

Kurs: Pressearbeit im Mittelstand
Press Relations in Small and Medium-Sized Businesses

Dozent(in)	Eva Elisabeth Ernst
Teilnahme- voraussetzungen	Formal: Zulassung zum 6. Sem.
	Inhaltlich: regelmäßiger Besuch der Veranstaltung erforderlich
Prüfungsleistung	ELN auf der Basis einer Studienarbeit (67 %) und Präsentation (33%)
Prüfungsvorleistung	keine
Bewertung der Prüfungs- leistung	endnotenbildend
Bestehenserblich	ja
Qualifikationsziele / Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Strategien und Erfolgsfaktoren professioneller Pressearbeit für mittelständische Unternehmen, • können relevante Themen definieren und aufbereiten, • können journalistische Texte analysieren, redigieren und verfassen, • können mit Vertretern von Wirtschaftsfach- und Lokalpresse konstruktiv zusammenarbeiten.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation der Pressearbeit in mittelständischen Unternehmen • Themen für die Presse - Was interessiert wirklich? • Spezielle Herausforderungen der Pressearbeit im Mittelstand • Konstruktive Zusammenarbeit mit Redakteuren von Wirtschafts-, Fach- und Lokalpresse sowie Freien Journalisten und Bloggern • Aufbau und Pflege eines Presseverteilers • Inhaltliche und formale Anforderungen an eine Presseinformation • Konzeption, Aufbau und Schreiben von Presseinformationen • Inhalt einer professionellen Pressemappe • Bedeutung und Möglichkeiten der Visualisierung • Aufbereitung von Kundenreferenzen und -projekten • Interviews professionell vorbereiten und führen • Der Pressebereich auf der Unternehmenswebsite • Kooperation mit Kommunikations- und PR-Agenturen • Krisenkommunikation
Medien	Tafel, Beamer mit Laptop, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Schulz-Bruhdoel Norbert, Fürstenau, Katja: Die PR- und Pressebibel, Frankfurter Societäts-Medien GmbH, 6. Auflage, Frankfurt/M. 2013 • Röttger, Ulrike, Preusse, Joachim, Schmitt, Jana: Grundlagen der Public Relations, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2011, 2014