

Curriculum Lehrgang

Lehrgang für PR- und Kommunikationsmanagement im Unternehmen



Jänner - Dezember 2024

1. PRÄMISSE
2. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM LEHRGANG
 - 2.1. ZIELGRUPPEN
 - 2.2. ANZAHL TEILNEHMER/TEILNEHMERINNEN (max/min)
 - 2.3. TEILNAHMEBEDINGUNGEN
 - 2.4. TAGUNGSORT
 - 2.5. ZIELE DES LEHRGANGES
3. STRUKTUR UND ORGANISATION DES LEHRGANGS
 - 3.1. DAUER DES LEHRGANGS
 - 3.2. MODULE, ABSCHLUSS-, PROJEKTARBEIT
 - 3.3. METHODISCH DIDAKTISCHE GESTALTUNG DES LEHRGANGS
 - 3.4. LEHRGANGSGREMIEN
 - 3.5. REFERENTEN/REFERENTINNEN
 - 3.6. ANMELDE- UND AUFNAHMEVERFAHREN
 - 3.7. INFORMATIONSVERANSTALTUNG
 - 3.8. KOSTEN DES LEHRGANGS
4. INHALTLICHER AUFBAU DES LEHRGANGES
 - 4.1. MODUL 1: **PFLICHTMODUL** PUBLIC RELATIONS BASICS – KOMPAKTSEMINAR
REFERENT: GÜNAY HAKAN, EXPERTE FÜR DIREKTMARKETING UND PUBLIC RELATIONS
TERMIN: DO 18.01 – FR 19.01.2024, JEW. 9-17 UHR

MODUL 2 EFFIZIENTES SOCIAL-MEDIA-MARKETING
REFERENT: JOSEF RANKL, SOCIAL MEDIA BERATER
TERMIN: MO 5.02.2024, JEW. 9-17 UHR

MODUL 3: TEXTEN FÜR SOCIAL MEDIA
REFERENT: JOSEF RANKL, SOCIAL MEDIA BERATER
TERMIN: FR 9.02.2024, JEW. 9-17 UHR

MODUL 4 DIGITALES STORYTELLING
REFERENT: INGO BOSCH, MEDIENTRAINER, PRÄSENTATIONSCOACH UND EXECUTIVE
POSITIONING BERATER
TERMIN: MO 4.03 – DI 05.03.2024, JEW. 9 – 17 UHR

MODUL 5 **PFLICHTMODUL** METHODISCHE BAUSTEINE DER PR UND MARKETING
REFERENT: GÜNAY HAKAN, EXPERTE FÜR DIREKTMARKETING UND PUBLIC
RELATIONS
TERMIN: DO 21.03 – FR 22.03.2024, JEW. 9 – 17 UHR

MODUL 6 SCHREIBEN FÜR DIE PR
REFERENTIN: CLAUDIA SCHANZA, JOURNALISTIN, MODERATORIN
TERMIN: DI 16.04 - MI 17.04.2024, JEW. 9-17 UHR

MODUL 7 BEGEISTERN UND ÜBERZEUGEN MIT KI-GESCHÜTZTEM STORYTELLING
REFERENTIN: MARGRET MUNDORF, LINGUISTIN UND KI-SCHREIBEXPERTIN, UNI
HEIDELBERG. MITGRÜNDERIN DES VIRTUELLEN KOMPETENZZENTRUMS SCHREIBEN
LEHREN UND KI
TERMIN: DI 21.05 – MI 22.05.2024, JEW.9-18 UHR

MODUL 8 KRISENKOMMUNIKATION
REFERENT: RALPH DALIBOR, TRAINER, BERATER, MEDIENCOACH, SPRECH- UND
SCHAUSPIELAUSBILDUNG
TERMIN: MI 16.09 – DI 17.09.2024, JEW. 9 – 17 UHR

