



DANSK KOMMUNIKATIONS FORENING

**KURSER**  
FORÅR/SOMMER  
2012

# NÅ NYE HØJDER

Viben, varmen og de lyse nætter lader vente på sig, og mens vi skutter os i vintermørket, kan vi lige så godt lægge an til forandring, så vi kan nå nye højder. Det er netop, hvad vi lægger op til med årets første kursuskatalog.

Der bliver stillet store krav til kommunikationen overalt. Krisen har endnu ikke sluppet sit tag, og vi mærker tydeligt, at der er bud efter de forretningsstrategiske kompetencer. Kommunikation skal give virksomheden værdi på bundlinjen. Der er ikke plads til flere fortællinger om røde tal. Virksomhederne skal trimmes, og der er behov for at tilføre forandringskraft til både organisationer og virksomheder – offentlige som private.

Derfor har vi her samlet en række nye kurser, der skal styrke de forretningsstrategiske kompetencer. Vi tilbyder kurser i forandringskommunikation og inspiration til at forstå finanser og forretning, så du kan være med til at give forretningsstrategien liv og mening.

Vi har som sædvanlig en bred vifte af emner med kendte og populære kurser i klassiske discipliner - men også en række helt nye kurser. Vi er stolte af, at mange af branchens bedste kursusledere stiller deres viden og kompetencer til rådighed.

Brug vinteren og det tidlige forår til at få ny næring og ny viden. Vi vil gerne invitere dig til at gå på opdagelse i kataloget, som er spækket med inspiration, redskaber, metoder og refleksion for både nye og garvede kommunikatører. Bliv klar til at nå nye flyvehøjder, slå saltomortaler i luften og vise kundskaberne frem præcis som viben. Vi håber, du finder det kursus, der matcher dine behov for efteruddannelse.

Rigtig god fornøjelse!



Lars Thøger Christensen  
Medlem af bestyrelsen og uddannelsesudvalget



**DANSK KOMMUNIKATIONSFORENING**

**FORRETNING**

- 5 Giv din virksomhed forandringskraft
- 6 Giv forretningsstrategien liv og mening
- 7 Forretningsstrategisk kommunikation – kommunikation som katalysator for forretningen
- 8 Forstå finanserne – og bliv en bedre kommunikationsrådgiver for direktionen
- 9 Kom i gang som selvstændig

**STRATEGI**

- 10 Kommunikationsstrategi og -politik med udgangspunkt i forretningen
- 11 Metoder til at lede global kommunikation
- 12 Spin, lobbyisme og politisk kommunikation
- 13 Spræng rammerne med eventkommunikation – fra idé til handling og effekt
- 14 Synligt samfundsansvar – fra årsrapport til cyberaktivisme

**LEDELSE OG ORGANISATION**

- 15 Brug historierne i intern kommunikation og HR – til at inspirere, involvere og forandre
- 16 Farvel til intranettet – goddag til medarbejderportalen – fem nye tendenser for intranettet generation 2.0
- 17 HR og kommunikation
- 18 Professionel ledelseskommunikation
- 19 Værdistyret kommunikation – nye metoder til at kommunikere, så du skaber værdi
- 20 Wauw! Sådan får du den fede ide! – redskaber, processer og gode råd

**RELATIONER**

- 21 Borgerdialog 2.0
- 22 Forbrugeren i førersædet
- 23 Return on involvement

**DIGITALE MEDIER**

- 24 Facebook i praksis – få styr på facebook-strategien
- 25 Lyd og video på nettet – ti trin til podcasting der betaler sig
- 26 Mobil kommunikation – jeres næste indsats
- 27 Skriv godt til Google og fang kunderne – søgemaskineoptimering (SEO) & webjournalistik
- 28 Sociale medier i den strategiske kommunikation
- 29 Webredaktørens udfordringer og rolle

**PERSONLIG UDVIKLING**

- 30 Er det dig, der skal have jobbet?
- 31 Gennemslagskraft som rådgiver – få redskaber til at give feedback og bliv en bedre kommunikationstræner
- 32 Projektledelse – få styr på mål, projektplan, interessenter, organisation og risici

**REDAKTION**

- 33 Få dit magasin læst

**JOURNALISTIK OG PRESSE**

- 34 Få styr på det journalistiske håndværk
- 35 Kommer dine historier i medierne?

