

www.tele-ak.de

Ein praxisnaher tele-Kurs für
Öffentlichkeitsarbeiter, PR-Verantwortliche
und Selbstständige, die sich Web 2.0-fit
machen wollen.

Corporate Blogs: Weblogs in der Unternehmenskommunikation

Kursinformationen

Corporate Blogs – also Unternehmens-Weblogs - sind eine in Deutschland noch junge Form der Unternehmenskommunikation. Corporate Blogs bieten ganz neue Möglichkeiten, das Image eines Unternehmens aufzuwerten und die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen. Um die Möglichkeiten, aber auch die Risiken dieses PR-Instruments zu erfassen und es in die eigene Kommunikationsstrategie sinnvoll einzubinden, ist ein grundlegendes Verständnis des Phänomens „Web 2.0“ und seiner Implikationen für die Public Relations notwendig. Der tele-Kurs „Corporate Blogs: Weblogs in der Unternehmenskommunikation“ leistet beides: Sie lernen die Applikationen und Konzepte kennen, die für die Online-PR von morgen von Bedeutung sind. Sie erhalten das notwendige Handwerkszeug, um einen Corporate Blog zu planen und die Bedeutung dieses Instruments für Ihr Unternehmen einzuschätzen. Der tele-Kurs richtet sich an Öffentlichkeitsarbeiter und PR-Verantwortliche in Unternehmen und Institutionen sowie an Freiberufler. Der Kurs findet ausschließlich im Internet statt.

Ziele

- Sie wissen, was mit PR 2.0 gemeint ist und kennen die zugehörigen Instrumente.
- Sie können die Potenziale und Risiken des Instruments "Corporate Blog" einschätzen und benennen.
- Sie können einen Unternehmens-Weblog planen.
- Sie wissen, was mit "Issues Management", "Blogosphäre" und "Blog-Monitoring" gemeint ist und können diese Konzepte für Ihr Unternehmen umsetzen.

Leistungen

- Aktive Betreuung durch erfahrenen tele-Tutor.
- Drei Studienbriefe und weitere Online-Materialien.
- Live Session mit dem Experten Klaus Eck (www.pr-blogger.de).
- Für Berufstätige optimiertes Lernkonzept
- Zertifikat der tele-akademie der Hochschule Furtwangen.

Ablauf

Der tele-Kurs dauert fünf Wochen und ist in vier Abschnitte gegliedert. Jeder Abschnitt vertieft einen Aspekt (siehe unten) und beinhaltet eine Aufgabenstellung, die von den Teilnehmern zeitlich flexibel bearbeitet werden kann. Die Form des Einzelstudiums wechselt mit dem Arbeiten in Lernpartnerschaften ab. Auf Grundlage von theoretischem Lernstoff und dem fachlichen Austausch mit dem Gast-Experten werden praktische Aufgabenstellungen bearbeitet. Ein kompetenter Fachtutor moderiert den Kurs und steht als Ansprechpartner zur Verfügung. Der Wissenstransfer mittels Feedback durch den Fachtutor und der Austausch der Teilnehmer untereinander sind wichtige Elemente des Lernprozesses.

Kursinhalte

Abschnitt 1

Sie erhalten einen Überblick über verschiedene für die Public Relations relevanten Applikationen des Web 2.0 (Corporate Podcasts, Social Software u.a.) und PR 2.0 Konzepte (Virales Marketing, Reputation Management u.a.).

Abschnitt 2

Sie befassen sich mit den Möglichkeiten des Issues Management in der Blogosphäre und führen mit den zur Verfügung stehenden Instrumenten ein Blog-Monitoring für Ihr Unternehmen durch.

Abschnitt 3

Sie lernen anhand von Best- und Worst Practice Beispielen die verschiedenen Formen von Corporate Blogs kennen und erfassen die Möglichkeiten und Risiken dieses PR-Instruments. Mit dem „PR-Blogger“ Klaus Eck diskutieren Sie die verschiedenen Beispiele live im Virtual Classroom.

Abschnitt 4

Sie entwerfen das Konzept für das Corporate Blog eines „Virtuellen Unternehmens“ und diskutieren dieses Konzept mit Ihren Mit-Studierenden und dem Fachtutor. Sie arbeiten dabei im Team mit einem Lernpartner.

