	06.03.2014	10:00 bis 16:00 Uhr
Multisensorik	Donnerstag	06.03.2014	16:00 bis 20:00 Uhr
Design	Freitag	07.03.2014	09:00 bis 12:00 Uhr
Theoretische Grundlagen	Freitag	07.03.2014	13:00 bis 20:00 Uhr
Verkehrsmittelwerbung und Fußbodenwerbung	Samstag	08.03.2014	09:00 bis 15:00 Uhr

BLOCK 2

Technische Grundlagen	Donnerstag	20.03.2014	10:00 bis 17:00 Uhr
Der Produktionsprozess – Teil 1	Donnerstag	20.03.2014	17:00 bis 20:00 Uhr
Der Produktionsprozess – Teil 2	Freitag	21.03.2014	09:00 bis 14:00 Uhr
Praxisanforderungen und Lösungen	Freitag	21.03.2014	14:00 bis 20:00 Uhr

BLOCK 3

Digital Signage aus Sicht des Medienproduktioners	Freitag	04.04.2014	09:00 bis 20:00 Uhr
• Grundlagen Digital Signage/Technik			
• Welche Aufgaben können mit DS gelöst werden?			
• Content? Inhalte müssen her!			
Digital Signage aus Sicht des Medienproduktioners	Samstag	05.04.2014	09:00 bis 15:00 Uhr
• Wie starte ich ein Digital Signage-Projekt?			
• Interaktiver Teil			

Abschlussprüfung in Form eines Assessment-Centers	Freitag	11.04.2014	09:00 bis 14:00 Uhr
--	---------	------------	---------------------

Lehrgangsziel

In Schritten zum Erfolg



Die Fortbildung „**Geprüfter Medienproduktions-/f:mp.®**“ mit den mittlerweile vier Themenschwerpunkten

- PRINT
- DRUCKVEREDELUNG
- ONLINE/MOBILE/DIGITAL
- VISUELLE KOMMUNIKATION

qualifiziert die Teilnehmer zu einer Vielzahl von Aufgaben und vermittelt ihnen einen umfassenden und aktuellen Überblick über alle relevanten Aspekte der Medienproduktion.

Die Unterrichtsinhalte basieren auf dem Berufsalltag erfahrener Medienproduktions- und Experten, ergänzt um notwendige Detailkenntnisse und Insiderwissen aus der Industrie. Hierdurch wird eine berufliche Verbesserung bis hin zu Führungspositionen ermöglicht.

Ausschlaggebend für die praktische Anwendung innerhalb der grafischen und der Kommunikationsindustrie sind jedoch nicht nur technische Kenntnisse, sondern auch die Beratungsqualifikation. Die verschiedenen Themenbereiche des Lehrgangs führen deshalb in die abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Tätigkeit des Medienproduktions ein. Sie zeigen auf, wie Herausforderungen und kreative Ideen rationell in die Praxis umgesetzt werden können.

Aufgaben und Perspektiven



Erfolg im Bereich der Medienproduktion bedarf der Verbindung von technischem Fachwissen, praktischem und analytischem Denken sowie von Kreativität und Logik.

Die Hauptaufgaben des Medienproduktioners sind:

- Beratung
- Organisation / Abwicklung
- Vergabe von Aufträgen an Hersteller/Dienstleister
- Koordination aller Prozessbeteiligten
- Qualitätsmanagement und -sicherung
- Prozessanalyse und Prozessoptimierung
- Standardisierung

Damit nehmen Medienproduktioner eine Schlüsselrolle in der integrierten Medienproduktion ein, die Entscheidungsfähigkeit und große Kompetenz verlangt. Der Medienproduktioner steuert Produktionsprozesse quer über alle Medien hinweg und unter ständig wechselnden Rahmenbedingungen. Er ist verantwortlich für die einwandfreie kaufmännische, qualitative und terminliche Abwicklung von Aufträgen.

Einleitung

Schwerpunkt VISUELLE KOMMUNIKATION

Maßgeschneiderter Weg zum Medienproduktionser



52 Unterrichtsstunden

Die Medien-Technologien für die visuelle Kommunikation sind seit Jahren ausgereift und verfügbar. Mit Digital Signage kommen seit Kurzem auch elektronische Potenziale immer mehr zum Tragen.