MODUL 9: MEDIATRaining MIT VIDEOFEEDBACK
REFERENTIN: CLAUDIA SCHANZA, JOURNALISTIN, MODERATORIN
TERMIN: DO 17.10. – FR 18.10.2024, JEW. 9 – 17 UHR

MODUL 10: CORPORATE-PODCAST WORKSHOP
REFERENT: STEPHAN SCHREYER, „STRATEGIC CORPORATE AUDIO ADVISOR“,
EXPERTE IM CORPORATE-AUDIO-BEREICH
TERMIN: DO 14.11- FR 15.11.2024, JEW. 9-17 UHR

MODUL 11 BEWEGTE BILDER FÜR DIE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION
REFERENT: MARCEL WEHN, FILMREGISSEUR, REFERENT UND GASTDOZENT FÜR FILM
AN DER DEUTSCHEN PRESSEAKADEMIE
TERMIN: DO 10.12 – MI 11.12.2024, JEW. 9 – 17 UHR

Lehrgang PR- und Kommunikationsmanagement im Unternehmen

1. Prämisse

Der Lehrgang PR- und Kommunikationsmanagement im Unternehmen legt einen besonderen Fokus auf die Entwicklung von strategischem Denken, kreativen Ansätzen und praktischen Fertigkeiten. Durch die Vermittlung von aktuellen Trends und Best Practices bereitet der Lehrgang die Teilnehmenden darauf vor, sich den ständig wandelnden Herausforderungen in der PR- und Kommunikationsbranche erfolgreich zu stellen. Mit einem ganzheitlichen Ansatz werden die Teilnehmenden befähigt, effektive Kommunikationsstrategien zu entwickeln, Markenidentitäten zu stärken und eine positive Wahrnehmung in der Öffentlichkeit zu erreichen. Der Lehrgang legt eine solide Grundlage für eine erfolgreiche Kommunikation im Unternehmen und ermöglicht somit effektive Kommunikationsfähigkeiten.

2. Allgemeine Informationen zum Lehrgang

2.1. Zielgruppen

Zielgruppe des Lehrgangs PR- und Kommunikationsmanagement im Unternehmen sind **Fach- und Führungskräfte** sowie **angehende PR- und Kommunikationsexperten**, die ihr Wissen und ihre Fähigkeiten im Bereich PR und Kommunikation vertiefen und erweitern möchten. Der Lehrgang richtet sich an Personen, die bereits über grundlegende Kenntnisse im Bereich PR und Kommunikation verfügen und ihr **Fachwissen gezielt ausbauen** möchten, um ihre beruflichen Möglichkeiten zu erweitern.

Die Zielgruppe umfasst sowohl Teilnehmer:innen aus **Unternehmen verschiedener Branchen** als auch Personen, die in **PR-Agenturen, öffentlichen Institutionen oder Non-Profit-Organisationen** tätig sind. Der Lehrgang bietet sowohl Aufstiegsmöglichkeiten für bereits **etablierte PR-Profis** als auch eine **solide Grundlage für Quereinsteiger**, die in das Feld der PR und Kommunikation wechseln möchten.

2.2. Anzahl Teilnehmer:innen

Mindestanzahl Studierende: 8
Maximalanzahl Studierende: 12

2.3. Tagungsort

Das Bildungshaus Lichtenburg zählt seit über 60 Jahren zu den traditionsreichsten und mit mehr als 25.000 Gästen pro Jahr auch zu einer der größten Bildungseinrichtungen in Südtirol. In rund 300 Weiterbildungsveranstaltungen jährlich, bietet das Haus seit Jahren erfolgreich, Formate in der beruflichen und persönlichen Weiterbildung, zertifizierte Lehrgänge und maßgeschneiderte Weiterbildungskonzepte für Unternehmen, Institutionen und Einrichtungen an.

Das Tagungszentrum verfügt über 11 Seminarräume mit professioneller Ausstattung und moderner Technik für Tagungen, Sitzungen, Workshops und Projekten. Alle Räume verfügen über kostenfreies WLAN. Rund 44 modern eingerichtete Zimmer erlauben den Studierenden auch die Nächtigung in unmittelbarer Nähe zum Ausbildungsort.