**RETORIK OG SPROG**

- 36 Et spillevende sprog
- 37 Skriv til øret – retorik for taleskrivere

**MÅLING**

- 38 Mål værdien af din kommunikation – sæt strategiske mål, der kan måles

- 39 SÅDAN KOMMER DU MED – PRAKTIK OG BETINGELSER

# DET ER DKFS UDDANNELSESUDVALG, DER SAMMEN MED SEKRETARIATET TILRETTELÆGGER KURSUSUDBUDET



**Lars Thøger Christensen**

(DKFs bestyrelse)  
Professor  
Syddansk Universitet



**Michael von Bülow**

Direktør  
nisted-bruun + vonbülöw



**Thomas Einfeldt**

IR- og kommunikations-  
rådgiver  
Einfeldt Kommunikation



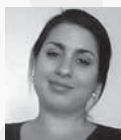
**Astrid Haug**

Særlig rådgiver  
Kulturministeriet



**Merete Wagner Hoffmann**

Kommunikationschef  
Nomeco A/S



**Mercedes Nadjafi**

Project Manager,  
Consultant & Speaker  
Landbrug og Fødevarer



**Pelle Nilsson**

Direktør  
Resonans Kommunikation



**Rikke Nørgaard Nielsen**

Kommunikationskonsulent  
nisted-bruun + vonbülöw



**John Pedersen**

Partner,  
kommunikationsrådgiver  
Operate



**Kristoffer Soelberg**

Cand.merc.  
UngKom

# GIV DIN VIRKSOMHED FORANDRINGSKRAFT

**Forandringens vinde blæser over Danmark, og undersøgelser viser, at langt de fleste virksomheder enten står i eller er på vej ud i forandringer, der vil ændre virksomheden markant. Ønsker om effektiviseringer, outsourcing, omlægning af produktion, omstruktureringer, ny strategisk retning eller ændret fokus i strategien fylder direktionmøderne. Listen er lang. Lad os bare slå fast, at forandringer er kommet for at blive.**

Men hvordan gennemføres forandringer, og hvordan kommunikeres de komplekse strategier, så ledere og medarbejdere ændrer på den adfærd, der kan forandre virksomheden?

Kurset giver relevant viden om forandringskommunikation gennem cases, oplæg og træning, der sætter deltagerne i stand til at arbejde med forandringer som en konstant faktor, der er solidt forankret i topledelsen, og som har hele virksomhedens opmærksomhed.

## Hvem skal du møde?



MARIA SENNELS, adm. direktør og ejer af Copenhagen Change. Maria har arbejdet professionelt med rådgivning inden for strategi, ledelse og kommunikation siden 1994. Først internt i store danske virksomheder og derefter som ekstern rådgiver for store danske og globale virksomheder. Maria har arbejdet som rådgiver og direktør i 8 år og derefter 6 år som adm. direktør for Burson-Marsteller Danmark, hvor hun også var global leder af forretningsområdet 'Change Communication and Organizational Performance'.

## Hvad får du med hjem?

- Viden om hvad forandringer gør ved ledere og medarbejdere
- Teknikker og metoder til, hvordan forandringerne bedst kommunikeres og implementeres i virksomheden

- Eksempler og erfaringer fra store og mellemstore danske virksomheders forandringsprojekter
- Feedback på din egen virksomheds udfordringer ifm. at kommunikere og gennemføre forandringer
- Helt nye perspektiver, ideer og aktiviteter, der gør dig i stand til at være med til at drive forandringer og give din virksomhed forandringskraft til kommende forandringer

## Hvad kræver det af dig?

Kurset lægger op til aktiv deltagelse fra deltagerne, og programmet veksler mellem oplæg, dialog, erfaringsudveksling og træning. Du vil forud for dagen blive bedt om at forberede et kort oplæg om de forandringer, din virksomhed står overfor, med udgangspunkt i en række spørgsmål, som sendes til dig før kurset.

## Hvem kan deltage?

Kommunikationsdirektører og chefer, HR-direktører og -chefer, partnere, forretningsudviklingsdirektører og seniorrådgivere i organisationer, foreninger og offentlige eller private virksomheder.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

26. marts 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

### Tilmeldingsfrist

5. marts 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# GIV FORRETNINGSSTRATEGIEN LIV OG MENING

**I forretningsstrategien udtrykker ledelsen, hvordan organisationen skal nå en række centrale målsætninger i forhold til markedet, konkurrencen eller organisationen selv. Strategien skaber løbende fokus for aktiviteter og sandsynliggør over for ejerne, at ledelsen forvalter ejernes interesser bedst muligt.**

I praksis ligger der en stor opgave i at få resten af organisationen til at forstå og tage ejerskab til forretningsstrategien og i at forklare medarbejderne, hvad den betyder i forhold til deres daglige arbejde. Hvis ikke det lykkes, svækkes værdien af strategien, og organisationen taber fokus.

