

PR Medien – Corporate Publishing

Termine

Modul 1: 23.05.– 26.05.2012

Modul 2: 04.07.– 07.07.2012

Modul 3: 01.08.– 04.08.2012

Modul 4: 22.08.– 25.08.2012

Das Konzept

Die Kunden- und Mitarbeiterkommunikation ist auf neuen Wegen! Ist die Zeit des althergebrachten „Betriebsjournalismus“ abgelaufen? Ja und nein.

Nein, weil sich ein guter Redakteur interner Medien nach wie vor durch Textkompetenz auszeichnet, durch ein Gespür für Themen, durch den Anspruch, Kunden und Mitarbeiter unmittelbar anzusprechen, für Verständnis zu werben, Vertrauen aufzubauen.

Ja, weil das Spektrum der medialen Möglichkeiten erheblich größer geworden ist. Zu den gängigen Printmedien wie Mitarbeiterzeitung, Aushängen etc. sind seit geraumer Zeit elektronische Angebote wie Newsletter, Business-TV, Intranet, Homepages hinzugekommen. Durch den neuerlichen multimedialen Schub – Social Media, Web 2.0 und den damit verbundenen Rückkanal – ist ein gänzlich anderes Zeitalter angebrochen, eine zusätzliche Dimension, die Kunden- und Mitarbeiterkommunikation vor neue Herausforderungen stellt.

Denn viele neue Möglichkeiten allein sind noch kein Garant für eine gelungen verzahnte Kommunikation. Eine effektive Cross-Media-Vernetzung basiert auf einem nachhaltig angelegten konzeptionellen Fundament. Und, die Praxis zeigt es deutlich: Unternehmensmedien werden umso besser akzeptiert, je deutlicher sie in Machart und Erscheinungsform kommerziellen, das heißt professionell produzierten Produkten gleichen; das gilt für Printformate ebenso wie für Online- und TV-Produkte.

Hier liegt eine weitere Herausforderung: Die Macher der Unternehmensmedien müssen nicht mehr nur gute Texter sein, sondern auch ein Grundverständnis als Kommunikationsmanager, Fotograf, Layouter, Herausgeber, Webdesigner, TV-Macher und -Produzent mitbringen. Diesem Umstand will unsere 16-tägige Weiterbildung gerecht werden – praxisnah und trainingsintensiv, wie all unsere Angebote!

Das Ziel

Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, glaubwürdige, interessante und darum gerne nachgefragte Informations- und Dialogmedien im Print-, Online- wie TV-Sektor für ihre internen und externen Zielgruppen zu entwickeln. Neben der Vermittlung von handwerklichen Fertigkeiten geht es bei diesem Angebot auch darum, die konzeptionell-strategische Arbeitsweise zu erlernen und zu verinnerlichen, die für eine nachhaltig erfolgreiche Cross-Media-Arbeit unerlässlich ist.

Die Zielgruppe

Kolleginnen und Kollegen, die bereits über erste Erfahrungen im Journalismus verfügen, die in Redaktionsteams sind bzw. einsteigen wollen, oder den Bereich Corporate Publishing aufbauen sollen.

Die Methode

Die Vermittlung der Inhalte geschieht in weiten Teilen durch Präsenzunterricht, der durch Gruppen- und Einzelübungsphasen gekennzeichnet ist. Einige Einheiten werden durch Online-Übungen unterstützt, andere durch Printmaterialien.

Die Weiterbildung ist berufsbegleitend aufgebaut und umfasst insgesamt 16 Workshoptage, die in vier mal vier Tageseinheiten aufgeteilt sind und einmal pro Monat, in der Regel jeweils von Mittwoch bis Samstag, in Heidelberg durchgeführt werden. Die Zahl der Teilnehmer ist auf zehn begrenzt.

Programm

Modul 1: Journalistik

- Einführung Corporate Publishing in der Unternehmenskommunikation
- Rechercheformen und -techniken
- Journalistische Darstellungsformen
- Themenfindung
- Kurztexpte, Headlines, Bildlegenden
- Planung und Organisation von Medienprojekten

Modul 2: Textwerkstatt

- Formen des Berichts, Features, Feuilletonistische Texte
- Online-Texte
- Typo, Grafik, Fotografie
- Corporate Design

Modul 3: Multimedia

- Webpräsenz
- Social Media
- Podcast
- Corporate Film

Modul 4: Konzeption

- Medientypen im Medienmix
- Konzeptionelle Methoden zur Entwicklung und Weiterentwicklung
- Zeit und Budget
- Vorstellung der Konzepte

Die Trainer

Michael Bechtel

war viele Jahre Mitglied der Bundespressekonferenz in Bonn. Seitdem hat sich der Alltag des Freien Journalisten auf Themenfelder wie Wirtschaft und Europa verlagert. Mit zahlreichen Beiträgen in den Branchenmedien und in der Fachliteratur hat er sich einen Namen als Ideenlieferant für die Presse und als medienkritischer Beobachter gemacht. Als erfahrener Trainer engagiert er sich seit langem in der Aus- und Weiterbildung von Journalisten und PR-Verantwortlichen.