Das Bildungshaus Lichtenburg ist eine von der Autonomen Provinz Bozen anerkannte Bildungseinrichtung (Prot. Nr. 662544 vom 26.11.2015), verfügt über eine ESF Akkreditierung (Nr. 17110/2016) und ist als ECM/ECS Provider registriert und somit auch zur Aus- und Weiterbildung im sozio-sanitären Bereich befähigt. Das Bildungshaus ist zudem qualitätszertifiziert gemäß ISO 9001:2015 (Registriernr. 17110/2016).

Der Lehrgang zeichnet sich durch folgende **Qualitätsmerkmale** aus:

- Fundiert & praxisorientiert
- Verschiedene Lernformate über einen längeren Zeitraum festigen die Kompetenzen im Bereich PR- und Unternehmenskommunikation
- Die Programme unseres Lehrgangs enthalten Pflicht- und Wahlmodule, sowie ergänzende Zusatzmodule: Für eine individuelle Weiterbildung, die sich ganz nach jeweiligen Anforderungen der Teilnehmenden richtet.

3. Struktur und Organisation des Lehrgangs

3.1 Dauer des Lehrgangs

Der Lehrgang startet im Januar 2024 und endet mit Abschlussgespräch/Präsentation Projektarbeit im Dezember 2024.

3.2 Module, Projekte- und Abschlussarbeit

Die Module des Lehrgangs finden in den Seminarräumen des [Bildungshauses Lichtenburg](#), Vilpianerstraße 27 in 39010 Nals statt. Insgesamt bietet der Lehrgang 11 Module, wobei **8 Module sowie die Abschlussarbeit verpflichtend sind, um den Lehrgang mit Zertifikat abschließen zu können. 2 dieser 8 Module werden von der Lehrgangsleitung als Pflichtmodule vorgegeben, weitere 6 Module hingegen können frei gewählt werden.** Auch haben die Teilnehmer:innen des Lehrgangs dann die Möglichkeit, zusätzliche vertiefende Module zu besuchen.

3.3 Methodische didaktische Gestaltung des Lehrgangs

- Impulsvorträge
- Praxistransfer über moderierte Reflexionen und angeleitete Übungen im Plenum und in Kleingruppen
- Individuelle Begleitung der Teilnehmenden in Hinblick auf die Praxisarbeit
- Erfahrungslernen, erlebnisorientiert

3.4 Lehrgangsgremien

Gesamtkoordination des Lehrganges

Direktion Bildungshaus Lichtenburg – Stiftung St. Elisabeth

Vilpianer Straße 27 – 39010 Nals/Südtirol

E-Mail: bildungshaus@lichtenburg.it – URL: www.lichtenburg.it

3.5 Referent:innen des Lehrgangs

Hakan Günay ist Rechtswissenschaftler, Experte für Direktmarketing und Public Relations. Er wirkte lange als Dozent an der Bayerischen Akademie für PR und Marketing (BAW). Seit 2007 führt er die PR Agentur Stadtgespräch PR GmbH mit Sitz in München und Hamburg. Die Agentur ist international tätig, in den USA im Agenturen Verbund in New York und Los Angeles. Hakan Günay betreut Unternehmen, wie Volkswagen, McLaren, Poker Stars, Sölden Tourismus, Hisense, NEFF und Union Investment.

Josef Rankl ist über 10 Jahre als Social Media Experte tätig. Seine Marketing-Erfahrung holte er sich in internationalen Verlagen und in führenden Multi-Channel-Unternehmen. Ursprünglich kommt Josef Rankl aus dem Direkt-Marketing auch als Performance Marketing bekannt. Er gibt sein Wissen gerne weiter: in der Strategie-Beratung, Seminaren, Coachings oder auch in der praktischen Ausführung als Content Producer. Josef Rankl ist der richtige Mann für Fragen und Projekte rund um Social Media.