Kurset sætter fokus på, hvordan du kan formidle og forankre forretningsstrategien i din organisation:

- Hvordan du støtter ledelsen i dens kommunikation af forretningsstrategien
- Hvordan strategien formidles og forankres, så den opleves relevant af medarbejderne
- Hvilke udfordringer den decentrale organisation giver
- Hvilke værktøjer og processer, der kan bidrage
- Hvordan kommunikationsstrategi kobles til forretningsstrategi
- Hvad det kræver af dig, hvis du ønsker at deltage i dette arbejde

## Hvem skal du møde?



KRISTOFFER KEJ er kommunikationsrådgiver i PeopleGroups kommunikationsbureau RelationsPeople A/S. Kristoffer Kej har en baggrund som managementkonsulent i Rambøll Management og har desuden arbejdet på forskellige kommunikationsbureauer.

## Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig ny inspiration og konkrete værktøjer, du kan bruge i din formidling og forankring af virksomhedens forretningsstrategi og mulighed for at reflektere over strategien i din organisation, hvilken funktion den spiller, din egen rolle og hvilke konkrete forbedringer, du kan gennemføre.

## Hvad kræver det af dig?

Kurset kombinerer oplæg, diskussion og introduktion til relevante værktøjer og lægger op til en høj grad af involvering af deltagerne. Du skal derfor være indstillet på selv at bidrage aktivt. Før kurset skal du løse en mindre opgave, som du skal præsentere på kurset.

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikationschefer og -medarbejdere, som arbejder med at formidle forretningsstrategien til medarbejderne, men som også har brug for inspiration og redskaber til enten at sætte eller holde processen i gang.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

27. marts 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

### Tilmeldingsfrist

6. marts 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# FORRETNINGSSTRATEGISK KOMMUNIKATION

## – KOMMUNIKATION SOM KATALYSATOR FOR FORRETNINGEN

**Som kommunikatører er vi alt for ofte alt for langt fra forretningen. Det medfører, at vores indflydelse, handlingsrum og værktøjskasse begrænses, og dermed indfries kommunikationsafdelingens potentiale ikke. Det er et problem for både den enkelte kommunikator, kommunikationsafdelingen og hele virksomheden.**

Vi skal derfor tættere på forretningen, hvis kommunikation skal gøre en afgørende forskel i fremtidens organisationer. Forretningsstrategisk kommunikation er både en særlig optik og en bestemt måde at arbejde med kommunikation på, der hjælper dig til at prioritere dine opgaver samtidig med, at du styrker forretningen. Vi præsenterer cases og erfaringer, der illustrerer hvilke værktøjer, øvelser og organiseringsformer, der knytter sig til arbejdet med denne form for kommunikation. Der vil blive lagt stor vægt på deltagerens egne cases og udfordringer, som vi sammen vil analysere og give konstruktiv feedback på.

### Hvem skal du møde?



JACOB SØBY BANG, kommunikationschef på Københavns Universitet – LIFE,

som har godt 6.000 ansatte og studerende. Jacob er en hyppigt brugt foredragsholder og rådgiver for ledere, konsulenter og kommunikationsafdelinger i en lang række virksomheder, myndigheder og organisationer. TROELS BJØRN THORN er projektleder i Røde Kors og arbejder med forretningsudvikling og kommunikationsrådgivning. EMIL BLAUERT er direktør for Meyers Madhus. Meyers Madhus er en nordisk madskole, der arbejder med uddannelse, teambuilding, forretningsudvikling madkultur og social forandring i hele verden.

### Hvad får du med hjem?

- Værktøjer til at komme i gang med at arbejde med forretningsstrategisk kommunikation, der kan styrke din forretning
- Eksempler og erfaringer fra tre typer virksomheder - en offentlig, en NGO og en privat - med fokus på værktøjer, øvelser og organiseringsformer
- Feedback på egne udfordringer i din organisation
- Nye perspektiver og anderledes angrebsvinkler på dit arbejde med kommunikation

### Hvad kræver det af dig?

Kurset veksler mellem oplæg, øvelser, erfaringsudveksling og fælles udvikling af værktøjer. Vi bringer deltagerens egne cases i spil, så du får noget med hjem, du kan bruge med det samme. Du vil forud for dagen blive bedt om at forberede et kort oplæg om din organisations udfordringer med udgangspunkt i en række spørgsmål som sendes til dig før kurset.

