



Kursstart alle 4 Wochen


Public Relations Manager:in und Brand Marketing


Nach Abschluss des Kurses kannst du journalistisch texten und eine zeitgemäße PR-Strategie mithilfe notwendiger Instrumente aufbauen sowie umsetzen. Der Kurs zeigt dir auch wichtige Strategien für ein erfolgreiches Markenmanagement und den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI).

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

 **Abschlussprüfung**
Praxisbezogene Projektarbeiten mit Abschlusspräsentationen

 **Dauer**
8 Wochen

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

 **Nächste Kursstarts**
14.10.2024
11.11.2024
09.12.2024

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 weißt du, wie eine Marke aufgebaut wird und was eine erfolgreiche und zielgerichtete Markenkommunikation ausmacht. Du lernst dabei unterschiedliche Faktoren und Kanäle, wie beispielsweise das Influencer Marketing, kennen. Nach dem Kurs kannst du zudem den Erfolg einer Marke mithilfe unterschiedlicher Tools messbar machen.

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.

Außerdem sind Brand Marketing Manager:innen in Unternehmen aller Größen gesucht und auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragt. Für Betriebe ist es immer wichtig, ein gutes Image aufrechtzuerhalten und die Marke sowie die Entwicklung und Umsetzung von Werbemaßnahmen kontinuierlich und gewissenhaft zu pflegen.

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

BRAND MARKETING

Brand Building (ca. 3 Tage)

Definition des Markenbegriffs
Eigenschaften einer Marke (Identität, Werte)
Zieldefinition
Zielpositionierung und Corporate Identity
Zielgruppenanalyse
Customer Insights, Customer Experience (CX)
Brand Values
Brand Personality
Positionierung

Rechtliche Grundlagen und Markenschutz (ca. 1 Tag)

Namensentwicklung
Claims, Logos, Schlüsselbilder & Co.
Markenanmeldung
Markenüberwachung in digitalen Medien
Ansprüche bei Markenverletzungen

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

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

Digital Branding (ca. 2 Tage)

Auswahl der richtigen Kanäle
Markenpositionierung
Online Marketing Mix
Customer Journey
Personas erstellen
Touchpoint-Management

Brand Communication (ca. 2 Tage)

Content Marketing
Agendasetting und Storytelling
Emotionalisierung
User Generated Content
Lovestorm und Shitstorm
Markenkommunikation mit Chats

Erfolgsmessung und -bewertung (ca. 2 Tage)

Bekanntheit
Markentreue
Wahrgenommene Qualität
Monitoring und Controlling
Erfolgsindikatoren im Markenprozess (KPIs)

Influencer Marketing (ca. 5 Tage)

Wirkungsfaktor von Influencer Marketing
Einblick in Playbooks
Online Kampagnen
Kriterien für die passenden Markenbotschafter:innen
Bewerten von Reichweite
Mikro- vs. Makroinfluencer
Community Management
Kosten und Budgetplanung
Vertragsgestaltung
Produktion
Kennzeichnungspflichten

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

Alle Lehrgänge 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 Ihrer 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 smartbuilding.alfatraining.de.