Ingo Bosch sammelte über 25 Jahre Erfahrungen als Kommunikationsberater und -trainer, begonnen hat seine berufliche Laufbahn beim WDR und der Süddeutschen Zeitung. Die Stärke des nach eigenen Worten „Stratmatikers“ (Mischung aus Stratege und Pragmatiker): Inhalte aufs Wesentliche konzentrieren, Erkenntnisse aus Wirkungsforschung/Neuromarketing berücksichtigen – und dann bei jedem Training den Transfer in den Arbeitsalltag der Teilnehmer im Fokus haben. „Nichts begeistert Menschen mehr, als ihr eigener Fortschritt. Insbesondere die persönliche Entwicklung und die damit verbundene Motivation setzen bei den Trainingsteilnehmern und mir selbst immer wieder positive Energien frei, so Bosch.

Claudia Schanza arbeitet seit 1988 als Journalistin, seit 1992 außerdem als Medientrainerin. Seit dem Jahr 2000 bildet sie Jungjournalisten aus. 2001 baute, die nach wie vor aktive Journalistin, an der Universität Liechtenstein die „Internationale Sommerakademie für Journalismus und PR“ auf, sie leitet diesen Lehrgang zum mittlerweile 8. Mal. Als Medientrainerin bereitet sie Politiker:innen, Wirtschaftsleute und andere Führungskräfte auf Krisen und Interviews vor und arbeitet mit Personen, die ihre Performance bei Vorträgen, Präsentationen und Verkaufsgesprächen optimieren wollen.

Margret Mundorf ist Linguistin, zertifizierte Schreibtrainerin/-beraterin und KI-Schreibexpertin. Sie lehrt, berät und forscht selbstständig an Hochschulen und Universitäten zu den Schwerpunkten wissenschaftliches, berufliches Schreiben und Künstliche Intelligenz sowie Fachkommunikation in Wirtschaft und Recht. Sie ist Mitgründerin des Virtuellen Kompetenzzentrums "Schreiben lehren und lernen mit KI", Vorstandsmitglied der Gesellschaft für Schreibdidaktik und Schreibforschung, Mitglied

des Instituts für Schreibwissenschaft und Herausgeberin der wbv-Reihe „Theorie und Praxis der Schreibwissenschaft“.

Ralph Dalibor schreibt als Experte zu Themen wie Unternehmenskommunikation, Change Communications und Krisenkommunikation. Der gelernte Journalist hat viele Jahre in der IT-Branche gearbeitet. Als PR- und Medienprofi mit vielen Erfahrungen aus 25 Jahren beruflicher Praxis bedient er unterschiedliche Branchen: Medien, IT-Software, -Consulting und -Distribution, Agentur, Wirtschaftsorganisation, Ministerien + EU-Ebene, Energieversorgung, Sozialer Bereich + Gesundheitswesen. Sehr breit gefächerte Expertise: Redaktion, Strategie, Marketing, Beratung, Training + Coaching, Moderation.

Stephan Schreyer zählt zu den führenden Experten im Corporate Audio-Bereich. Als Strategic Corporate Audio Advisor unterstützt er Unternehmen und Marken dabei, erfolgreich hörbar zu werden. Und zwar weit über Podcasts hinaus. Er zeigt auditive Perspektiven, entwickelt Strategien und führt durch Analysen und Prozesse. Stets im Blick: Ziele und Zielgruppen. Zu seinen Kunden zählen namenhafte Banken ebenso wie große Lebensmittelkonzerne, Medienunternehmen, prominente Persönlichkeiten und Regierungsorganisationen. Stephan Schreyer arbeitet am liebsten in interdisziplinären Teams, um Audio-Themen erfolgreich voranzubringen. Er ist einer der Gründer der „Audio Brand Partner“, einer strategischen Allianz drei der führenden Audio-Experten in Deutschland. Vor seiner Selbstständigkeit verantwortete Stephan Schreyer die Bereiche Media Relations & Public Affairs bei einem börsennotierten Finanzdienstleister und frischte die Unternehmenskommunikation bei einem Industrieverband auf. Sein Buch „Podcasts in der Unternehmenskommunikation“ gilt als Standardwerk für den Einsatz von Podcasts im Corporate Bereich. Stephan schreibt regelmäßig für zahlreiche Branchenpublikationen zum Thema Audio und ist gern gesehener Speaker auf Veranstaltungen. Der Diplom Betriebswirt ist Audioverfechter und Kommunikator aus Leidenschaft – mit Hang zum strategischen Perfektionismus.