Fakt ist jedoch, dass Kommunikationsentscheider und viele Medienproduktionsunternehmen nach wie vor noch nicht alle Möglichkeiten, Wirkungsweisen und technischen Einsatzgebiete kennen.

Eine konkrete Herausforderung besteht deshalb darin, die vielfältigen Möglichkeiten transparent zu machen und die Vernetzungsmöglichkeiten im Sinne der Medienkonvergenz – auch im Rahmen von Multimediastrategien mit den klassischen Medien – besser zu nutzen.

Es gilt, Know-how in den einzelnen Disziplinen aufzubauen, deren Möglichkeiten für die verschiedenen Anwendungen zu bewerten und die sich ergebenden Vorteile sinnvoll für den Medien- und Kommunikationsmix zu nutzen.

Ziel der Fortbildung ist es, abseits der klassischen Werbemedien wie Zeitschriften, TV, Kino, Hörfunk oder digitale Medien (Online/Mobile) Potenziale zu eröffnen, um die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden an öffentlichen Orten zu gewinnen. Übergeordnet gehören hierzu die Ambient-Werbung, Digital Signage-Anwendungen, PoS-Kommunikation und alle anderen Werbeformen im Außenbereich.

Auf Basis dieses Kontext vermittelt die Fortbildungsmaßnahme „Gepürfter Medienproduktionsunternehmen/f:mp.“ **VISUELLE KOMMUNIKATION** die theoretischen, technischen und praktischen Kenntnisse, um als Medienproduktionsunternehmen aktiv im Umfeld der Beratung für visuelle Kommunikation tätig zu sein.

Schulungsinhalte

Schwerpunkt VISUELLE KOMMUNIKATION

MULTICHANNEL

- Multichannel, No-Line-Kommunikation, Everywhere Commerce: Neue Begrifflichkeit für eine altbewährte Kommunikationsform. Was versteht man unter Multichannel-Kommunikation?
- Was bedeutet Multichannel für die Produktionsprozesse?
- Welche spezifischen Anforderungen stellen die unterschiedlichen Kommunikations- und Vertriebswege an die visuelle Umsetzung? Was heißt das für die Medienproduktion?
- Was kann visuelle Kommunikation für eine erfolgreiche Multikanalstrategie leisten?
- Aktuelle Trends der visuellen Kommunikation: Chancen für die Umsetzung crossmedialer Kampagnen

MULTISENSORIK

- Multisensorisches Marketing: Kommunikation mit allen Sinnen. Was ist das und wie geht das?
- Ist Multisensorik Hype oder Wunderwaffe für das wahre Produkterlebnis und die nachhaltig wirksame Kommunikation?

DESIGN

- „Geiz ist geil war gestern.“ Design ist wieder entscheidendes Differenzierungsmerkmal in der Produkt- und Markenkommunikation. Wann kommt der Medienproduktions ins Spiel?
- Die Ästhetisierung des Alltags. Verbraucher erwarten Design und Qualität in der Produktkommunikation. Was muss und kann visuelle Kommunikation hier leisten?

Referentin: Caroline Zöller

Dauer: 12 Stunden (1,5 Tage)

THEORETISCHE GRUNDLAGEN

- Begriffsbestimmung (Sales Promotion, Point of Sale, Point of Purchase, Out of Home Media, Ambient Media)
- Rechte, Normen und gesetzliche Vorschriften

TECHNISCHE GRUNDLAGEN

- Druckverfahren
- Maschinenkunde
- Werbetechnik
- Materialkunde und ihre Verarbeitungsmöglichkeiten
Wie lassen sich die unterschiedlichen Medien, Materialien und Techniken miteinander verknüpfen?
- Textilveredelung
- 3D-Werbemittel
- Lichtwerbung

DER PRODUKTIONSPROZESS

- Vom Briefing bis zur Installation am POS
- Internationale Absatzkommunikationspolitik
- Projektmanagement
- Qualitätsmanagement
- Außenwerbung wird immer kreativer und effektiver
Dadurch steigen auch die Anforderungen und Ansprüche an die Werbemittelproduktion.
Die Herausforderungen bei der Umsetzung von visuellen Kommunikationskonzepten.

PRAXISANFORDERUNGEN UND LÖSUNGEN

- Die Verbindung aus Form, Farbe, Material, Hardware, Software, Content, Digital Signage, Kommunikation, Animation, Print und 3-D

Referent: Oliver Berthold

Dauer: 24 Stunden (3 Tage)

VERKEHRSMITTELWERBUNG UND FUSSBODENWERBUNG

Continental Grafix

- Die Welt der perforierten Medien – Geschichte, Markt und Herstellung
- Tücken und Lösungen bei der Verkehrsmittelwerbung
- Neue rechtliche Vorgaben bei der Verkehrsmittelwerbung
- Building Wraps – Verkleidung großer Glasfassaden
- Neue Applikationen mit „one-way-vision“-Medien

Asphalt Art

- Die größte Werbefläche der Welt und deren Nutzung
- Wirkung von Fußbodenwerbung anhand von Marktstudien
- Aufbau der Medien im Wandel der Zeit
- Applikationen sowie deren Voraussetzung und Limits
- Einsatz auf speziellen Böden (Nassbereiche, Teppich, unter Wasser, auf dem Wasser)
- Rechtliche Vorgaben für den Einsatz im öffentlichen Raum
- Beispiele für innovative Kampagnen
- Einsatz von 3D-Technik auf dem Fußboden

Referent: Daniel Slomka

Dauer: 4 Stunden

DIGITAL SIGNAGE AUS SICHT DES MEDIENPRODUKTIONERS

- Grundlagen Digital Signage/Technik
 - Woraus besteht ein Digital Signage-System?
 - Ausgabemedien
 - Software
 - Player-Hardware
 - Netzwerkanbindung
- Welche Aufgaben können mit Digital Signage gelöst werden?
 - DOOH
 - Instore
 - POI
 - Interactive
 - Traffic
 - Interne Kommunikation
- Content? Inhalte müssen her!
 - Welche Arten von Inhalten gibt es?
 - Anforderungen an DS-Medien
 - Sicherstellung von Medienkonsistenz über alle Ausgabemedien
 - Produktionsprozesse für Digital Signage
- Wie starte ich ein Digital Signage Projekt? – Interaktiver Teil
 - Projektgruppen
 - Teilbereiche in einem Projekt
 - Wo kann der Medienproduktioner sein Know-how einbringen?

Referent:

Dauer: 12 Stunden (1,5 Tage)

Assessment-Center-Prüfung

Die Abschlussprüfung in Form eines Assessment-Centers

Zur Abschlussprüfung werden alle Teilnehmer zugelassen, die ihre finanziellen Verpflichtungen (Kursgebühr, Prüfungsgebühr) gegenüber dem f:mp. erfüllt haben.

Die Abschlussprüfung findet in Form einer Assessment-Center-Prüfung statt.

Diese Praxisprüfung fragt das vermittelte Wissen in direkter Anwendung ab. Hierzu werden die Teilnehmer vor verschiedene Probleme gestellt, die zu lösen sind. Der Umgang mit diesen und die verschiedenen Lösungswege werden anschließend vom Prüfungsausschuss bewertet.

Teilnehmer, die nur eine Spezialisierung zu ihrem bisherigen Titel „Geprüfter Medienproduktionsf:mp.“[®] ergänzen, werden auch nur zu diesem Lehrstoff geprüft. Bei Nichtbestehen kann die Prüfung im Folgejahr wiederholt werden – in dem Fall erhält der Teilnehmer eine Teilnahmebescheinigung.

Diplom und Abschlusszeugnis

Mit Bestehen der Abschlussprüfung erhält der/die Teilnehmer/in eine Urkunde mit dem erworbenen Zertifikat **Geprüfter Medienproduktionsf:mp.[®] – Schwerpunkt VISUELLE KOMMUNIKATION** sowie ein Abschlusszeugnis.

Beide Dokumente bescheinigen die erfolgreiche Absolvierung des Lehrgangs. Bricht der/die Teilnehmer/in den Lehrgang ab, so hat er/sie keinen Anspruch auf den Titel oder das Zeugnis.

