

Programmpläne: Die vier Vertiefungen des Professional Writing Workshops

Vertiefung 1 Schreiben für Digital Content Marketing und Storytelling Kurzseminar: CAS Corporate Writer					
Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunter	Lernziele, Hauptthemen	Video-Lektionen mit Sprechstunden	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren
Teil 3.1 Digital Storytelling	1/2	Storytelling Teil 2 – Data-Driven Content <ul style="list-style-type: none"> • Content auf der Kundenreise • Grundlagen Data-Driven Content • Data-Driven Storytelling • Social Listening und Tools 	Video-Lektionen mit Sprechstunden	Teil 3	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie
Teil 3.4 Content Marketing	2/2	Content Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Vom Einzeltext zum Textensemble – vom Corporate Writing zum Corporate Publishing/Content Marketing • Modernes Content Marketing • Taktische Content-Planung – die drei Ebenen • Strategische Content-Planung auf Kanalebene • Die Leserbedürfnisse erfüllen: Agenda Setting • Leser-Psychologie: Neue Erkenntnisse 	Video-Lektionen mit Sprechstunden	Teil 3	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie

Vertiefung 2 Texten für SEO und Google Ads Kurzseminar: CAS Content Marketing					
Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren
Teil 3.1 Online Marketing, AdWords SEO und Analytics als Instrumente zur optimalen Content-Distribution	1/2	Redaktionsmarketing und Content Promotion: Grundlagen von Online Marketing & Ads <ul style="list-style-type: none"> • Terminologie, Kaufprozesse online, Grafik und Medienplanung • Terminologie Google Ads • Möglichkeiten im Online Marketing • AdWords Grundlagen: Qualitätsfaktoren, Auktionsverfahren, Keyword Options 	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil 3	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie
	2/2	Grundlagen von Google AdWords und Google Analytics zur Content-Optimierung <ul style="list-style-type: none"> • Ads Strategien • Kampagnen • Google Prinzipien • Optimieren • Google Analytics & SEO • Suchmaschinenoptimierung und Content-Distribution 	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil 3	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie

Vertiefung 3
Digitales Texten für Web und Social Media
Kurzseminar: CAS Digital Publisher

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunter	Lernziele, Hauptthemen	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren
Teil 1.4: Branding, Netzwerke und Microblogging	1/2	<p>Marke und Vermarktung durch digitalen Content (Online-Marketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online-Dialogform und Produktvermarktung • Branding durch digitalen Content • Web-Sprache: Stil und Tonalität im Online-Marketing <p>Praxis 3: Klassische Netzwerk-Plattformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook & LinkedIn <p>Image und Reputation durch digitalen Content (Online-Kommunikation)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von Prestige, Reputation und Image auf sozialen Kanälen • Content-Kampagnen im Web und auf sozialen Kanälen • Kollektive Intelligenz auf dem Web, Folksonomy <p>Praxis 4: Microblogs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien und Funktionsweise von Twitter • Corporate Twittering 	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil 1	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie

Vertiefung 3
Digitales Texten für Web und Social Media
Kurzseminar: CAS Digital Publisher

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren
Teil 1.4 Content-Strategien	2/2	Grundlagen 5: Grundlagen der Content-Strategie, Teil 1 <ul style="list-style-type: none"> • Content Marketing auf dem Web eine Definition • Typologie von Content-Kanälen • Strategische Planung und Content Marketing im Web 2.0 • Crossmediale Vernetzung und Orchestrierung von Content • Anwendungsbeispiele Grundlagen 6: Grundlagen der Content-Strategie, Teil 2 <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppen und Communities auf digitalen Kanälen: die richtige Ansprache wählen • anwendungsorientierte Instrumente zur Content-Planung und -Umsetzung • Workshop: Content-Strategie und -Planung 	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil 1	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie

Vertiefung 4 Texten für User Experience (UX) Kurzseminar: CAS Marketing Writer					
Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren
Teil 2.1: Vertiefung: Usability, User Experience und UX Writing Dieser Teil vermittelt die Grundlagen in UX Writing.	1/2	UX Writing Teil 1- Usability, User Experience und UX Writing <ul style="list-style-type: none"> Begriffsgeschichte und Grundprinzipien Grundlagen der Usability und User Experience in Sprache und Gestaltung Anwendungsmöglichkeiten nutzungsoptimierter Texte 	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil 2	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie
		Usability, User Experience und UX Writing in der Praxis <ul style="list-style-type: none"> User Experience aus heutiger Sicht Content Strategie: Von der Produktdefinition bis zur Produktvision Interface Design (Web und Apps) 			Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie
	2/2	UX Writing Teil 2 - Usability, User Experience und UX Writing <ul style="list-style-type: none"> Text-Konzept und Strategie Gliederung und Struktur im UX Writing Styleguide / Voice & Tone Optimierung der User Experience: SEO A/B Testing: Inhalt optimieren UX-Workshop 	Video-Lektionen mit persönlichen Sprechstunden	Teil 2	Expertinnen und Experten der Stiftung Schweizerische Text Akademie