Marcel Wehn studierte Filmregie an der Filmakademie Baden-Württemberg. Als Produzent und Regisseur konzipiert und realisiert er Filme für Unternehmen wie Infineon, UFA, dm-Drogeriemarkt, Bertelsmann Stiftung, Bosch Stiftung, Tognum, Thieme u.v.a. Marcel Wehn ist Experte für Corporate Film und berät Unternehmen umfassend im Bereich Corporate Film Konzeption und Bewegtbildstrategien.

Als Regisseur für Kino und Fernsehen drehte er unter anderem Dokumentarfilme über den Kultregisseur Wim Wenders das deutsche Enfant Terrible Oskar Roehler und in seinem „gefährlichsten Auftrag“ einen Kinofilm über die deutschen Hells Angels.

3.6 Anmelde- und Aufnahmeverfahren

Die Bewerbung für die Aufnahme erfolgt mit einem Online Formular über die Homepage des Bildungshauses Lichtenburg. Für Fragen stehen das pädagogische Team im Bildungshaus und die Mitglieder der Lehrgangsleitung zur Verfügung.

3.7 Informationsveranstaltung

Der Lehrgang wird im Herbst 2023 im Rahmen einer Online-Informationsveranstaltung vorgestellt. Im Rahmen dieser werden Informationen zum Inhalt und organisatorischem Ablauf des Lehrganges erläutert und entsprechende Fragen beantwortet.

3.8 Kosten des Lehrganges

Die Gesamtkosten des Lehrganges betragen 3.188,52 € € zzgl. MwSt.

4 Inhaltlicher Aufbau

Pflichtmodul Modul 1 Public Relations Basics – Kompaktseminar

Referent: Günay Hakan, Experte für Direktmarketing und Public Relations

Termin: Do 18.01 – Fr 19.01.2024, jew. 9-17 Uhr

Im Seminar betrachten wir Public Relations aus verschiedenen Blickwinkeln: Worum geht es dabei? Wer sind die Zielgruppen? Wo ist PR anwendbar? Was kann sie besonders gut? Als traditionelles Kommunikationsinstrument wirkt sie immer noch über bewährte Kanäle, fügt sich aber auch erfolgreich in die Internetmedien und -plattformen ein. In praktischen Übungen verfestigen Sie die gewonnenen Eindrücke und Methoden.

Ziele/Inhalte:

- Definition und Hintergrund der PR
- Interne / Externe Kommunikation
- Instrumente der Kommunikation
- Kommunikations- & Marketingmix
- Controlling/Evaluation (Medienresonanz, ...)
- Die Rolle des Kommunikationsmanagers im Betrieb
- Interaktion auf Augenhöhe mit Zielgruppen
- Kanäle und Funktionsweisen
- Case studies, Best Practice (u. a. Beispiele der Teilnehmer:innen)

Modul 2 Effizientes Social-Media-Marketing

Referent: Josef Rankl, Social-Media-Berater

Termin: Mo 5.02.2024, jew. 9-17 Uhr

Professioneller Umgang mit Redaktions-Systemen, RSS-Feeds und vielen anderen Techniken Sie lernen mit weniger Zeiteinsatz ein Mehrfaches an Erfolg für Ihre Social-Media-Präsenzen herauszuholen. Die verschiedenen Plattformen effizienter bedienen, den Überblick zu wahren, zu strukturieren und zu automatisieren. Professioneller Umgang mit Redaktions-Systemen, RSS-Feeds u.a.m.

