

GRUNDLAGEN DER PRESSEARBEIT

Die Pressearbeit ist ein Teilgebiet der Öffentlichkeitsarbeit. Auf diesem Teilgebiet gelten eigene Regeln, zum Beispiel bei Pressteterminen oder in Interviews. Unsere Trainer erklären genau, wie diese Regeln aussehen und wie man sie mit den Vorgaben der eigenen Organisation vereinbart.

IMKIS

PRESSEMITTEILUNGEN SCHREIBEN

90 Prozent Handwerk, 10 Prozent Kreativität: Um gute Pressemitteilungen zu schreiben, bedarf es vor allem genauer Kenntnis branchenüblicher Kriterien. Wir erläutern diese Kriterien und üben sie praktisch ein.

WAS MACHT IMKIS?

Unser Institut bietet Seminare zu Medien, Kommunikation, Informationstechnologien und Sprache. Weitere Informationen finden Sie unter www.imkis.de.

STATEMENT-TRAINING

Statements wirken ganz einfach, wenn man sie in der Tagesschau sieht. In Wirklichkeit sind sie aber ganz schön anspruchsvoll. Unsere Trainer zeigen, wie man sich auf Statements und andere Meinungsbeiträge (bei Podiumsdiskussionen etc.) gezielt vorbereitet und sie souverän über die Bühne bringt.

PROFESSIONELLE NEWSLETTER

Newsletter sind ein sehr effizientes Mittel, um andere mit Informationen zu beliefern. Das Seminar zeigt, wie Newsletter erfolgreich gestaltet werden und wie man sie immer wieder mit interessanten Inhalten befüllt.

SEMINARE

IMKIS
Am Weinberg 108
47647 Kerken

02833 | 576117-0
post@imkis.de
www.imkis.de

BESSER SCHREIBEN MIT KONZEPT

Wir erläutern und üben, wie man mit einem wissenschaftlich fundierten Konzept schneller, sicherer und besser schreibt. Die einzelnen Module bauen aufeinander auf, so dass die vielen Anforderungen des professionellen Schreibens Stück für Stück verinnerlicht werden können.

BRIEFE UND E-MAILS

Welche Gepflogenheiten gelten heute beim Austausch von Briefen und E-Mails? Wie redet man den Empfänger an, wie geht man mit Kritik und Zurückweisung um? An vielen Beispielen üben wir, eigene Interessen durchzusetzen und dabei immer den richtigen Ton zu treffen.

EINFACHE INFOGRAFIK

Bilder können Sachverhalte oft schneller oder plastischer vermitteln. In welchen Fällen Infografiken sich anbieten und in welchen nicht, lernt man in diesem Seminar. Schicke Grafiken kann man auch ohne Design-Software erstellen – wir zeigen, wie es funktioniert.

REDEN SCHREIBEN

Ohrenöffner, Fünfsatz, Gleichrang: Beim Redeschreiben wenden Profis die unterschiedlichsten Tricks und Techniken an. In diesem Seminar wird aufgeräumt und ausprobiert: Was braucht man wirklich, um gute Reden zu verfassen?

ENTSCHEIDUNGSVORLAGEN UND POSITIONSPAPIERE

Entscheidern bleibt immer weniger Zeit, sich zu informieren. Umso wichtiger ist es, dass schriftliche Entscheidungsvorlagen und Positionspapiere auf den Punkt genau formuliert werden. Geübt werden in diesem Seminar vor allem Ein- und Zweiseiter.

DIE MACHT DER GESTALTUNG

Es ist ein teures Missverständnis, Design als bloßes Aufhübschen zu begreifen. In Wirklichkeit ist das Design oft wirkmächtiger als der Inhalt. In diesem Seminar werden die wichtigsten Grundlagen gewinnender Gestaltung an vielen Beispielen veranschaulicht.

SCHREIBEN FÜRS INTERNET

Im Netz liest man anders. Also müssen die Texte auch anders geschrieben und gestaltet werden. Über die Jahre haben sich besondere Textformen im Netz entwickelt, die neue Chancen bieten, aber auch nicht unproblematisch sind ...

POLITISCHES SCHREIBEN

Politik heißt: Ringen um Entscheidungen, und bei diesem Ringen ist Sprache entscheidend. Wie aber setzt man die Sprache ein, um rhetorische Ringkämpfe zu gewinnen? Dieses Seminar stellt gute Tricks und böse Fouls vor.

AUFFRISCHUNG IN RECHTSCHREIBUNG

Apostroph-Regeln, Getrennt- und Zusammenschreibung, Groß- und Kleinschreibung, Kommasetzung – in diesem Seminar werden diese und andere Fälle auf unterhaltsame Weise geklärt!

PROTOKOLLE SCHREIBEN

Das Gute am Protokollschreiben ist: Es folgt wirklich sehr klaren Regeln. Schlecht ist bloß, wenn man diese Regeln nicht kennt. Wir erklären in diesem Seminar nicht nur alle wichtigen Regeln, sondern geben auch Tipps, wie man es sich bei Protokollen leicht macht ...

INTERVIEWS GEBEN

Das Seminar richtet sich an alle, die schon gelegentlich von Medien interviewt werden oder sich darauf vorbereiten wollen. Im ersten Teil des Seminars werden die wichtigsten Grundlagen vermittelt, im zweiten Interview-Situationen erprobt.

STORYTELLING

Wer sicher sein will, dass beim Empfänger etwas hängen bleibt, kleidet seine Botschaften am besten in narrative Formen wie das Storytelling. Hier wird es erklärt und mehrfach geübt.