

Kursstart alle 4 Wochen

Public Relations Manager:in und Digital Marketing

Nach Abschluss des Kurses kannst du journalistisch texten und eine zeitgemäße PR-Strategie mithilfe notwendiger Instrumente aufbauen sowie umsetzen. Auch lernst du moderne und digitale Marketing- und Kommunikationsformen sowie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in diesen Bereichen.

 **Abschlussart**
Zertifikat „Public Relations Manager:in“
Zertifikat „Digital Marketing“

 **Abschlussprüfung**
Praxisbezogene Projektarbeiten mit Abschlusspräsentationen

 **Dauer**
8 Wochen

 **Unterrichtszeiten**
Montag bis Freitag von 08:30 bis 15:35 Uhr
(in Wochen mit Feiertagen von 8:30 bis 17:10 Uhr)

 **Nächste Kursstarts**
27.05.2024
24.06.2024
22.07.2024

LEHRGANGSZIEL

Nach Abschluss des Lehrgangs besitzt du die grundlegenden Fähigkeiten, um journalistisch texten zu können. Du kannst eine zeitgemäße PR-Strategie aufbauen sowie umsetzen und kennst die wichtigsten Instrumente der Pressearbeit. Du kannst Pressearbeit strategiebezogen strukturieren und spannende PR-Themen sowohl entwickeln als auch implementieren. Zudem weißt du, welche Pressekontakte für dich wichtig sind, kennst die Interessen deiner Zielgruppen und lockst mit suchmaschinenoptimierten Texten neue Kundschaft auf deine Webseiten.

Außerdem bist du mit den wichtigsten modernen Marketingstrategien und Kommunikationskanälen vertraut, kannst Marketingstrategien planen, durchführen sowie bewerten und kennst die dazugehörigen rechtlichen Rahmenbedingungen. Zudem kennst du die wichtigsten Begriffe und Tätigkeiten im Bereich digitales Marketing, wie beispielsweise das Social Media Marketing, die 4Ps und 4Rs oder das Crosschannel- und Crossmedia-Marketing.

ZIELGRUPPE

Der Lehrgang richtet sich an Mitarbeiter:innen aus Unternehmenskommunikation, Marketing, Werbung und Produktmanagement sowie alle Personen, die im PR-Bereich verantwortlich mitwirken und die dafür notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben wollen.

BERUFSAUSSICHTEN

Als Public Relations Manager:in kommen Stellen als PR-Berater:in in einer Agentur oder als PR-Manager:in für ein bestimmtes Unternehmen oder einen Verein infrage. Auch sind Marketingabteilungen interessant für dich.

Dein aussagekräftiges Zertifikat gibt detaillierten Einblick in deine erworbenen Qualifikationen und verbessert deine beruflichen Chancen.

LEHRGANGSINHALTE

PUBLIC RELATIONS MANAGER:IN

Grundlagen der Pressearbeit (ca. 1 Tag)

Einführung in die Unternehmenskommunikation
Kommunikation nach innen und außen
Grundlagen der Pressearbeit
Corporate Design
Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit
PR-Erfolg im Controlling messen

Macht der PR (ca. 2 Tage)

Einordnung der Pressearbeit in den gesamten PR-Kontext
Abgrenzung PR/Werbung
Meinung mit Medien übermitteln
Grenzen der Medienarbeit
Goldenes Prinzip (bad news are good news)

Strategische Basis (ca. 1 Tag)

Analyse des Status quo
Identifikation von Zielgruppen und Zielen
Potenziale ausgearbeiteter Botschaften
Pressearbeitsplanung
Best Practice Beispiele

Materialien der Presse- und Medienarbeit (ca. 1 Tag)

Aufbau und Inhalte von Pressemitteilungen
Hintergrundpapiere und Factsheets
Fotos und Grafiken
Whitepapers
Footage und andere Videos
Zeitgemäße Pressemappe
Möglichkeiten der Distribution von Materialien

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Instrumente der Pressearbeit (Kontakte) (ca. 1 Tag)

Pressekonferenz
Hintergrundgespräch
Redaktionsbesuch
Messe- und Eventplanung
Pressereise
Einsatzplanung der Instrumente

Online-Trends (ca. 1 Tag)

Nutzung des Internets
Virtuelle Pressestellen
Best Practice Beispiele
E-Newsletter in Verbindung mit Pressearbeit
Einfluss von Social Media auf die Pressearbeit (Online-PR)

Umgang mit Medienvertretungen (ca. 1 Tag)

Blickwinkel von Unternehmen und Medien
Interesse und Desinteresse von Medien
Funktion von Redaktionen
Auswahl und Pflege von Pressekontakten
Großer Verteiler und der „Inner Circle“
Knigge für den Umgang mit Pressekontakten

Was ist für Redaktionen interessant? (ca. 1 Tag)

Aufhänger
Themenfindung

Erfolgskontrolle Medienresonanzanalyse (ca. 2 Tage)

Erfolgskontrolle
Anbieter:innen und ihr Angebot
Clippings und Medienäquivalenzwerte
Nutzen der Medienresonanz zur Verbesserung der Pressearbeit
Clippings ins Internet stellen