PR Medien – Corporate Publishing

Claudia Görgen

Geschäftsführerin der Trurnit Filmmedien in München, arbeitete als Freelancerin mehrere Jahre für verschiedene Medienbüros und TV-Sender als Journalistin. 1998 Prüfung zur PR-Beraterin, im Anschluss mehrere Jahre Konzepterin in einer Multimedia-Agentur. Von 2001 bis 2007 leitete sie den Online-Bereich bei E.ON Energie in München, danach bis 2009 die Online-Abteilung bei Heraeus in Hanau. Aktuell produziert sie mit Trurnit Filmmedien Corporate- und Image-Filme, Interviews, Dokumentationen und Werbespots für verschiedenste Kunden.

Christian Ketels

Geboren in München, produzierte 1983 erste eigene Kurzfilme, anschließend verschiedene Video- und Filmproduktionen während des Studiums an der Hochschule (Theaterwissenschaft/Politik) und auf der Schauspiel-Regieschule Theaterakademie Ulm.

1989 Gründung ck tv&film. Seither Produktion eigener Filme im eigenen Studio (HD) wie auch Arbeiten als freischaffender Autor, Regisseur, Kameramann und Cutter für Kino, TV, Industrie-Imagefilm, Kunst und Kultur. Aktuell: Rekonstruktion des Eisenstein-Films „Oktober“ (ARTE/Filmmuseum München) – Präsentation auf der Berlinale 2012.

Frieder Pflregar

Managing Partner bei der PR-Agentur Communication Harmonists in Heidelberg. Seit über 15 Jahren berät er Unternehmen in Medienarbeit, Corporate Publishing und Interner Kommunikation. Für seine Kunden hat er diverse Corporate Publishing Projekte konzipiert und umgesetzt. Für PR dual als Dozent für die Themen Corporate Publishing, Public Affairs und Messe-PR aktiv. Zu seinen Spezialgebieten zählen Strategieberatung und Redenschreiben.

Axel Siefert

Diplom-Grafikdesigner, arbeitete bis 1995 als selbständiger Illustrator, Sachbilderbuchautor und Grafikdesigner, seit 1995 geschäftsführender

Gesellschafter der ART + Design Werbeagentur GmbH in Heidelberg. Seitdem Betreuung regionaler, nationaler und internationaler Kunden mit Schwerpunkt Printmedienkonzeption und -realisierung (Bosch, Roche, Unilever u. a.) sowie Verlage (Duden/ Brockhaus, Breitschopf u. a.) und Institutionen (Bundesverband Selbsthilfe Körperbehinderter u.a.).

Konditionen

Teilnahmegebühr/Zahlungsweise

€ 5.600,- zzgl. MwSt. für sechzehn Trainingstage. Die Kursgebühr ist zahlbar in vier monatlichen Raten à € 1.400,- zzgl. MwSt.

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Heidelberg.

Das Angebot ist nur komplett buchbar. Im Preis enthalten sind sämtliche Skripte und Arbeitspapiere sowie die Nutzung des W-LAN. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt, jeder Teilnehmer erhält am Ende der Veranstaltung ein Zertifikat.

Veranstaltungsort

Die Trainings finden ganztägig von 9:00 bis 18:00 Uhr in unserem Seminarzentrum in Heidelberg statt. Für den Unterricht benötigen Sie ein W-LAN-fähiges Notebook. Wir unterstützen unsere Teilnehmer bei der Suche nach passenden Unterkünften.

Stornogeühren

Bei Rücknahme der Buchung (unbedingt schriftlich) berechnen wir bis 30 Tage vor Seminarbeginn keine Stornogeühren, bis 14 Tage vor Seminarbeginn 50 Prozent der Seminargebühren. Bei späteren Absagen berechnen wir die vollen Seminargebühren. Selbstverständlich können Sie eine andere Person als Ersatzteilnehmer benennen.

Hinweis

Wir behalten uns vor, ein angezeigtes Seminar zu verschieben oder aus zwingenden Gründen ausfallen zu lassen.

PR Medien – Corporate Publishing - Anmeldung per Fax: 06221 – 90 586 22

Bitte senden Sie mir Informationen zu Ihren weiteren Angeboten

Ich nehme teil am:

23.05.– 26.05.2012 (Modul 1) 04.07.– 07.07.2012 (Modul 2) 01.08.– 04.08.2012 (Modul 3) 22.08.– 25.08.2012 (Modul 4)

Vorname		Nachname	
Unternehmen		Abteilung / Funktion	
Straße/Postfach		PLZ/Ort	
Telefon	Fax	e-mail	
Datum		Unterschrift	