Media Relations

PR & Öffentlichkeitsarbeit · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Die Welt der Medien und Kommunikation ist ständig in Bewegung und bietet unzählige Chancen. Du hast das Potenzial dieser Dynamik erkannt und viele Unternehmen suchen nach Expert:innen wie Dir. Mit Deiner Weiterbildung Media Relations wirst Du Unternehmen dabei unterstützen, ihre Geschichten authentisch zu erzählen und ihre Botschaften effektiv zu verbreiten.

In Deiner Weiterbildung lernst Du, wie Du Kommunikationsstrategien planst, implementierst und überwachst. Dabei wirst Du auch die Aspekte der Medienwirkungsforschung – also die Medienwirkungen und Effekte von Nachrichten - kennenlernen und diskutieren. Deine Weiterbildung umfasst auch die Konzeption und Umsetzung von Pressestrategien. Du wirst erfahren, wie Du verschiedene Instrumente und Methoden effektiv einsetzt und in der Praxis anwendest. Darüber hinaus wirst Du Dich mit der Unternehmenskommunikation auseinandersetzen und das Konzept der Corporate Identity kennenlernen. Abschließend tauchst Du in die Welt der digitalen und mobilen Kampagnen ein und lernst, wie Du diese planst, implementierst und optimierst. Mit Deinem zertifizierten Abschluss von der IU Akademie bist Du in der Lage, Dein erworbenes Wissen und Deine Fähigkeiten in der Praxis umzusetzen und erfolgreich in der Welt der Medien und Kommunikation zu agieren. Deine Weiterbildung Media Relations bereitet Dich optimal auf die Möglichkeiten des dynamischen Medienmarktes vor.

02 Lehrplan & Module

1. Pressestrategie und PR-Controlling

Vor dem Hintergrund der Digitalisierung und Medialisierung steigt die Bedeutung der PR, der Presse- und Medienarbeit. Erfolgreiche Pressearbeit muss daher strategisch organisiert und realisiert werden. Und dieser Erfolg muss messbar sein. Aus diesem Grunde kommen in der modernen Presse- und Medienarbeit sowohl der strategischen Kommunikation als auch dem Kommunikationscontrolling zentrale Bedeutungen zu. Um diese vollumfänglich zu durchdringen, werden auch Aspekte der Medienwirkungsforschung thematisiert und diskutiert. Schließlich soll die Interdependenz von Strategie und Controlling herausgearbeitet werden. Dieses Verhältnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung erfolgreicher Pressestrategien und PR-Controllings zu vermitteln.
Kursinhalte
Einführung und Grundlagen Begriffsdefinition & Gegenstand der Pressestrategie
Begriffsdefinition & Gegenstand des PR-Controllings
Pressestrategie und PR-Controlling aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive Theoretische Grundlagen: Ansätze und Modelle
Adaption in der Praxis
Kommunikationsstrategie Strategische Kommunikation in der Presse- und Medienarbeit
Instrumente und Methoden
Trends und Entwicklungen
Kommunikationscontrolling Controlling in der Unternehmenskommunikation
Instrumente und Methoden
Trends und Entwicklungen
Bedeutung von Pressestrategie und PR-Controlling in der modernen Presse- und Medienarbeit Strukturen und Prozesse öffentlicher Kommunikation
Digitalisierung und Medienwandel im Fokus
Fazit und Ausblick
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