Die Angaben der Lern- und Lehrinhalte können sich bis zum Kursbeginn noch ändern. Die Inhalte werden stets auf die aktuellen Marktanforderungen angepasst.





Die Kosten

Aufgrund der Modularität der Fortbildungsmaßnahme gliedern sich die Kosten wie folgt:

Kursteilnahme zum
„Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.®“
Schwerpunkt VISUELLE KOMMUNIKATION

Teilnehmer, die bereits den Kurs „Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.®“ – Schwerpunkt PRINT absolviert haben, und Teilnehmer, die das Modul „Grundlagen Basiskompetenzen“ absolviert haben, zahlen für die Fortbildung 1.285,- Euro

f:mp.-Mitglieder zahlen für die Fortbildung 1.380,- Euro

Nichtmitglieder bezahlen 1.780,- Euro

Bei mehr als einer Anmeldungen pro Unternehmen erhalten der 2. und folgende Teilnehmer 10% Rabatt. Die Rabatte beziehen sich ausschließlich auf die reinen Seminargebühren.

Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt. auf die ausgewiesenen Verpflegungskosten. Auf die Seminargebühr wird keine MwSt. erhoben.

Die Prüfungskosten betragen für alle Teilnehmer einmalig 195,- Euro. In den Kosten sind keine Hotelübernachtungen enthalten.

Von der Anmeldung kann bis sechs Wochen vor Beginn der Maßnahme kostenlos zurückgetreten werden. Bei späterem Rücktritt werden 50 % der Fortbildungskosten in Rechnung gestellt.

Der Ablauf / Die Unterrichtszeiten

Die Unterrichtszeiten sind jeweils

Donnerstags 10:00 Uhr bis 20:00 Uhr

Freitags 09:00 Uhr bis 20:00 Uhr

Samstags 09:00 Uhr bis 15:00 Uhr

Die Unterrichtseinheiten enthalten angemessene Pausen.

Der Ablauf der einzelnen Lehrmodule und die Reihenfolge entnehmen Sie bitte dem aktuellen Lehrplan.

Die Unterrichtseinheiten gliedern sich wie folgt:

VISUELLE KOMMUNIKATION 52 Stunden

Standort

Mercure-Hotel, Frankfurt Raunheim

Wenn Sie Fragen haben, wenden Sie sich doch einfach an Ihre Ansprechpartnerin:

Gaby Maaß

Geschäftsstelle des f:mp.

Fachverband Medienproduktioner e.V.

Waldbornstraße 50

56856 Zell/Mosel

Telefon: +49(0)65 42/54 52

Telefax: +49(0)65 42/54 22

E-Mail: info@f-mp.de

Internet: www.f-mp.de

Die Referenten

Oliver Berthold

Als gelernter Werbekaufmann hat Oliver Berthold ab 1992 erste Erfahrungen im Direkt-Marketing gesammelt. In einem Verlag für Fachzeitschriften und anschließend bei einem Mediendienstleister kam er erstmals intensiv in Kontakt mit der Werbemittelproduktion. An der VWA Stuttgart absolvierte er den Kommunikationsfachwirt (VWA), später legte er die Prüfung zum „Geprüfter Medienproduktioner/f.mp.“ in Köln ab. zehn Jahre leitete Oliver Berthold bei netzwerk P Produktion GmbH internationale Produktionen für Großkunden in Zusammenarbeit mit führenden Werbeagenturen und anderen Dienstleistern der Werbebranche in Europa.

Seit 2012 ist Oliver Berthold Leiter Vertrieb und Marketing bei ideeDISPLAY GmbH in Trossingen und hat sich ganz dem Thema POS gewidmet. Die ideeDISPLAY GmbH entwickelt POS Konzepte und POS Displays für Markenartikler und produziert diese für den internationalen Markt. Als Spezialist im Bereich Permanent Display und POS Marketing allgemein ist ideeDISPLAY bekannt für individuelle POS Konzepte und zielgerichtete Markenauftritte am POS. Seit 2013 unterstützt Oliver Berthold die Ausbildung „Geprüfter Medienproduktioner/ f.mp.“.



