

1

9.00 Uhr bis 10.30 Uhr

A

Das neue Bild der Hochschule –
Der Corporate Design-Prozess
vom Konzept bis zur Umsetzung

Prof. Dr. Bärbel G. Renner

Rudolf-Werner Dreier 1 | 106

B

Empfehlungen für eine erfolgreiche
Zusammenarbeit mit Agenturen –
Corporate Design am Beispiel der
Hochschule Esslingen

Cornelia Mack | Andreas Jung 1 | 108

2

11.00 Uhr bis 12.30 Uhr

A

Studieren in Fernost: Die erste
Hochschulkampagne in einem
sozialen Netzwerk

Dr. Christof Biggeleben

Christian Artopé

Friederike Rohland 1 | 106

B

Studieninformation, Studienbera-
tung und Studierendenmarketing
– Wie kann sich ein sinnvolles
Zusammenwirken gestalten?

Christiane Westhauser

Dr. Gunter Schanz 1 | 108

Mittagspause

3

14.00 Uhr bis 15.30 Uhr

A

Hochschulen für Angewandte
Wissenschaften – Imagebildung
im Verbund

Prof. Dr. Elke Theobald

Prof. Dr. Franco Rota 1 | 106

B

Internationale Kommunikation

Dr. Andreas Archut 1 | 108

4

16.00 Uhr bis 17.30 Uhr

A

Der Rektor als Marke.
CEO Reputation Management als
Mittel zur Profilbildung

Alice Senarclens de Grancy 1 | 106

B

Kaputtsparen: Lübeck als
Modell? Pressearbeit auf
dem Schleudersitz

Rüdiger Labahn 1 | 108

C

Jahresbericht – zwischen
Rechenschaftsnachweis und
Marketing-Broschüre

Dietmar Töpfer | Florian Klebs 1 | 109

D

Monitoring und Medienanalyse –
Werkzeuge zur Profilbildung und
Profilwahrung

Thomas von Breitenbach

Simon Schulz 1 | 110

E

Umgang und strategische Nutzung
von Social-Media-Diensten für
Studierendenwerbung und
Medieninformation

Jan Kluczniok, M.A.

Nina Schroeder, B.A. 1 | 111

C

Qualitätsmanagement
und Prozessgestaltung

Dr. Anne Töpfer | Alexandra Mohr 1 | 109

D

Jede Hochschule hat eines:
Die Arbeit am Image

Dr. Utz Lederbogen

Dr. Bernt Armbruster 1 | 110

E

Forschung mit Gesicht.
Mit Weblogs zur nachhaltigen
Wissenschaftskommunikation!?

Dr. Carsten Könneker

1 | 111

Mittagspause

C

Fakten statt Bauchgefühl:
Softwaregestützte Medien-
Resonanz-Analyse für Hochschulen

Florian Klebs

Dr. Elisabeth Zuber-Knost

Simon Scheuerle 1 | 109

D

„The Eagle has landed“

Dr. Hartmut Rösch

1 | 110

E

Studierendenmarketing auf dem
Weg zum Web 2.0

Gunvald Herdin | Markus F. Langer 1 | 111

C

PR-Fuchs 2010
„2000 für 2000 –
Smart kommunizieren“ –
Präsentation der Einsendungen

Thomas Richter

Dr. Patrick Honecker 1 | 109

D

Autonomie – Segen oder Fluch
für die Hochschul-PR?

Ulrike Reimann

1 | 110

E

Infografiken und Rich Media
als neue Herausforderungen
für die Universitätskommunikation

Richard Zinken

1 | 111

1

9.00 Uhr bis 10.30 Uhr

F

Corporate Blogging und die Einsatzmöglichkeiten in der Unternehmenskommunikation – Fallbeispiel Krisenkommunikation

Uwe Knaus

1 | 208

G

Mehr Lebens- und Arbeitsfreude durch erfolgreiches Selbstmanagement und positive Stressbewältigung

Workshop wird zweimal angeboten (siehe auch Welle 2/G)

Peter Edwin Brandt

1 | 209

2

11.00 Uhr bis 12.30 Uhr

F

Twitter als Teil der Marketing- und PR-Arbeit eines Unternehmens im Wissenschaftsbetrieb

Ann Kristin Ebert | Richard Zinken

1 | 208

G

Mehr Lebens- und Arbeitsfreude durch erfolgreiches Selbstmanagement und positive Stressbewältigung

Workshop wird zweimal angeboten (siehe auch Welle 1/G)

Peter Edwin Brandt

1 | 209

Mittagspause

3

14.00 Uhr bis 15.30 Uhr

F

Social Media: Beispiele von Community-Aktivitäten

Ann-Kristin Ebert | Jan Dönges

1 | 208

G

BURNON statt BURNOUT: Begeistert gesund und kreativ in turbulenten Zeiten

Prof. Dr. med. Georg Schürgers

1 | 209

4

16.00 Uhr bis 17.30 Uhr

F

Datenabgreifer, oder: Wie uns Dritte um Zeit und Geld bringen

Jesco Heyl, M.A.

1 | 208

G

Supervision und Coaching als Burnout-Prophylaxe

Susanne Schuck-Zöllner

Annekatriin Mordhorst

1 | 209

H

Auf dem Weg zur vernetzten
Kommunikation

Dr. Elisabeth Hoffmann

Dr. Kristina R. Zerges 1 | 211

H

Agenda-Setting 2.0 – Medialer
Kontrollverlust oder multimediale
Chancen?

Thomas Richter | Tom Schmiedel 1 | 211

≡ Mittagspause ≡

H

Von der Kunst durchzudringen –
Wie hilft man Journalisten, schnell
das zu bekommen, was sie haben
wollen?

Christoph Titz 1 | 211

H

Crossmedia-Strategien

Kai Voigtländer 1 | 211

Notizen