

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT  
**E-LEARNING-PROGRAMM**  
**2012**

Social Media • Community Management  
Interne Kommunikation • Krisenkommunikation  
Online-Marketing



# Weiterbildung durch E-Learning



Berufliche Fort- und Weiterbildung und die Erweiterung der individuellen Fähigkeiten und Fertigkeiten sind in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit heute für die Karriere unverzichtbar.

Interaktiv  
Flexibel  
Effizient

Das Aussterben des klassischen 9-to-5 Jobs stellt jedoch zahlreiche Herausforderungen an Weiterbildungsangebote. Arbeitszeiten werden heute so gelegt wie aktuelle Projekte und Aufgaben es erfordern. Kurzum: **Flexibilität** und **Interaktivität** sind auch im Bereich Weiterbildung gefragt.

Die Deutsche Presseakademie bietet Ihnen deshalb **E-Learning-Kurse**, die **unabhängig von Zeit und Ort, flexibel von zu Hause oder vom Arbeitsplatz** besucht werden können. Durch moderne Social Media-Technologien wird außerdem ein Vernetzen der Teilnehmer und der Austausch zwischen Dozenten und Teilnehmern ermöglicht.

Die E-Learning-Kurse zeichnen sich durch **praxisnahe Wissensvermittlung**, tagesaktuelle Themen und die Möglichkeit, Trends schnell aufzugreifen aus. So bietet die Deutsche Presseakademie im Frühjahr 2012 erstmals einen E-Learning-Kurs zum Thema **»Online-Marketing«** an und reagiert so auf die **Verschmelzung** der Unternehmensbereiche PR und Marketing durch Social Media Tools. Auch die veränderten Kommunikationsprozesse durch Social Communities werden in den Online-Kursen thematisiert. Der **»Social Media & Community Management«**- Kurs gibt eine Einführung in die Kommunikationskanäle im Web 2.0 und zeigt die Entwicklungen im Bereich der Social Communities auf. Erstmals gibt es bei diesem E-Learning-Studiengang auch ein Modul zum Thema **Google+**.

Aber auch klassische Themen der PR und Öffentlichkeitsarbeit werden mit den E-Learning-Kursen **»Interne Kommunikation«** und **»Krisenkommunikation«** abgedeckt. Außerdem findet ab Februar 2012 zum achten Mal der Online-Kurs **»Social Media & Kommunikationsmanagement«** statt – der perfekte Kurs für Einsteiger, die eine umfassende Einführung in die Welt des Web 2.0 erwarten.

## WEITERE DETAILS

### Dauer

- Je nach Kurs 5-9 Wochen Live-Vorlesungen  
+ 4 Wochen Bearbeitungszeit für die Lehraufgaben

### Umfang

- Je nach Kurs 5-9 Module à 90 oder 120 Minuten  
Live-Vorlesung

### Betreuung

- Alle Teilnehmer erhalten eine individuelle Betreuung per Telefon und E-Mail durch das Team der Deutschen Presseakademie. Das Team steht zudem jederzeit für Fragen zu Studieninhalten und dem technischen und organisatorischen Prozedere zur Verfügung.

### Abschluss

- Teilnehmer des E-Learnings erhalten nach Teilnahme an den Vorlesungen und erfolgreicher Bearbeitung der Lehraufgaben ein Teilnahmezertifikat der Deutschen Presseakademie.

### Vorteile

- Interaktiv: Sie nutzen Social Media-Technologien zur Kommunikation mit Dozenten und Kursteilnehmern
- Flexibel: Sie studieren zeitlich unabhängig von zu Hause oder an Ihrem Arbeitsplatz
- Effizient: Sie haben starken Wissenszuwachs und sparen Anreise- und Übernachtungskosten.

Gerne beantworten wir Ihnen alle Fragen rund um die Online-Learning-Kurse auch telefonisch unter +49 (0)30 / 447 29 500 oder per E-Mail.

# Das E-Learning-Angebot im Überblick



Zum Informationsfilm

## PR/ Öffentlichkeitsarbeit

	Struktur	Zielgruppe	Dauer	Studiengebühr
<b>SOCIAL MEDIA &amp; KOMMUNIKATIONS-MANAGEMENT</b> Start: 18.04.2012 (Seite 4–5)	E-Learning mit Schwerpunkten zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Pressearbeit</li> <li>⇨ Unternehmenskommunikation</li> <li>⇨ Interne- und Krisenkommunikation</li> <li>⇨ Social Media-Management</li> </ul>	PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs und die Social Media-Verantwortlichen in Unternehmen und Agenturen	9 Wochen + 4 Wochen Bearbeitungszeit für die Lehraufgaben	Normalpreis 960 Euro* Frühbucherrabatt 740 Euro*
<b>SOCIAL MEDIA &amp; COMMUNITY MANAGEMENT</b> Start: 28.03.2012 (Seite 6–7)	E-Learning mit Schwerpunkten zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Facebook</li> <li>⇨ Twitter</li> <li>⇨ Google +</li> <li>⇨ Digitale Kampagnen</li> <li>⇨ Das mobile Internet</li> </ul>	PR-, Kommunikations- und Marketingverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs und die Social Media-Verantwortlichen in Unternehmen und Agenturen	7 Wochen + 4 Wochen Bearbeitungszeit für die Lehraufgaben	Normalpreis 890 Euro* Frühbucherrabatt 640 Euro*
<b>INTERNE KOMMUNIKATION</b> Start: 15.05.2012 (Seite 8)	E-Learning mit Schwerpunkten zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Erfolgs- und Kostenfaktor</li> <li>⇨ Kommunikation und Web 2.0</li> <li>⇨ Krisenkommunikation</li> <li>⇨ Kommunikationscontrolling</li> </ul>	PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs, die die interne Kommunikation verantworten	5 Wochen + 4 Wochen Bearbeitungszeit für die Lehraufgaben	Normalpreis 840 Euro* Frühbucherrabatt 590 Euro*
<b>KRISEN-KOMMUNIKATION</b> Start: 15.05.2012 (Seite 9)	E-Learning mit Schwerpunkten zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Krisenmanagement</li> <li>⇨ Krisenkommunikation im Social Web</li> <li>⇨ Krisenprävention</li> <li>⇨ Reputationswiederaufbau</li> </ul>	PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen und Institutionen, die eine Einführung in das Thema Krisenkommunikation wünschen	5 Wochen + 4 Wochen Bearbeitungszeit für die Lehraufgaben	Normalpreis 840 Euro* Frühbucherrabatt 590 Euro*

## Marketing

	Struktur	Zielgruppe	Dauer	Studiengebühr
<b>ONLINE - MARKETING</b> Start: 29.02.2012 (Seite 10)	E-Learning mit Schwerpunkten zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Online-Marketing-Instrumente</li> <li>⇨ Suchmaschinenmarketing</li> <li>⇨ Social Media-Marketing</li> <li>⇨ Controlling</li> </ul>	Marketing-, PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs, die für den Bereich Marketing und Kommunikation verantwortlich sind	5 Wochen + 4 Wochen Bearbeitungszeit für die Lehraufgaben	Normalpreis 840 Euro* Frühbucherrabatt 590 Euro*






\* zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer

# E-Learning | Social Media & Kommunikationsmanagement

Start am  
18.04.2012

Dieser interaktive Kurs vermittelt Ihnen die wichtigsten Aspekte im Umgang mit Social Media. Lassen Sie sich alle Möglichkeiten einer umfassenden Social Media-Strategie aufzeigen und erklären, welche Online Tools Sie effektiv für Ihr Unternehmen nutzen können. Dieser Kurs bietet Ihnen kompaktes Wissen für den professionellen Einsatz von Kommunikationsinstrumenten im Web 2.0. Als Privatperson können Sie Social Media nutzen – wann und wie Sie möchten. Sie können alles ausprobieren, Anfragen ignorieren oder sogar Ihren Account vier Wochen ruhen lassen. Für Unternehmen gilt: immer aktiv sein!