Kursleitung

Der Autor und Kursleiter Joachim Vögele ist als Journalist und Trainer tätig. Er hat den Internet-Auftritt der Stuttgarter Zeitung mit entwickelt und war dort als Redakteur für interaktive und multimediale Inhalte verantwortlich. Zur Zeit ist er an der Weiterentwicklung des Online-Auftritts der Landeshauptstadt Stuttgart beteiligt.

Corporate Blog Experte

Klaus Eck, der Herausgeber des PR Bloggers (www.pr-blogger.de), ist auf BlogBeratung, BlogCoaching und BlogMonitoring für Unternehmen spezialisiert. Er ist Autor des 2007 erschienenen Buches „Corporate Blogs. Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden“. Klaus Eck wird den Kurs beratend begleiten und in einer Live-Session im Virtual Classroom den Kursteilnehmern Rede und Antwort stehen.

Termine und Kosten:	Die aktuellen Termine und Preise entnehmen Sie bitte dem Beiblatt oder im Internet unter www.tele-ak.de .
Kursgebühr:	Die Kursgebühr wird 10 Tage nach Erhalt unserer Rechnung fällig.
Zeitaufwand:	4-6 Stunden pro Woche, davon 2-3 Stunden Online-Zeit. Durch die Nutzung von Internetdiensten können den Teilnehmenden weitere Kosten (Telefongebühren und Zugang zum Internet) entstehen. Kosten, die über die üblichen Tarife für die Internetnutzung hinausgehen, fallen nicht an. An drei Terminen finden Live-Sessions im Virtual Classroom statt (ca.1 Stunde abends).
Vertrag und Widerruf:	Sobald die Mindestteilnehmerzahl erreicht ist, erhalten Sie einen Fernunterrichtsvertrag nach dem Fernunterrichtsschutzgesetz FernUSG. Die Rücksendung dieses Unterrichtsvertrages ist Voraussetzung für eine Kursteilnahme. Die Mindestlaufzeit des Vertrages beträgt 5 Wochen entsprechend der Kursdauer. Die Anmeldung zu diesem Kurs kann innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt des ersten schriftlichen Studienmaterials, d.h. des Einführungsbriefes, widerrufen werden. Hierzu muss ein schriftlicher Widerruf fristgerecht bei der tele-akademie Postfach 11 52, 78113 Furtwangen eingehen. Bereits entrichtete Studiengebühren werden zurückerstattet. Dieses Kursangebot halten wir bis zum Anmeldeschluss aufrecht.
Teilnahmevoraussetzungen:	Formal: Abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare berufliche Qualifikation Fachlich: Praktische Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit von Vorteil Technisch: Windows PC mit Windows 2000 oder XP, Zugang zum Internet (E-Mail-Adresse, WWW, Chat, Webforen), DSL Verbindung Lesen Sie dazu bitte auch die Angaben unter www.tele-ak.de

Die **tele-akademie** ist die Koordinierungsstelle für Weiterbildung der Hochschule Furtwangen und die erste Weiterbildungseinrichtung einer Hochschule, die moderne tele-Medien konsequent einsetzt, um Ihren Teilnehmenden optimale Bedingungen für flexibles und erfolgreiches Lernen zu bieten. Neben dem umfangreichen Kursangebot bietet die **tele-akademie** im Rahmen des Online Learning Service Providing (OLSP) eine Vielfalt von Dienstleistungen rund um das Online-Lernen.

Qualitätsstandards - Größtmögliche Flexibilität für unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch orts- und zeitunabhängiges Lernen mit modernen Lernmedien; - Didaktisch ausgereifte Szenarien des Online-Lernens und Blended Learning; - Hochwertige Teilnehmerbetreuung durch didaktisch und fachlich qualifizierte tele-Tutorinnen und tele-Tutoren; - Soziales Lernen in virtuellen Teams und Netzwerken durch den Einsatz von Online-Medien; - Anwendungsorientierte Inhalte unterstützen den Transfer des Gelernten in die Praxis; - Einfache Bedienung und Handhabung von Lernumgebung und Software.	Weitere Kurse aus unserem Programm: - Experte/in für Neue Lerntechnologien - European Net-Trainer - tele-Tutor-Training - Erfolgreiches Arbeiten in verteilten Teams - Management Training - Webdesign und Publishing 1+2 - Datenmanagement mit XML - Programmieren mit C-Sharp (C#) - Programmierkurse mit Java
	 Die Stiftung Warentest im November 2001 hat die tele-akademie mit der besten vergebenen Note "GUT" ausgezeichnet. Im Test waren 14 Anbieter von Weiterbildung im Internet.