Daniel Slomka

Daniel Slomka wechselte Mitte der Neunziger vom Vertrieb von Markenprodukten ins Marketing und übernahm die deutsche Dependance der österreichischen Agentur L&S Instore und später der britischen Agentur „The Media Vehicle“, die ihren Fokus bei Below-the-Line -Marketing und POS-Medien gesehen hat. Dort war er involviert in die europaweite Einführung der ersten Bodengrafiken. Seit 2003 arbeitet er für das Schweizer Unternehmen Continental Grafix AG, dem einzigen europäischen Hersteller perforierter Druckmedien und betreut Zentral- und Osteuropa in Sachen Vertrieb, Marketing und PR. 2008 kam noch das personengleich besetzte Schwesterunternehmen Asphalt Art International AG hinzu. Mit Asphalt Art und seinen Medien revolutioniert Daniel Slomka die Werbung auf dem Fußboden. Seit 2006 unterstützt Daniel Slomka die Ausbildung zum „Geprüfter Medienproduktioner/f.mp.“ mit seinen Vorträgen und spricht auch international auf Veranstaltungen, Messen und Kongressen.

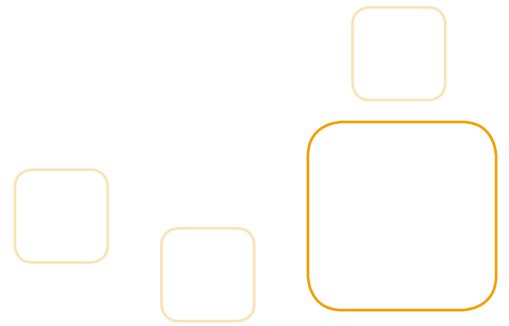


Caroline Zöller

(Jahrgang 1961) ist Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur Forteam GmbH in Köln. Nach einer Ausbildung zur Messe- und Veranstaltungskauffrau bei der Koelnmesse durchlief sie als Kundenberaterin und Etatdirektorin verschiedene Stationen in Werbe- und Kommunikationsagenturen. Seit 2000 ist sie bei Forteam Projektmanagerin und seit 2009 Geschäftsführerin der Agentur. Hier ist sie in den Bereichen Key Account und Projektsteuerung tätig. Caroline Zöller berät als Spezialistin für Kommunikationsberatung u.a. den Messeveranstalter Reed Exhibitions bei der strategischen Ausrichtung der viscom – Internationale Fachmesse für Visuelle Kommunikation, verantwortet und betreut das Rahmenprogramm der Messe, ist Redakteurin des viscomblog und seit 2013 Projektleiterin der neu gegründeten Brancheninitiative «go visual».



Anmeldung



Hiermit melde ich mich verbindlich zur Fortbildung
Geprüfter Medienproduktionsfachmann/-frau (f:mp.) wie folgt an:

„Geprüfter Medienproduktionsfachmann/-frau (f:mp.)“ – Schwerpunkt **VISUELLE KOMMUNIKATION**

Vorname, Name

Berufliche Position

Firma

Anschrift

Firmentelefon

E-Mail

Ich bin bereits „Geprüfter Medienproduktionsfachmann/-frau (f:mp.)“

Datum, Unterschrift

Ich bin bereits Mitglied im f:mp.

Ich möchte Mitglied im f:mp. werden
Bitte senden Sie mir die Unterlagen

Ich benötige kein Hotelzimmer

Wahrscheinlich benötige ich ein Hotelzimmer

(Über die Kosten der Übernachtungen werde ich rechtzeitig informiert)

Von der Anmeldung kann bis sechs Wochen vor Beginn der
Maßnahme kostenlos zurückgetreten werden. Bei späterem
Rücktritt werden 50 % der Fortbildungskosten in Rech-
nung gestellt.



**Bitte dieses Formular ausgefüllt senden oder
Formular unter www.f-mp.de/seminare aus-
füllen, ausdrucken und unterschrieben sen-
den an:**

**Fachverband Medienproduktionsfachmann/-frau e.V.
Waldbornstraße 50, 56856 Zell/Mosel
Tel +49 (0) 65 42-54 52
Fax +49 (0) 65 42-54 22
info@f-mp.de**