## E-Learning in 9 Modulen

1	2	3	4	5
18.04.2012 18.00 – 20.00	25.04.2012 17.00 – 19.00	02.05.2012 18.00 – 20.00	09.05.2012 17.00 – 19.00	15.05.2012 17.00 – 19.00
<b>Einführung in die Kommunikation im Web 2.0</b>	<b>Unternehmenskommunikation 2.0</b>	<b>Pressearbeit 2.0</b>	<b>Krisenkommunikation im Web 2.0</b>	<b>Web 2.0 in der internen Kommunikation</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Nutzen und Ziele von Social Media</li> <li>⇨ Instrumente aus dem Web 2.0: Wikis, Blogs, Microblogs, Podcast und Bewegtbild</li> <li>⇨ Veränderungen und neueste Trends in der Medienlandschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Strategien, Tools und Plattformen für die Unternehmenskommunikation im Web 2.0</li> <li>⇨ Vernetzung und Dialogführung</li> <li>⇨ Aktionen im Netz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Pressearbeit mit dem Online-Kanal</li> <li>⇨ SEO: Was ist das und wie kann ich es einsetzen?</li> <li>⇨ Der Wert des Pagerankings und der Rankingverbesserung</li> <li>⇨ attraktiv schreiben trotz SEO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Wie kommunikative Krisen entstehen</li> <li>⇨ Wie die Skandalmaschine Internet funktioniert</li> <li>⇨ Wie man das Internet und Social Media im Krisenfall einsetzen kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Warum sind Web 2.0 Technologien so spannend für die interne Kommunikation?</li> <li>⇨ Die gefühlten und wirklichen Herausforderungen von Web 2.0 in der internen Kommunikation</li> </ul>
 <p><b>Christoph Ringwald,</b> Heraeus Holding GmbH</p> <p>ist Head of Business Media and Corporate Responsibility bei der Heraeus Holding GmbH. Zuvor war er Studienleiter der Deutschen Presseakademie. Bis Sommer 2009 war er Pressesprecher bei der Stiftung Lesen und davor Senior Berater bei Scholz&amp;Friends Agenda.</p>	 <p><b>Stephan Fink,</b> Fink&amp;Fuchs Public Relations</p> <p>ist Vorstand der Fink &amp; Fuchs PRAG. Er berät auf strategischer Ebene Unternehmen aus Technologiemarkten. Er ist Mitglied der Medienpolitischen Kommission der IHKs Hessen und hat einen Lehrauftrag am Kompetenzzentrum »Innovations- und Technologiekommunikation« der Universität Leipzig.</p>	 <p><b>Christoph Ringwald,</b> Heraeus Holding GmbH</p> <p>ist Head of Business Media and Corporate Responsibility bei der Heraeus Holding GmbH. Zuvor war er Studienleiter der Deutschen Presseakademie. Bis Sommer 2009 war er Pressesprecher bei der Stiftung Lesen und davor Senior Berater bei Scholz&amp;Friends Agenda.</p>	 <p><b>Hartwin Möhrle,</b> A&amp;B One Kommunikationsagentur</p> <p>ist Geschäftsführer der A&amp;B ONE Kommunikationsagentur GmbH. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Corporate Communications, Corporate Media, Krisenkommunikation, Compliance und Issues Management, Human Resources und Organisationsentwicklung.</p>	 <p><b>Frank Wolf,</b> T-Systems Multimedia Solutions</p> <p>ist verantwortlich für den Bereich Social Technologies and Collaboration bei Deutschlands größtem Internetdienstleister, der T-Systems Multimedia Solutions. Er ist Experte auf den Gebieten Knowledge Management, Social Media und Intranet 2.0 und schreibt zu diesen Themen auch regelmäßig auf dem Blog seines Teams besser20.de.</p>



## Werden Sie Social Media Manager

Buchen Sie die Kurse »Social Media & Kommunikationsmanagement« und »Social Media & Community Management« im Paket und erhalten Sie nach erfolgreicher Teilnahme ein Zertifikat zum »Social Media Manager (depak)«.

### Paketpreis:

Normalpreis 1.700 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt 1.200 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt gültig bis 16.03.2012



## Informationen

### Zielgruppe:

PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs und die Social Media-Verantwortlichen in Unternehmen und Agenturen

### Preis:

Normalpreis 960 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt 740 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt gültig bis 06.04.2012

### Termine:

Systemcheck für angemeldete Teilnehmer: 17.04.2012 (10.00 bis 12.00 Uhr)

**6** 23.05.2012  
17.00 – 19.00

### Social Media Management

- ⇒ Verankerung von Corporate Social Media
- ⇒ Strategische und operative Aufgaben und Herausforderungen
- ⇒ Abteilungsübergreifende Steuerung
- ⇒ Kommunikation zwischen interner und externer Community



Oliver Albiez,  
tapintoweb®

ist als selbstständiger Berater, Coach und Interimsmanager spezialisiert auf Online-Kommunikation und Online-Marketing. Schwerpunkte seiner Tätigkeit bilden die Entwicklung von Online-Strategien für Verlage und Medienunternehmen sowie die Planung und Durchführung der Vermarktung von Online-shops.

**7** 30.05.2012  
17.00 – 19.00

### Social Media & Recht – Chancen und Risiken im Social Web

- ⇒ Rechtliche Grundlagen im Internet (Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Datenschutzrecht)
- ⇒ Rahmenbedingungen bei Facebook, Youtube & Co
- ⇒ Rechtssicherer Umgang mit nutzergenerierten Inhalten
- ⇒ Social Media Guidelines



Dr. Carsten  
Ulbricht, Diem &  
Partner Rechts-  
anwälte

ist ein auf Internet und Social Media spezialisierter Rechtsanwalt bei der Stuttgarter Kanzlei Diem & Partner mit den Schwerpunkten IT-Recht, Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht sowie Datenschutz. Im Rahmen seiner anwaltlichen Tätigkeit berät Dr. Ulbricht nationale und internationale Mandanten in allen Rechtsfragen des E- und Mobile Commerce, sowie zu allen Themen im Bereich Social Web.

**8** 06.06.2012  
17.00 – 19.00

### Strategisches Monitoring

- ⇒ Grundlagen des strategischen Monitoring
- ⇒ Messen und Steuern von Social Media mit Hilfe von Kennzahlen



Ariana Fischer,  
Icom GmbH

ist Leiterin Consulting und Managing Partner der ICOM GmbH. Seit 1998 führt sie für die ICOM GmbH Beratungsprojekte bei verschiedenen Großunternehmen in den Bereichen interne und externe Kommunikation durch. Im Jahr 2003 übernahm sie die Bereichsverantwortung für das Thema Kommunikationscontrolling.