2. Digital and Mobile Campaigns

Die Bedeutung des „Digital Marketing“ nimmt weiter zu. Die Vermarktung von Produkten oder Dienstleistungen mit digitalen Technologien, im Internet und auch durch Mobiltelefone, ist zum festen Bestandteil eines jeden Marketingplans geworden. Online-Marketing-Kampagnen, die zahlreiche Zielseiten integrieren um dabei Traffic und Verkäufe zu generieren und dabei auch auf Mobiltelefonen funktionieren, gilt es zu planen, in der Umsetzung zu überwachen und zu optimieren. Das dazu notwendige Wissen wird den Studierenden im Rahmen des Kurses präsentiert und das notwendige Handwerkszeug zur Entwicklung, Umsetzung und Optimierung digitaler und mobiler Kampagnen vermittelt.
Kursinhalte
Strategische Aspekte digitaler und mobiler Kampagnen Die übergeordnete Marketingstrategie
Die Marketingplanung
Die Integration von Offline und Online Elementen
Grundlagen der Entwicklung einer digitalen Marketingstrategie Die Online Marktanalyse
Das Micro-Umfeld der digitalen Marketingstrategie
Das Macro-Umfeld der digitalen Marketingstrategie
Ziele und Zielgruppen der digitalen Marketingstrategie
Charakteristika Digitaler Medien und Technologien Von Push zu Pull
Vom Monolog zum Dialog
One-to-many, one-to-some, one-to-one, many-to-many
Digitales Branding
Digitale Medien und Kanäle SEO, SEA und e-PR
Content und Affiliate Marketing
Interaktive Display Werbung
Email Marketing und Mobile Text Messaging
Social, Influencer und virales Marketing
Die Kampagnenplanung Budgetplanung: Balance der Kosten von Content, Traffic und User Experience
Kampagnen Automation
Der automatisierte Mediahandel - Realtime-Bidding (RTB)
Der Medien-Mix
Online Customer Experience Website Design
Anforderungen an die Website oder App
Rechtliche Rahmenbedingungen
Besonderheiten mobiler Kampagnen SMS, QR Codes und Bluetooth
Location based advertising
Location based services
Responsive Design
Erfolgsmessung, -Kontrolle und Verbesserung von Kampagnen Entwicklung eines Systems zur Erfolgsmessung und Kontrolle
Festlegung der Indikatoren zur Erfolgsmessung
Techniken und Werkzeuge zur Erfolgsmessung
Kampagnen-Optimierung
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. Corporate Communication

In diesem Kurs nehmen die Studierenden eine ganzheitliche Betrachtung aller nach innen und außen gerichteten kommunikativen Aktivitäten eines Unternehmens vor. Diese sogenannte Corporate Communication – Unternehmenskommunikation ist ein Teil der Corporate Identity und dient dazu, das Corporate Image zu kommunizieren. Hierbei können beispielsweise „Nachhaltigkeit“ oder „Coolness“ im Fokus stehen. Im Zuge gesättigter Märkte und globaler Konkurrenz wird das Corporate Image immer wichtiger. Corporate Image und Communication werden zunehmend zu Wettbewerbsvorteilen, weil es für Unternehmen immer schwieriger wird, produktbezogene Wettbewerbsvorteile zu erzielen und zu erhalten. Der Kurs verknüpft gezielt theoretische und strategische Grundlagen mit praktischem Wissen zu den Inhalten, Methoden, Instrumenten und Strukturen der Corporate Communication.
Kursinhalte
Einführung Corporate Communication Grundlagen und Definitionen
Interne vs. externe Unternehmenskommunikation
Imagebildung und Markenaufbau
Best-Practice-Beispiele im internationalen Kontext
Corporate Communication und PR Corporate Communication als Teildisziplin der Unternehmenskommunikation
Abgrenzung zur Öffentlichkeitsarbeit
Historische Entwicklung und Meilensteine
Corporate Philosophy als Mittel der Unternehmensführung Corporate Soul
Corporate Language
Corporate Culture
Corporate Identity im Fokus Visual Branding: Das Corporate Design
Invisual Branding: Corporate Identity
Corporate Communication und Digitalisierung Herausforderungen der Multi-Channel-Communication
Ausblick: Trends und Entwicklungen im Digitalisierungszeitalter
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

4. Pressestrategie

Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in das Themenfeld der Pressestrategie erhalten. Neben der Vermittlung von zentralen Kenntnissen über die einzelnen Instrumente und Methoden und ihren Einsatzfeldern in der Praxis steht die Analyse von besonders erfolgreichen und nicht erfolgreichen Pressestrategien aus der Praxis im Fokus der Betrachtung und der Analyse. Schließlich sollen die Studierenden befähigt werden, selbst Pressestrategien zu konzeptionieren und im Rahmen eines Beispielprojekts alle Schritte bzw. Stufen von der Idee bis zur Realisation einzuüben.
Speziell im dualen Fernstudium:
Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.
Kursinhalte
Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in Bezug auf die Konzeption und die Realisation von Pressestrategien, ibs. mit Blick auf zielgruppenadäquaten Einsatz. Sie lernen, selbständig Strategien zu entwickeln und zu konzeptionieren sowie umzusetzen. Dabei werden sie für Problemstellungen sensibilisiert und lernen, diese präventiv zu erkennen und selbstständig zu lösen.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Portfolio

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Media Relations Manager, Pressesprecher, Kommunikationsmanager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen