

Kursstart alle 4 Wochen

# Public Relations Manager:in und Digitale Kommunikation 4.0

Nach Abschluss des Kurses kannst du journalistisch texten und eine zeitgemäße PR-Strategie aufbauen sowie umsetzen. Du kannst Pressearbeit strategiebezogen strukturieren, kennst Kommunikationsstrategien, Beschwerdemanagementsysteme sowie die Einsatzbereiche von Künstlicher Intelligenz (KI) in diesem Bereich.



## Abschlussart

Zertifikat „Public Relations Manager:in“  
Zertifikat „Digitale Kommunikation 4.0“



## 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.

Du erlangst außerdem Sicherheit im Umgang mit Kundschaft und kennst die Basics von Kommunikation im digitalen Zeitalter mit traditionellen und modernen Kommunikationsmitteln wie E-Mail und Videokonferenzen. Des Weiteren bist du in der Lage, mit Beschwerden umzugehen, diese zu bearbeiten und so die Kundenzufriedenheit zu optimieren. Du kannst Beschwerdemanagementsysteme konzipieren und weißt, dass hierbei der Fokus auf der Steigerung der Kundenorientierung liegt.

## 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.

Dieser Kurs richtet sich zudem an alle Personen, zu deren täglichem Aufgabenfeld der Kontakt mit Kundschaft gehört oder deren Aufgabenbereich sich mit externer Kommunikation befasst.

## 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.

Zusätzlich erwirbst du Kenntnisse im direkten Umgang mit Kunden.

## 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

## **DIGITALE KOMMUNIKATION 4.0**

### **Kundenkommunikation im digitalen Zeitalter**

#### **Grundlagen der Kommunikation (ca. 1,5 Tage)**

Kommunikationsebenen  
Kommunikationsmodelle  
Bedeutung und Besonderheiten der Kommunikation  
Customer Experience (CX)  
Kanäle der Kundenkommunikation  
Interaktivität und Partizipation  
Always On  
Datenintegration  
Internationalisierung  
Digitale Generation  
Unternehmenskommunikation

#### **Digitalisierung im Arbeitsalltag (ca. 1 Tag)**

Gesellschaft und Politik  
Industrie und Handel  
New Work  
Medienmanagement  
Digitales Lernen inkl. Lernformen  
Vernetzte Arbeitswelten/Kollaboratives Arbeiten  
Medien- und Urheberrecht  
Mensch-Technik-Interaktion  
Was ist „Agilität“?

#### **Digitale Technologien (ca. 1 Tag)**

Big Data – Die „9V“, Ziele der Datensammlung  
Verwendung von Big Data, Best Practices  
Internet of Things (IoT), vernetzte Dinge  
IoE, Big Data und Cloud Computing  
Connectivity  
Künstliche Intelligenz, Algorithmen  
Nanobots – Anwendung in der Praxis  
Customer Centricity – Kundennutzen im Fokus  
Virtual Reality, Augmented Reality  
Bitcoins, Blockchain

#### **Digitale Vertriebskanäle (ca. 1 Tag)**

Bedeutung und Struktur des E-Commerce  
Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln  
Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen  
Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften

#### **Datenschutz innerhalb digitaler Kommunikation (ca. 1 Tag)**

Unterschiede Datenschutz und Datensicherheit  
Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)  
Umgang mit personenbezogenen Daten  
Technische und organisatorische Maßnahmen (TOMs)  
Verschlüsselung von Daten

### **Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess**

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

### **E-Mails im digitalen Zeitalter (ca. 2 Tage)**

Mediumauswahl für den schriftlichen Kundenkontakt orientiert an den Kundenbedürfnissen  
Geschäftsbriefe und E-Mails  
Die kundenorientierte E-Mail  
Formulierungen  
Richtigen Schriftstil wählen  
Schnellbausteine  
Spam-Filter

### Videokonferenzen (ca. 2 Tage)

Was ist digitale Rhetorik?  
Vorbereitung auf Online-Meetings  
Methoden und Tools für erfolgreiche  
Online-Meetings  
Der Schlüssel zum Erfolg für Ihre Online-Meetings  
Vorgehensweisen und Stolperfallen im Online-Call  
Technische Rahmenbedingungen  
Videokonferenz-Softwareanbieter

### Verhalten in Telefon- und Videokonferenzen (ca. 1,5 Tage)

Eigenschaften der Kommunikation am Telefon  
Die Bedeutung der Körpersprache, Einfluss der Stimme, Sprachwahl sowie Mimik und Gestik  
Wahrnehmung der Atmung, Stimmlage, Artikulation und Körperhaltung sowie des persönlichen Empfindens  
Aktives Zuhören  
Souveränität und Kompetenz ausstrahlen  
Serviceorientierte Begrüßung, erfolgreiche und aktive Gesprächsführung  
Einladung, Vor- und Nachbereitung

### Kundenorientierte Telefonate führen (ca. 1,5 Tage)

Aufbau und Struktur eines Telefonates  
Definition und Umsetzung von Gesprächszielen  
Die erfolgreiche und aktive Gesprächsführung  
Lösungsorientierte Gesprächsführung  
Verabschiedung am Ende des Gesprächs  
Weiterleitung eines Gesprächs  
Vor- und Nachbereitung sowie Protokollierung eines Telefonates  
Maßnahmen bei Drohungen/Angriffen

### Konfliktmanagement (ca. 0,5 Tage)

Ursachen eines Konflikts  
Konfliktmodelle  
Kommunikationshindernisse  
Stadien der Konfliktbearbeitung  
Rollen innerhalb der Konfliktbearbeitung

### Projektarbeit (ca. 2 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte  
Präsentation der Projektergebnisse

### Beschwerdemanagement

#### Einführung in das Beschwerdemanagement (ca. 1 Tag)

Beschwerden als Chancen für das Unternehmen  
Ursachen und Arten von Beschwerden  
Verstehen des Kundenverhaltens  
Beschwerdemanagementsysteme

#### Psychologie der Beschwerde (ca. 1 Tag)

Eisbergtheorie  
Beziehungsebenen  
Bedürfnis-Pyramide nach Maslow

#### Reaktion auf Beschwerden (ca. 0,5 Tage)

Deuten von Beschwerden und Wünschen  
Ton- und Stimmlage  
Schlüsselfaktoren

### Bearbeitung von Beschwerden (ca. 1 Tag)

Grundregeln von Reklamationen  
Schriftliche Reklamationen bearbeiten  
Ablauf eines Beschwerdegesprächs

### Deeskalationsstrategien (ca. 0,5 Tage)

### Projektarbeit (ca. 1 Tag)

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](https://smartbuilding.alfatraining.de).