**9** 13.06.2012  
17.00 – 18.00

### Abschlussdiskussion: Kommunikation im Web 2.0

- ⇒ Social Media und seine Bedeutung
- ⇒ Herausforderungen der kommenden Jahre
- ⇒ Offene Fragen von Teilnehmern



Christoph Ringwald,  
Heraeus Holding  
GmbH  
Klaus Eck, Eck Kom-  
munikation

Christoph Ringwald: ist Head of Business Media and Corporate Responsibility bei der Heraeus Holding GmbH. Klaus Eck: Der PR Blogger und Kommunikationsberater Klaus Eck hat sich auf die Themen Corporate Blogs, Social Media Marketing sowie Online Reputation Management spezialisiert.

# E-Learning | Social Media & Community Management

Start am  
28.03.2012

Social Communities sind für Unternehmen zu unverzichtbaren PR-Instrumenten geworden. Sie ermöglichen direkten Austausch und integrieren so Zielgruppen unmittelbar in Kommunikationsprozesse. Doch was ist das Geheimnis einer erfolgreichen Community?



## Informationen

### Zielgruppe:

PR-, Kommunikations- und Marketingverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGO's und die Social Media Verantwortlichen in Unternehmen und Agenturen






### Preis:

Normalpreis 890 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)  
Frühbucherrabatt 640 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)  
Frühbucherrabatt gültig bis 16.03.2012

### Termine:

Systemcheck für angemeldete Teilnehmer: 27.03.2012  
(10.00 bis 12.00 Uhr)

## E-Learning in 7 Modulen

1	2	3	4	5
28.03.2012 17.00 – 18.30	05.04.2012 17.00 – 18.30	12.04.2012 17.00 – 18.30	19.04.2012 17.00 – 18.30	26.04.2012 17.00 – 18.30
<b>Social Media Strategieentwicklung</b>	<b>Engagementstrategie – Facebook</b>	<b>Engagementstrategie – Google+</b>	<b>Engagementstrategie – Twitter</b>	<b>Einführung ins Commu- nity Management</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Von Analyse bis Umsetzung: Was gehört zu einer Social Media Strategie?</li> <li>❖ Was macht eine gute Strategie aus und warum braucht es eine Strategie für das Web 2.0?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Nutzerverhalten bei Facebook</li> <li>❖ Eine Facebook-Seite haben allein reicht nicht: Welche Ziele kann sie erfüllen?</li> <li>❖ Welche Rolle spielen Apps und Facebook-Anzeigen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Warum Google+?</li> <li>❖ Unternehmen und Personen in Google+</li> <li>❖ Die Rolle von Google+ innerhalb der Google Welt</li> <li>❖ Google+ als Kanal für digital media relations</li> <li>❖ Social Search</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Twitter als Medium statt soziales Netzwerk</li> <li>❖ Der Einfluss von Rollen und Strukturen in Twitter</li> <li>❖ Strategien, Themen, Instrumente, Best Cases und Konzepte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Community Management: Ein zentraler Baustein von Corporate Social Media</li> <li>❖ Wer ist zuständig für die Community-Strategie und was muss beachtet werden?</li> </ul>
 <p><b>Björn Eichstädt</b> storymaker</p> <p>ist geschäftsführender Gesellschafter der Technologie-PR-Agentur Storymaker mit Sitz in Tübingen und Beijing. Seit 2005 ist er als Blogger im Web 2.0, seit 2007 auf Twitter unterwegs. 2011 gewann er mit storymaker den erstmals ausgelauten Social-Media-Preis bei den PR Report Awards in Berlin.</p>	 <p><b>Timo Lommatzsch,</b> Molthan van Loon Communications Consultants</p> <p>ist Geschäftsführer bei Molthan van Loon Communications Consultants in Hamburg. Als Unileiter Digital Dialogue verantwortet er hier alle Bereiche der strategischen und kampagnenbezogenen Online-Kommunikation.</p>	 <p><b>Christian Henne,</b> henne.digital</p> <p>ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur henne.digital. Seine Agentur berät Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung digitaler Kommunikationsstrategien. Als Teil der Geschäftsleitung beim PR Netzwerk MS&amp;L beriet Henne unter anderem Procter&amp;Gamble, T-Mobile, Bayer, Philips und Landliebe.</p>	 <p><b>Thomas Plotkowiak,</b> Universität St. Gallen</p> <p>ist als Doktorand am Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen tätig. Mit quantitativen Methoden der sozialen Netzwerkanalyse erforscht er den Einfluss von sozialen Strukturen auf die Informationsausbreitung von Nachrichten in sozialen Medien.</p>	 <p><b>Oliver Albiez,</b> tapintoweb®</p> <p>ist seit 2002 als selbstständiger Berater, Coach und Interimsmanager spezialisiert auf Online-Kommunikation und Online-Marketing. Schwerpunkte seiner Tätigkeit bilden die Entwicklung von Online-Strategien für Verlage und Medienunternehmen sowie die Planung und Durchführung der Vermarktung von Onlineshops.</p>



Buchen Sie die Kurse »Social Media & Kommunikationsmanagement« und »Social Media & Community Management« im Paket und erhalten Sie nach erfolgreicher Teilnahme ein Zertifikat zum »Social Media Manager (depak)«.