Ziele/Inhalte:

- Verschiedene Plattformen effizient bedienen
- Überblick wahren, strukturieren und automatisieren
- Professioneller Umgang mit Redaktions-Systemen, RSS-Feeds
- Zeitersparnis durch den Einsatz von Social-Media-Tools

Modul 3: Texten für Social Media

Referent: Josef Rankl, Social Media Berater

Termin: Fr 9.02.2024, jew. 9-17 Uhr

Sie haben erkannt, dass Texten in sozialen Netzwerken besonderen Regeln unterliegt? Sie wollen Ihre Social-Media-Kommunikation optimieren? Texte und Sprache unterscheiden sich von Kanal zu Kanal. Lernen Sie, wie aus PR-Meldungen und Unternehmens-Nachrichten spannende und virale Social-Media-Postings entstehen.

Ziele /Inhalte:

- Richtig texten und schreiben für soziale Medien. Inhalte als wichtigster Baustein.

Sie lernen die Erfolgs-Faktoren für erfolgreiche Social-Media-Posts kennen und erfahren die inhaltlichen Unterschiede der einzelnen Kanäle. Sie erzählen spannende Geschichten und beherrschen Content Marketing. Einsatz von Hilfs-Tool.

Modul 4 Digitales Storytelling

Referent: Ingo Bosch, Medientrainer, Präsentationscoach und Executive Positioning Berater

Termin: Mo 4.03 – Di 05.03.2024, jew. 9 – 17 Uhr

Menschen rational und emotional erreichen und so zum gewünschten Verhalten führen. Denn es ist wissenschaftlich belegt: Geschichten bleiben hängen. Geschichten veranschaulichen Zusammenhänge. Geschichten wecken Gefühle. Meist wesentlich besser als mit reinen Informationen.

Inhalte/Ziele:

- Geschichten strategisch entwickeln – mit Zielgruppenanalysen, Ziel- und Botschaftendefinition,
- Entwicklung merkwürdiger Geschichten über die Wahl der passenden Kanäle bis zur Evaluation.
- Entwicklung mindestens einer Geschichte für eine Aufgabe, die im persönlichen Arbeitsalltag ansteht.

Pflichtmodul Modul 5 Methodische Bausteine der PR und Marketing

Referent: Günay Hakan, Experte für Direktmarketing und Public Relations

Termin: Do 21.03 – Fr 22.03.2024, jew. 9 – 17 Uhr

Public Relations, professionell angewandt, unterstützt die erfolgreiche Kommunikation von Unternehmen und Organisationen maßgeblich. Um die gewünschten Ergebnisse, wie hohe

Aufmerksamkeit, Steigerung des Bekanntheitsgrades, Schaffung von Kaufpräferenzen, Imagewandel etc. zu erreichen, ist eine durchdachte und umfassende PR Konzeption erforderlich. In diesem Seminar wird deren Aufbau vermittelt. Gleichzeitig werden die vielfältigen Maßnahmen sowie deren effiziente crossmediale Nutzung dafür erklärt – verständlich und praxisnah.

Inhalte/Ziele:

- Konzept und Ziel der Public Relations
- Kommunikations-Strategien entwickeln: Analyse Mikroumwelt, strategische Optionen, Unternehmens- und Marketingstrategie
- Marketingplanung, Maßnahmenplanung, Mediaplanung
- Erfolgsüberwachung, Controlling, Optimierung

Modul 6 Schreiben für die PR

Referentin: Claudia Schanza, Journalistin, Moderatorin

Termin: Di 16.04 - Mi 17.04.2024, jew. 9-17 Uhr

Zielgruppengenaues Texten ist für jeden PR-Profi relevant, doch in der täglichen Textproduktion fehlt oft die Zeit für den Feinschliff. Eine geübte Schreibe, griffige Titel und lesefreundliche Satzkonstruktionen können erlernt werden, um auch unter Zeitdruck gelungene PR-Texte zu produzieren. In diesem Seminar schärfen Sie Ihr sprachliches Gespür, um sprachliche Werkzeuge bewusst einzusetzen. Anhand der häufigsten/wichtigsten Textformen des PR-Alltags gehen Sie auf spezifische Anforderungen dieser Texte ein, lernen Best Practices, die Sie direkt in Ihre Arbeit übertragen können.

