

Weiterbildung: Burda Community School



Alexandra Herrmann, Assistentin der Anzeigenleitung, Burda Verlag Osteuropa GmbH:

„Die Burda Community School gab mir die Möglichkeit, mein gelerntes Wissen aus meiner Berufsausbildung & Berufspraxis zu vertiefen und jegliches Spektrum der Medienvermarktung kennen zu lernen. Ein innovatives Zusammenspiel aus Theorie und Praxis, in dem man das Gelernte auch sofort umsetzen und trainieren konnte, zeichnet die BCS aus und ist definitiv ein Pluspunkt, den jeder wahrnehmen sollte, der die Möglichkeit dazu hat, ein zertifizierter „Young Media Professional“ zu werden.

Es wurden nicht nur interessante Fachvorträge von internen und externen Spezialisten gehalten, sondern auch Workshops angeboten, in denen der Umgang mit Kunden geschult und Persönlichkeit und Gruppenzusammenhalt gestärkt wurden.

Nicht wegzudenken ist zudem der Austausch und die Vernetzung aller Standorte, sowie das Praktikum in einer Media-Agentur, durch welches ich heute viel sensibilisierter auf die Kunden eingehen kann.“



Christian Keck, Anzeigenverkaufsleiter LISA/LISA fit+gesund:

„Für mich war die Burda Community School eine sehr lehrreiche und spannende Zeit. Durch aktuelle Vorträge von internen aber auch externen Referenten wurde uns Teilnehmern nicht nur fundiertes Basiswissen vermittelt, sondern auch viele Anregungen und neue Ideen für den Umgang mit dem Tagesgeschäft aber auch dem Verständnis der Medienlandschaft von morgen mit auf den Weg gegeben.

Insbesondere durch den Austausch mit allen Teilnehmern ist dadurch nicht nur eine kleine „Community“ entstanden, sondern auch ein tolles Netzwerk über alle Standorte von Hubert Burda Media hinweg.“

Bei der Burda Community School stehen die Aus- und Weiterbildung für eine professionelle Medienvermarktung im Mittelpunkt. Sie versteht sich als Institution zum Aufbau und zur Vertiefung des ziel- und praxisorientierten Grundwissens.

Das Angebot richtet sich primär an die Mitarbeiter von Hubert Burda Media, die direkt oder indirekt mit dem Verkauf des Medienangebots zu tun haben. Hierzu zählt unter anderem das Programm „Young Media Professionals“. Die Teilnehmer erhalten in 18 Monaten tiefer gehende Kenntnisse zu den Erhebungs-, Bewertungs- und Planungsprozessen bei den klassischen und neuen Medien sowie zur Ansprache von Communities.

Mit speziellen Seminaren wendet sich die Burda Community School auch an Mitarbeiter aus der werbetreibenden Wirtschaft und Agenturen. Diese Seminare sind fester Bestandteil im Serviceangebot des Burda Community Networks.