#### Paketpreis:

Normalpreis 1.700 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt 1.200 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt gültig bis 16.03.2012

**6** 03.05.2012  
17.00 – 18.30

#### Digitale Kampagnen entwickeln

- ⇒ Content ist King
- ⇒ Relevante und passende Kanäle finden
- ⇒ Engagement der Nutzer
- ⇒ Product & Brand Appearance
- ⇒ Controlling: messbare Ziele und Key Performance Indicators



Christian Henne,  
henne.digital

ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur henne.digital. Seine Agentur berät Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung digitaler Kommunikationsstrategien. Als Teil der Geschäftsleitung beim PR Netzwerk MS&L beriet Henne unter anderem Procter&Gamble, T-Mobile, Bayer, Philips und Landliebe.

**7** 10.05.2012  
17.00 – 18.30

#### Das mobile Internet

- ⇒ Mobile Websites: sinnvoll und erfolgreich einsetzen
- ⇒ Nutzerverhalten der User und der Unterschied zum klassischen Web
- ⇒ Mobile Websites, Apps & Co – Was gibt es zu beachten und wo sind die Unterschiede in der Anwendung?



Tanja Kiellisch,  
kernpunkt GmbH

ist studierte Medienkulturanalystin und als Marketingleitung für die Kölner Internetagentur kernpunkt GmbH tätig. Sie berät Unternehmen in den Bereichen B2B und B2C zu Themen aus dem Online-Marketing.

NEUES ANGEBOT

## Buchen Sie unsere E-Learning-Kurse auch als Inhouse-Schulung

### Inhouse-Schulungen bieten maßgeschneiderte Lösungen für Ihre individuellen Ansprüche

#### ⇒ Maßgeschneiderte Lösungen

Unsere Inhouse-E-Learning-Kurse bieten Ihren Mitarbeitern eine gezielte Weiterbildung, die den bisherigen Kenntnissen individuell angepasst wird

#### ⇒ Flexibilität

Sie entscheiden, aus wieviel Modulen Ihr Kurs zusammen gesetzt werden soll, welche Themen und Inhalte besprochen werden und wie viele Module pro Woche stattfinden.

Da alle E-Learning-Kurse bequem vom Home Office-Platz oder aus dem Büro durchführbar sind, können Sie selbstverständlich auch Mitarbeiter von verschiedenen Standorten durch einen E-Learning-Inhouse-Kurs schulen. Zudem können, anders als beim klassischen Inhouse-Seminar, verschiedene Referenten Ihre Mitarbeiter schulen, da auch sie nicht an einen Ort gebunden sind und sich von überall zuschalten können.


#### ⇒ Effizienz

Aufgrund des geringeren zeitlichen und finanziellen Aufwandes, ist diese Inhouse-Schulung für Ihre Mitarbeiter eine vorteilhafte Alternative.

## Ablauf

 Erstgespräch

 Konzept

 Inhouse-Schulung

 Teilnahmezertifikate

Sehr gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot. Sie können Ihre Anfrage per E-Mail oder telefonisch an uns richten. Selbstverständlich stehen wir auch für ein persönliches Gespräch zur Verfügung.

# E-Learning | Interne Kommunikation

Start am  
15.02.2012

Die Leistungsfähigkeit jedes Unternehmens steht und fällt mit seinen Mitarbeitern. Lernen Sie, wie sich Mitarbeiterkommunikation durch das Web 2.0 verändert hat und wie man Kommunikationscontrolling effizient nutzt. Erreichen Sie Ihre Mitarbeiter künftig noch schneller!



## Informationen

### Zielgruppe:

Marketing-, PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs, die die interne Kommunikation verantworten

### Preis:

Normalpreis 840 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)  
Frühbucherrabatt 590 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)  
Frühbucherrabatt gültig bis 03.02.2012

### Termine:

Systemcheck für angemeldete Teilnehmer: 14.02.2012 (10.00 bis 12.00 Uhr)

## E-Learning in 5 Modulen

**1** 15.02.2012  
17.00 – 18.30

### Instrumente und Techniken der internen Kommunikation

- ⇨ Das Intranet im Medienmix
- ⇨ Interne Medien Zielgruppen- und Message-orientiert einsetzen
- ⇨ Reality Check
- ⇨ Die wichtigsten Trends



Gaby Neujahr,  
Linx Communication

ist studierte Sozialarbeiterin und gelernte Journalistin. Sie begeisterte sich erstmals für das Thema »Media Diversity« und somit auch Social Media während Ihrer Tätigkeit für die Konrad Adenauer Stiftung in Südafrika. Vor wenigen Wochen gründete sie in Hamburg die Linx Communication, eine Netzwerkagentur für Kommunikation und Interaktion im sozialen Web.