Exkurs: Krisen-PR (ca. 1 Tag)

Krisen vorbereiten, Strukturen optimieren
Professionelle Kommunikation in der Krise

Texten für PR und Unternehmenskommunikation (ca. 3 Tage)

Erfolgsfaktoren des journalistischen Schreibens
Zielgruppe und Strategie
Texte und ihre Besonderheiten
Digitale Kommunikation
Content Marketing Arbeiten
Schreib- und Redigierübungen

Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte
Präsentation der Abschlussergebnisse

DIGITAL MARKETING

Grundlagen (ca. 3 Tage)

Marktforschung und -analyse
Zielgruppenanalyse, Customer Insights
Customer Experience (CX)
4Ps (Product, Price, Place, Promotion)
Preis- und Vertriebsstrategie
B2B und B2C
Kommunikationsstrategie und -kanäle

Brand Building und Management (ca. 1 Tag)

Positionierung und Zieldefinition
Brand Values
Brand Personality
Corporate Identity und Corporate Design

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Digitales Marketing (ca. 4 Tage)

Marketingformen und Medienwerbung
Content Marketing, Storytelling
SEO/SEA, Google Analytics
Sonderwerbformen im Überblick: Display, Affiliate und Virales Marketing
Retargeting und Remarketing
Social Media Marketing
Collaborative Consumption
Newsletter Marketing
Cross-Channel und Cross-Media: der optimale Marketing-Mix

Influencer-Marketing (ca. 1 Tag)

Wirkungsfaktor von Influencer-Marketing
Kriterien für die passenden Markenbotschafter:innen
Bewerten von Reichweite
Mikro- vs. Makroinfluencer:innen
Vertragsgestaltung
Produktion
Kennzeichnungspflichten

Erfolgsmessung und Budgetierung (ca. 4 Tage)

Relevante Begriffe, Messgrößen und Abrechnungsmodelle
Methoden und Tools zur Usability-Messung und -Optimierung
Bekanntheit, Markentreue, wahrgenommene Qualität
Buyer's Journey, Customer Decision Funnel, AIDA Modell, After Sales
4Rs (Recognition, Relevance, Reward, Relationship)
KPI
Budgetierung

Data Driven Marketing (ca. 1 Tag)

Big Data, Smart Data, Data Driven Marketing, First Party Data, Second Party Data
Rechtliche Rahmenbedingungen (ca. 1 Tag)
Urheberrecht und Recht am eigenen Bild
Informationspflichten im Internet
Marken-, Wettbewerbs- und Äußerungsrecht
Gesetzliche Grenzen unerlaubter Werbung
Markenanmeldung und Markenüberwachung
Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte

Präsentation der Projektergebnisse

UNTERRICHTSKONZEPT

Didaktisches Konzept

Deine Dozierenden sind sowohl fachlich als auch didaktisch hoch qualifiziert und werden dich vom ersten bis zum letzten Tag unterrichten (kein Selbstlernsystem).

Du lernst in effektiven Kleingruppen. Die Kurse bestehen in der Regel aus 6 bis 25 Teilnehmenden. Der allgemeine Unterricht wird in allen Kursmodulen durch zahlreiche praxisbezogene Übungen ergänzt. Die Übungsphase ist ein wichtiger Bestandteil des Unterrichts, denn in dieser Zeit verarbeitest du das neu Erlernte und erlangst Sicherheit und Routine in der Anwendung. Im letzten Abschnitt des Lehrgangs findet eine Projektarbeit, eine Fallstudie oder eine Abschlussprüfung statt.

Virtueller Klassenraum alfaview®

Der Unterricht findet über die moderne Videotechnik alfaview® statt - entweder bequem von zu Hause oder bei uns im Bildungszentrum. Über alfaview® kann sich der gesamte Kurs face-to-face sehen, in lippensynchroner Sprachqualität miteinander kommunizieren und an gemeinsamen Projekten arbeiten. Du kannst selbstverständlich auch deine

zugeschalteten Trainer:innen jederzeit live sehen, mit diesen sprechen und du wirst während der gesamten Kursdauer von deinen Dozierenden in Echtzeit unterrichtet. Der Unterricht ist kein E-Learning, sondern echter Live-Präsenzunterricht über Videotechnik.

FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Die Lehrgänge bei alfatraining werden von der Agentur für Arbeit gefördert und sind nach der Zulassungsverordnung AZAV zertifiziert. Bei der Einreichung eines Bildungsgutscheines oder eines Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheines werden in der Regel die gesamten Lehrgangskosten von deiner Förderstelle übernommen. Eine Förderung ist auch über den Europäischen Sozialfonds (ESF), die

Deutsche Rentenversicherung (DRV) oder über regionale Förderprogramme möglich. Als Zeitsoldat:in besteht die Möglichkeit, Weiterbildungen über den Berufsförderungsdienst (BFD) zu besuchen. Auch Firmen können ihre Mitarbeiter:innen über eine Förderung der Agentur für Arbeit (Qualifizierungschancengesetz) qualifizieren lassen.

- ① Änderungen möglich. Die Lehrgangsinhalte werden regelmäßig aktualisiert. Die aktuellen Lehrgangsinhalte findest Du immer unter www.alfatraining.de.