

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