**2** 22.02.2012  
17.00 – 18.30

### Die interne Kommunikation innerhalb der Unternehmenskommunikation

- ⇨ Grundsätze und Instrumente
- ⇨ Interne Zielgruppen als Kommunikatoren
- ⇨ Einflussfaktoren



Dr. Hans-Georg Klose,  
ADVCE PARTNERS

hat Change-Erfahrung aus seiner zwanzigjährigen Tätigkeit für die chemische Industrie. Er begleitete Mitte der 90er die Auflösung der Hoechst AG als Pressesprecher des Konzerns. Als Executive Consultant von ADVCE PARTNERS ist er zuständig für Change-Kommunikation und Interne Kommunikation.

**3** 28.02.2012  
17.00 – 18.30

### Web 2.0 in der internen Kommunikation

- ⇨ Chancen und Herausforderungen
- ⇨ Auswirkungen auf die interne Kommunikation
- ⇨ Social Media Policy und Guidelines
- ⇨ Erfahrungswerte



Frank Wolf,  
T-Systems

arbeitet im Bereich Social Technologies and Collaboration bei der T-Systems Multimedia Solutions. Er ist Experte auf den Gebieten Knowledge Management, Social Media und Intranet 2.0. In einem neuen Projekt beschäftigt er sich mit der Frage, welche Social Software Lösungen für den Unternehmensgebrauch am besten geeignet sind.

**4** 06.03.2012  
17.00 – 18.30

### Kommunikation in der Krise

- ⇨ Vor, während und nach der Krise
- ⇨ Die Mitarbeiter in der Unternehmenskrise: Akteure oder Zuschauer?
- ⇨ Neue Anforderungen der digitalen Welt



Frederik Tautz,  
Ketchum Pleon

ist Director Digital Strategist bei Ketchum Pleon Deutschland und begleitet seit 15 Jahren Unternehmen und Organisationen bei der Eroberung digitaler Territorien. Zu seinen Spezialgebieten gehört die Krisenkommunikation für unterschiedliche Branchen, insbesondere FMCG und Pharma.

**5** 13.03.2012  
17.00 – 18.30

### Kommunikationscontrolling

- ⇨ Grundlagen des Controlling
- ⇨ Methoden, um Kommunikation zu messen
- ⇨ Messen und Steuern von Kommunikation in der Praxis



Ariana Fischer,  
ICOM GmbH

ist Leiterin Consulting und Managing Partner der ICOM GmbH. Seit 1998 führt sie für die ICOM GmbH Beratungsprojekte bei verschiedenen Großunternehmen in den Bereichen interne und externe Kommunikation durch. Im Jahr 2003 übernahm sie die Bereichsverantwortung für das Thema Kommunikationscontrolling.

# E-Learning | **Krisenkommunikation**

**Start am  
15.05.2012**

**Gute Krisenkommunikation ist mehr als die kommunikative Begleitung von kritischen Situationen. Sie beginnt schon mit der frühzeitigen Identifizierung von Issues. Krisenerfahrene Referenten vermitteln Ihnen in diesem Online-Kurs praxisnah wie Sie in einer Krise bestehen können.**



## Informationen

**Zielgruppe:**

Marketing-, PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen und Institutionen, die eine Einführung in das Thema Krisenkommunikation wünschen






**Preis:**

Normalpreis 840 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)  
Frühbucherrabatt 590 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)  
Frühbucherrabatt gültig bis 04.05.2012

**Termine:**

Systemcheck für angemeldete Teilnehmer: 14.05.2012 (10.00 bis 12.00 Uhr)