Ziele/Inhalte:

- Wie Sie mit ansprechenden Texten eine weitreichende Leserschaft für Ihren Unternehmensauftritt gewinnen können.
- Texte spannend, kreativ, lesefreundlich und geschlechtersensibel zu verfassen
- Die textspezifischen Anforderungen an die am häufigsten verwendeten PR-Textsorten

Modul 7 Begeistern und überzeugen mit KI-geschütztem Storytelling

Referentin: Margret Mundorf, Linguistin und KI-Schreibexpertin, Uni Heidelberg. Mitgründerin des Virtuellen Kompetenzzentrums Schreiben lehren und KI

Termin: Di 21.05 – Mi 22.05.2024, jew.9-18 Uhr

Geschichten begeistern und faszinieren Menschen von jeher. Sie vermitteln Information – anders als Zahlen, Daten und Fakten – durch sinnliche Eindrücke und Emotionen. Sie begeistern durch ihre Anschaulichkeit und sie überzeugen, indem sie uns die Welt aus unterschiedlichen Blickwinkeln zeigen und verständlich machen. Im Seminar werden alle zu Geschichtenerzähler:innen – gemeinsam und mit Unterstützung von KI!

Inhalte/Ziele:

- Sie lernen erzähltheoretische Zutaten, um gute Geschichten zu entwickeln und

- setzen diese als Werkzeug für berufliche Kommunikationsziele ein (z. B. für Produktbeschreibungen, Marketingkampagnen, für Webseiten und Social Media, Unternehmensgeschichten etc.)
- Sie kennen Anwendungen und spezifische Funktionen aus dem Bereich generativer KI und wählen diese aufgabenbezogen zum Storytelling aus.
- Sie erarbeiten stufenweise und systematisch ein eigenes Storytelling-Projekt mithilfe von KI-Werkzeugen aus dem Bereich des Natural Language Processing (NLP)
- Sie geben und erhalten Feedback aus der Gruppe und stellen ihr Projekt in einem AIStory-Slam zum Abschluss des Seminars vor

Modul 8 Krisenkommunikation

Referent: Ralph Dalibor, Trainer, Berater, Mediencoach, Sprech- und Schauspielausbildung

Termin: Mi 16.09 – Di 17.09.2024, jew. 9 – 17 Uhr

Miteinander reden hilft! Gerade in und für Unternehmen ist die Kommunikation ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Vor allem dann, wenn Situationen nicht wie geplant laufen, Ereignisse sich in einer Krise überschlagen oder bei Veränderungen transparente Information das Verständnis bei Mitarbeiter:innen fördert. Für die externe Kommunikation gibt es oft einen Krisenkommunikationsplan der die Zuständigkeiten und Prozesse regelt. Bei Change-Projekten - einer Hauptursache für interne und oft auch für externe Krisen - fehlen meistens klare Regeln. Eine Risiko, denn Mitarbeiter:innen wollen heute nicht mehr nur informiert sein – sie wollen involviert werden. Im Workshop werden die Grundlagen für effektive interne und externe Kommunikation vermittelt.

