



ÜBERBLICK WEITERBILDUNGS-ANGEBOTE

2017

LSA-EIGENE ANGEBOTE

| Projekt | Zielgruppe | Themen | Ziel | Durchführung |
|--|--|--|---|-----------------------------------|
| Leadergespräche | Agenturleiter, CFO, oberes Management | Honorierung/Zusammenarbeit im Rahmen der LSA-Studien (Roundtable mit Auftraggebern), Ertragsmodelle, etc. | Blick nach vorne für neue Ideen und Sichtweisen, Kunden auf Augenhöhe begegnen und an der Spitze voranschreiten. | 2 - 3 x pro Jahr abends |
| Impuls-Seminare | Agenturleiter, CFO, oberes Management | Impulsseminar I: Levelling The Odds (Procurement) Impulsseminar II: Change Management | Exklusiv-Wissen, Lösungsansätze zu aktuellen Herausforderungen oder Trainings, die Agenturen auch wirklich weiterbringen. | 2 x pro Jahr halb- oder ganztägig |
| Boot Camp | Einsteiger Kommunikationsbranche | Boot Camp für Einsteiger in die Kommunikationsbranche (Einführung in Werbemarkt, Beratung/ Strategie, Kreation, Media, Produktion) | Schnellen Überblick über die Branche geben, Basis-Praxiswissen vermitteln. | Jährlich 1 Woche |
| Media Talent Award | Mediaplaner | Der Media Talents Award ist die Schweizer Auszeichnung für herausragende Mediaplanung. In Kooperation mit TA Media | Weiterbildungsprogramme-/ angebote bieten, welche Qualität und Fachwissen ihrer Mitarbeiter fördert. | 1 x pro Jahr 2 Tage |
| Ad School mit Vertiefungsrichtungen „Strategie“ und „Kreation“ | Der Lehrgang Strategie richtet sich an Personen, welche die strategischen Herausforderungen in einer Agentur weiterentwickeln wollen. Der Lehrgang Kreation richtet sich an kreative Talente wie Art Directors, Grafiker, Texter und Digitalkreative. | Kennen der strategischen Herausforderungen in einer Agentur : Wie entwickelt man Strategien, die Marken und Märkte nachhaltig prägen? Von der Strategie über Ideenfindung und -beurteilung bis zur mediengerechten Umsetzung in den verschiedensten Kanälen – mit einer besonderen Gewichtung der digitalen Herausforderungen. | Die Studierenden kennen, verstehen und applizieren Konzepte und Prozesse der kreativen sowie strategischen Arbeit in Agenturen. Sie sind in der Lage, diese in der Praxis anzuwenden und einen entscheidenden Mehrwert für die Kommunikationsarbeit zu leisten. | Alle 2 Jahre 1 Semester |
| KV-Lehre in Mediaagenturen | Schulabgänger / Auszubildende | 3-Jahres-Lehre in Kooperation mit Kreativ- und Mediaagenturen. | Aktives Engagement für den Nachwuchs. | Jährlich |

Exklusiv für LSA-Mitglieder

EACA-ANGEBOTE

| Projekt | Zielgruppe | Themen | Ziel | Durchführung |
|---------------------------|---|---|--|---------------------|
| EACA Summer School | Junior Berater oder Junior Beraterin bei einer LSA-Agentur Mindestens zwei, maximal 5 Jahre Agenturerfahrung | Die «International Summer School» wird unter der Leitung der EACA und der EFCCE organisiert und durchgeführt. In einer Woche werden die Teilnehmer von einem echten Kunden gebrieft, absolvieren verschiedene Workshops, die von führenden Praktikern geleitet werden. In internationalen und multidisziplinären Teams wird dann eine Kampagne erarbeitet und vor einer Jury aus Experten und Kundenvertretern präsentiert. | Weiterbildungsprogramme/ angebote bieten, welche Qualität und Fachwissen ihrer Mitarbeiter fördert. | Jährlich 1 Woche |
| Inspire by eaca | Mitarbeitende – alle Stufen | Diverse Angebote (meist Online-Certificates | Weiterbildungsprogramme/ -angebote bieten, welche Qualität und Fachwissen ihrer Mitarbeiter fördert. | laufend |

LSA IST VERANSTALTUNGSPARTNER

| Projekt | Zielgruppe | Themen | Ziel | Durchführung |
|---|---|--|--|---|
| Programmatic Advertising Day | Kommunikationsbranche | Konferenz für Programmatic Advertising in der Schweiz. Marktteilnehmer und Experten diskutieren die neuesten Trends und Entwicklungen in der Schweiz. | Weiterbildungsprogramme-/ angebote bieten, welche Qualität und Fachwissen ihrer Mitarbeiter fördert. | 1 x pro Jahr - Tagesseminar |
| iab Diplomlehrgang "Digital Marketing" | Kommunikationsbranche | iab academy bietet zwei Kurse des Diplomlehrgangs Digital Marketing als IAB-LSA-Spezialkurse an (aktuelle Grundkenntnisse des digitalen Marketings). | Weiterbildungsprogramme-/ angebote bieten, welche Qualität und Fachwissen ihrer Mitarbeiter fördert. | 2 Kurse pro Jahr mit je 7 Tagesmodulen |
| HWZ CAS Marketing Communications | Fachleute mit und ohne Führungserfahrung und Professionals, welche Marketing-Kommunikationsaufgaben heute oder in Zukunft verantworten. | Der CAS Marketing Communications folgt einem integralen Ausbildungsansatz im Bereich Marketing-Kommunikation. Er umfasst den gesamten Kreislauf einer Kundenbeziehung. | Weiterbildungsprogramme-/ angebote bieten, welche Qualität und Fachwissen ihrer Mitarbeiter fördert. | Jährliche Durchführung 1 Semester, 18 Tage |