### E-Learning in 5 Modulen

<p><b>1</b> 15.05.2012 17.00 – 18.30</p>	<p><b>2</b> 22.05.2012 17.00 – 18.30</p>	<p><b>3</b> 30.05.2012 17.00 – 18.30</p>	<p><b>4</b> 05.06.2012 17.00 – 18.30</p>	<p><b>5</b> 12.06.2012 17.00 – 18.30</p>
<p><b>Krisenmanagement – Handeln und Kommunizieren in Krisensituationen</b></p>	<p><b>Die Rolle der internen Kommunikation</b></p>	<p><b>Krisenkommunikation im Social Web</b></p>	<p><b>Krisenprävention</b></p>	<p><b>Reputationswiederaufbau nach der Krise</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Beispiele und Typologien von Krisensituationen</li> <li>⇒ Merkmale und Risiken einer Kommunikationskrise</li> <li>⇒ Handlungsoptionen bei eintretenden Krisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Vor, während und nach der Krise</li> <li>⇒ Die Mitarbeiter in der Unternehmenskrise: Akteure oder Zuschauer?</li> <li>⇒ Neue Anforderungen der digitalen Welt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Welche Veränderungen bringt das Social Web?</li> <li>⇒ Umgang mit Krisen im Bereich der nutzergenerierten Medien, z.B. Youtube</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Krisen definieren und rechtzeitig erkennen</li> <li>⇒ Kommunikation als Erfolgsfaktor</li> <li>⇒ Stakeholder Map intern und extern</li> <li>⇒ Krisenszenarien entwickeln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Reputationsschaden vermindern?</li> <li>⇒ Verbesserungen und Änderungen kommunizieren</li> <li>⇒ Reputations nachhaltig wiederaufbauen</li> </ul>
 <p><b>Hartwin Möhrle,</b> A&amp;B One Kommunikationsagentur</p>	 <p><b>Frederik Tautz,</b> Ketchum Pleon</p>	 <p><b>Timo Lommatzsch,</b> Molthan van Loon Communications Consultants</p>	 <p><b>Dr. Hans-Georg Klose,</b> ADVICE PARTNERS</p>	 <p><b>Adrian Teetz,</b> Journalistenzentrum Wirtschaft und Verwaltung Berlin</p>
<p>ist Geschäftsführer der A&amp;B ONE Kommunikationsagentur GmbH. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Corporate Communications, Corporate Media, Krisenkommunikation, Compliance und Issues Management, Human Resources und Organisationsentwicklung.</p>	<p>ist Director Digital Strategist bei Ketchum Pleon Deutschland und begleitet seit 15 Jahren Unternehmen und Organisationen bei der Eroberung digitaler Territorien. Zu seinen Spezialgebieten gehört die Krisenkommunikation für unterschiedliche Branchen, insbesondere FMCG und Pharma.</p>	<p>ist einer der Geschäftsführer bei Molthan van Loon Communications Consultants in Hamburg. Seine Expertise liegt vor allem in der strategischen und Kampagnenbezogenen Online und Social Media-Kommunikation. Nebenbei ist er auch als Blogger und Podcaster aktiv.</p>	<p>hat Change-Erfahrung aus seiner zwanzigjährigen Tätigkeit für die chemische Industrie. Er begleitete Mitte der 90er die Auflösung der Hoechst AG als Pressesprecher des Konzerns. Als Executive Consultant von ADVICE PARTNERS ist er zuständig für Change-Kommunikation und Interne Kommunikation.</p>	<p>ist Vorsitzender des JWV in Berlin. Er war Redakteur beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk und hat mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in Journalismus, Kommunikations- und Politikmanagement. Seine Expertise liegt in der Kommunikation exponierter Krisenfälle vom Politskandal bis zum Eisenbahnunglück.</p>

# E-Learning | Online-Marketing

Start am  
29.02.2012

Marketing muss im Internet neu gedacht werden: Neue Spielregeln gelten und wer sie nicht lernt, wird nicht wahrgenommen. Dieser Kurs vermittelt Ihnen die strategischen und operativen Grundlagen für erfolgreiches Marketing im Internet.



## Informationen

### Zielgruppe:

Marketing-, PR- und Kommunikationsverantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs, die für den Bereich Marketing und Kommunikation verantwortlich sind

### Preis:

Normalpreis 840 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt 590 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

Frühbucherrabatt gültig bis 17.02.2012

### Termine:

Systemcheck für angemeldete Teilnehmer: 28.02.2012 (10.00 bis 12.00 Uhr)

## E-Learning in 5 Modulen

**1** 29.02.2012  
17.00 – 18.30

### Einführung ins Online-Marketing

- ⇨ Überblick, Markt und Trends
- ⇨ Bedeutung für den Kommunikationsmix
- ⇨ Was heißt integriertes Online-Marketing?
- ⇨ Organisatorische Voraussetzungen für das Online-Marketing



Oliver Albiez,  
tapintoweb®

ist seit 2002 als selbstständiger Berater, Coach und Interimsmanager spezialisiert auf Online-Kommunikation und Online-Marketing. Schwerpunkte seiner Tätigkeit bilden die Entwicklung von Online-Strategien für Verlage und Medienunternehmen sowie die Planung und Durchführung der Vermarktung von Onlineshops.

**2** 07.03.2012  
17.00 – 18.30

### Suchmaschinen-marketing

- ⇨ Wesentliche Merkmale des Suchmaschinenmarketings
- ⇨ Suchmaschinenwerbung
- ⇨ Suchmaschinenfreundlichkeit
- ⇨ Suchmaschinenoptimierung



Heiko Mehnert,  
stöbe mehnert.

ist Vollblut-Werber und war auf beiden Seiten. Auftraggeber bei Senatorfilm und viele Jahre Agenturmacher. Dort: Texter und Kreativdirektor. Berater und Konzeptioner. Zu seinen Kunden zählen u.a. Automarken, Banken, Computer, Spirituosen - eben alle, die Anzeigen, TV-Spots oder Gewinnspielpostkarten brauchten und bis heute brauchen.