Inhalte/Ziele:

- Rollen, Aufgaben und Zielgruppen der internen und der externen Kommunikation kennenlernen
- Krisen und deren Management: Eckpunkt für ein Krisen-Kommunikations-Handbuch erarbeiten
- Den Zusammenhang von Krisen und Veränderungssituationen darstellen sowie Lösungsansätze aufzeigen
- Maßnahmen zur gezielten Einbindung von Mitarbeiter:innen in Veränderung-Situationen entwickeln

Modul 9: Mediatraining mit Videofeedback

Referentin: Claudia Schanza, Journalistin, Moderatorin

Termin: Do 17.10. – Fr 18.10.2024, jew. 9 – 17 Uhr

Professionelle Medienarbeit mit Radio- und Fernsehjournalisten. Hintergründe verstehen, Ängste verlieren: Die Teilnehmenden trainieren, ihr Thema in TV und Radio „rüberzubringen“.

Inhalte/Ziele

- Bereit für Mikrofon und Kamera
- Vorbereitung auf Pressekonferenz und Interview
- Optimierung des ersten Eindrucks

- Abstimmung der Bedürfnisse von Medien mit dem eigenen Kommunikationsziel
- Erfahrung mit Mikrofon und Kamera sammeln
- Die Macht der Bilder verstehen

Modul 10: Corporate-Podcast Workshop

Referent: Stephan Schreyer, „Strategic Corporate Audio Advisor“, Experte im Corporate-Audio-Bereich

Termin: Do 14.11- Fr 15.11.2024, jew. 9-17 Uhr

Podcasts boomen – auch bei Unternehmen und Marken. Wer mit seinem Corporate Podcast gehört werden will, braucht eine Strategie, ein Konzept und Inhalte. Professionell umgesetzt, kann auditiver Content tiefe, emotionale und nachhaltige Markenerlebnisse schaffen, die sich positiv auf Markenbildung und Markenbindung auswirken. In diesem Workshop steht das strategische Konzept im Mittelpunkt: Warum sind Ziel und Zielgruppendefinition so wichtig? Wie finde ich ein relevantes Thema? Wie messe ich Erfolg? Anschließend können Sie Ihr Corporate-Format entwickeln, die Produktion planen und mit externen Dienstleistungsfirmen professioneller zusammenarbeiten.

Inhalte:

- Strategische Entwicklung eines Podcast-Konzepts
- Praxisbeispiele
- Chancen und Risiken von auditivem Content
- Die Zielgruppe und das Hörerverhalten
- Themen-/Formatfindung
- Erfolgskriterien & Erfolgsmessung für Corporate Podcasts
- Reichweitenstrategie

Lernziele:

Die Teilnehmenden können nach dem Seminar

- Chancen und Risiken einschätzen, die Audio für Unternehmen, Behörden und Organisationen bietet
- Ein strategisches Konzept für einen Corporate Podcast entwickeln
- Die Umsetzung eines Corporate-Podcast-Konzepts steuern bzw. anleiten

Modul 11 Bewegte Bilder für die Unternehmenskommunikation

Referent: Marcel Wehn, Filmregisseur, Referent und Gastdozent für Film an der Deutschen Presseakademie

Termin: Do 10.12 – Mi 11.12.2024, jew. 9 – 17 Uhr

Sie wollen mit bewegten Bildern in Ihrem Unternehmen langfristige Kampagnen entwickeln, aber benötigen dazu einen Fahrplan? Sie möchten eine konkrete Filmidee für entsprechende Kanäle konzipieren? Im Seminar gehen wir auf folgende Schwerpunkte ein:

Inhalte

- Wie konzipiere und denke ich Botschaften speziell für Bewegtbild?
- Von der eigenen Aufgabe mit Hilfe von strategischen W-Fragen zur Filmidee.
- Wann erzähle ich informativ und wie berühre ich Zuschauende emotional durch Storytelling?

- Die drei elementaren Dramaturgie Formen Dreiaktstruktur, Heldenreise und Spot kennen und anwenden lernen.
- Mit Hilfe von Kreativitätstechniken eine originelle Filmidee entwickeln.

Lernziele:

Die Teilnehmenden erlernen, wie und warum für Film anders gedacht werden muss als für Textbeiträge. Anhand eigener Filmstoffe durchlaufen Sie praktisch alle wichtigen Schritte der Filmkonzeption von der Aufgabe bis zur Storyline.