



UNIVERSITÄRER ZERTIFIKATSKURS Corporate Influencing Manager:in

Als zertifizierte:r Corporate Influencing Manager:in sind Sie in der Lage, eine Corporate Influencing-Strategie erfolgreich aufzusetzen und Corporate Influencer so zu unterstützen, dass sie authentisch, rechtssicher und im Rahmen Ihres Employer Brandings Ihre Arbeitgeberqualitäten kommunizieren können.



IHR NUTZEN

- / Sie werden in allen Fragen des Corporate Influencing Management argumentationssicher und handlungsfähig.
- / Sie profitieren von der bewährten Kombination aus topaktueller Wissenschaft und umfassender Praxiserfahrung und erlangen nach erfolgreicher Teilnahme ein Zertifikat der DEBA.
- / Sie erhalten Lösungsideen für Ihr ganz eigenes Corporate Influencing-Programm und spiegeln dieses anhand einer Vielzahl von Fallbeispielen und lernen von anderen Corporate Influencing Manager:innen.

LEHR- UND LERNZIELE

Als zertifizierte:r Corporate Influencing Manager:in sind Sie in der Lage,...

- / ein Corporate Influencing-Programm strategisch aufzusetzen und durchzuführen.
- / Corporate Influencer treffsicher auszuwählen, sie zu unterstützen und weiterzuentwickeln.
- / für Corporate Influencing relevante Plattformen und Formate zu verstehen sowie inhaltlich zu bearbeiten.
- / sich sicher innerhalb der rechtlichen Rahmenbedingungen des Corporate Influencing zu bewegen.
- / eine effektive Krisenkommunikation und Freigabeprozesse zu steuern.
- / ihr Corporate Influencing Programm zu kontrollen und Kennzahlen auszuwerten.

ZIELGRUPPE

Mitarbeitende und Verantwortliche aus



Kommunikation



Employer Branding



Leadership



TEILNAHMEGEBÜHR

4.900 €

zzgl MwSt.
versch. Finanzierungsmöglichkeiten

INHALTE

Modul 1

Strategisches Corporate Influencing Management

- / Rolle & Aufgaben eines Corporate Influencer Managers
- / Ableitung einer CI-Strategie aus der Unternehmensstrategie
- / Projekt-Setup: Ziele, Stakeholder, Rollenklärung
- / Job-Profil & Skill-Sets: Was muss ein CI mitbringen?
- / Handlungsfelder eines CI-Programms
- / Entscheider überzeugen

Modul 2

Recht, Analytics & Reputation

- / Rechtliche Grundlagen für Corporate Influencer (Haftung, Bildrechte, Impressum)
- / Krisenkommunikation & Freigabeprozesse
- / Qualitätskriterien und KPI-Logiken
- / Analytics verstehen & interpretieren

Modul 3

Operatives Corporate Influencing Management

- / Auswahl & Motivation von Corporate Influencern
- / Grundverständnis für Plattformen & Formate
- / Bewertung, Sparring & Weiterentwicklung der Influencer
- / Integration der Module
- / Präsentation und Bewertung der Fallstudienarbeit

LERNE VON DEN PROFIS



Cordula Frandsen

Bereichsleiterin Corporate Influencing bei DEBA



Lena Engelhardt

Lead Consultant bei DEBA



Prof. Dr. Nicolai Schädel LL.M.

Wirtschaftsrecht, Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen Medien, Hochschule der Medien Stuttgart (HdM)



Prof. Dr. Jan Kirenz

Data Science, Generative AI, Analytics, Digital Marketing, Statistics, Studiengang: Online-Medien-Management, Hochschule der Medien Stuttgart (HdM)

DIE NÄCHSTEN TERMINE

1. Kohorte Herbst 2025

Modul 1: 4.12.-6.12.25

Modul 2: 15.1.-17.1.26

Modul 3: 26.2.-28.2.26

2. Kohorte Frühjahr 2026

Modul 1: 23.4.26-25.4.26

Modul 2: 7.5.26-9.5.26

Modul 3: 18.6.26-20.26

START Herbstkurs: 4.12.2025 // Frühjahrskurs: 23.04.2026



DEINE ANSPRECHPARTNERIN

Cordula Frandsen
Bereichsleiterin Corporate Influencing

frandsen@employerbranding.org