**3** 14.03.2012  
17.00 – 18.30

### Social-Media-Marketing

- ⇨ Erfolgreiche Strategien: von Agenda Setting bis Crowdsourcing
- ⇨ Geeignete Plattformen auswählen: Facebook, Google+, Twitter oder YouTube?



Oliver Albiez,  
tapintoweb®

ist seit 2002 als selbstständiger Berater, Coach und Interimsmanager spezialisiert auf Online-Kommunikation und Online-Marketing. Schwerpunkte seiner Tätigkeit bilden die Entwicklung von Online-Strategien für Verlage und Medienunternehmen sowie die Planung und Durchführung der Vermarktung von Onlineshops.

**4** 21.03.2012  
17.00 – 18.30

### Online-Marketing-Kampagnen

- ⇨ Interaktive Marketing-Strategien: die Auswahl der passenden Kanäle
- ⇨ Effiziente Kampagnenplanung
- ⇨ Die optimale Vernetzung von online und offline



Julius Nischk,  
spreeatelier GmbH

ist Mitgründer, Gesellschafter, Geschäftsführer und Interactive Director beim spreeatelier. 1998 gründete er als technischer Leiter eines der ersten Startups, das Internetradio youwant.com. Seine Leidenschaft zur Programmierung baut er mit seiner eigenen Firma sitefam ab 2001 aus, bis er 2010 zusammen mit Eva Wolf das spreeatelier gründet.

**5** 28.03.2012  
17.00 – 18.30

### Erfolge messen: Controlling

- ⇨ Online-Marketing-Kampagnen kennzahlengestützt steuern und bewerten
- ⇨ Erläuterung der wichtigsten Kennzahlen und KPIs
- ⇨ Web Analytics und Social Media Monitoring



Christoph Ringwald,  
Heraeus Holding GmbH

ist Head of Business Media and Corporate Responsibility bei der Heraeus Holding GmbH. Zuvor war er Studienleiter der Deutschen Presseakademie. Bis Sommer 2009 war er Pressesprecher bei der Stiftung Lesen und davor Senior Berater bei Scholz&Friends Agenda.

# Kontakt

## Haben Sie Fragen zu:

- den technischen Voraussetzungen?
- dem benötigten Equipment?
- dem Anmeldeprozedere?
- zum Ablauf des Systemchecks oder der Live-Sitzungen?
- zur Bearbeitung der Lehraufgaben?
- zu den Zertifikaten?
- zu den Studieninhalten und -programm?

Das Service-Team der Deutschen Presseakademie steht Ihnen für Ihre Fragen jederzeit zur Verfügung.



Ihre Ansprechpartnerin  
Christiane Schneider  
Koordination E-Learning  
christiane.schneider@depak.de



Ihre Ansprechpartnerin  
Grit Soschinski  
Koordination E-Learning  
grit.soschinski@depak.de

## ANMELDEFORMULAR E-LEARNING 2012

FAX: +49 (0)30/447 29 300

### Ich interessiere mich für:

- Social Media & Kommunikationsmanagement \_\_\_\_\_ Beginn: 01.02.2012
- Social Media & Community Management \_\_\_\_\_ Beginn: 28.03.2012
- Interne Kommunikation \_\_\_\_\_ Beginn: 15.02.2012
- Krisenkommunikation \_\_\_\_\_ Beginn: 15.05.2012
- Online-Marketing \_\_\_\_\_ Beginn: 29.02.2012

- Ich bitte um ein persönliches Beratungsgespräch. Bitte kontaktieren Sie mich unter unten angegebener Adresse.
- Bitte laden Sie mich in Zukunft zu Informationsveranstaltungen der Deutschen Presseakademie ein.
- Ich habe die AGB gelesen und verstanden ([www.depak.de/agb](http://www.depak.de/agb)).

### ANGABEN ZUR PERSON (BITTE IN DRUCKBUCHSTABEN AUSFÜLLEN.)

Name, Vorname	
Geburtsdatum	
Schulabschluss	
Studienabschluss	depak-Kartenummer (falls vorhanden)

### ADRESSE (BITTE IN DRUCKBUCHSTABEN AUSFÜLLEN.)

Firma	
Straße, PLZ, Ort	
Telefon, Fax	
E-Mail	
Position im Unternehmen	
Ort, Datum	Unterschrift



**DEUTSCHE  
PRESSEAKADEMIE**  
STUDIUM • SEMINARE • TAGUNGEN

**depak – Deutsche Presseakademie**

Werderscher Markt 13  
10117 Berlin

Tel +49 (0)30/44 72 94 500

Fax +49 (0)30/44 72 93 00

[info@depak.de](mailto:info@depak.de)

[www.depak.de](http://www.depak.de)