### Hvem kan deltage?

Kurset er rettet mod kommunikationschefer, kommunikationsansvarlige eller konsulenter, som ønsker at knytte kommunikationsafdelingen eller enkelte projekter tættere til forretningen.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

26. januar 2012, kl. 9-16  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

5. januar 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# FORSTÅ FINANSERNE

## – OG BLIV EN BEDRE KOMMUNIKATIONSRÅDGIVER FOR DIREKTIONEN

**Direktioner har brug for kommunikationsrådgivere med solid finansiel og forretningsmæssig indsigt. Det gælder især, når der skal kommunikeres om strategi, regnskaber, udstedelse af aktier og virksomhedsobligationer eller tilbagekøb af egne aktier. Men også i forbindelse med retssager eller ændringer i ledelse og struktur.**

Kurset giver indblik i de finansielle begreber og sammenhænge, som det er nødvendigt at have styr på for at kunne bidrage med kommunikationsrådgivning. Kurset er relevant for kommunikationsrådgivere, som arbejder med finansiel kommunikation, men som har en begrænset eller ingen uddannelse i økonomi og regnskab.

### Hvem skal du møde?



JESPER LARSEN-LEDET er koncernkommunikationschef hos Finansiell Stabilitet A/S, der er et statsligt ejet aktieselskab, som overtager nødlidende banker med henblik på at afvikle aktiviteterne på den mest effektive måde. Jesper har tidligere været kommunikationschef hos Realkreditrådet og kommunikationsrådgiver hos TDC, hvor han i vid udstrækning medvirkede som presserådgiver i forbindelse med finansielle begivenheder. Jesper Larsen-Ledet er cand. scient.pol. og HD med speciale i finansiering.

### Hvad får du med hjem?

Gennem oplæg, metodediskussioner og konkrete case-workshops stiller vi skarpt på de finansielle og forskningsbaserede teorier, som det er nødvendigt at kende til for at arbejde med finansiel kommunikation.

Vi belyser temaer som selskabsledelse (corporate governance), regnskabsaflæggelse, kapitalstruktur og køb og salg af virksomheder. Vi knytter finansiel viden til konkrete kommunikationsopgaver som fx presse- og fondsbørsmeddelelser, beretninger, Q&A's mv.

### Hvad kræver det af dig?

Kurset er et introduktionskursus og stiller derfor ingen særlige krav til din viden om finans og regnskaber. Inden kurset modtager du en række artikler og en årsrapport, som du skal læse igennem.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikations-, presse- og informationsmedarbejdere både i private og offentlige virksomheder, men kan også være relevant for andre, der har brug for at skærpe deres viden på dette område.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

12. juni 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

22. maj 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer



# KOM GODT I GANG SOM SELVSTÆNDIG

**Er du ved at realisere drømmen om at være selvstændig, Du skal gerne tjene nok til at leve af det. Jo hurtigere jo bedre. Kurset giver dig redskaber, erfaringer og praktiske råd om alt fra salg af dig selv til regnskab og skat. Alt hvad der skal til for at få en forretning op at køre.**

Som selvstændig har du tre roller:

- Du er fagmand inden for kommunikation
- Du skal være forretningsmand med styr på økonomi, salg, indkøb mm.
- Du skal være en god chef for dig selv - andre har du ikke

Kurset giver dig hjælp til at løfte opgaverne, og du vil blive udfordret i forhold til at komme godt i gang. Men du får også inspiration og motivation til at få det hele til at hænge sammen. Alt det der ikke står i bøgerne.

## Hvem skal du møde?



Kursusleder er PETER BISGAARD-FRANTZEN selvstændig gennem 19 år med Bifra Kommunikation, medlem af DKFs ERFA Netværk for selvstændige og formand for DKFs mødeudvalg.

## Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig inspiration til at

- styre forretningen
- markedsføre dine kompetencer
- finde nye kunder
- bruge dit netværk – uden at overbelaste det
- blive en bedre chef for dig selv

## Hvad kræver det af dig?

Du skal være aktiv i store dele af dagen med at udvikle salgsstrategi, research på kundeemner mm. Har du konkrete problemer, kan vi tage dem op som en del af kurset og løse dem i fællesskab.

## Hvem kan deltage?

Du er startet eller er på vej til at starte som selvstændig. Du har muligvis lidt erfaring, men har brug for et skub til at komme videre.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

19. marts 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

### Tilmeldingsfrist

27. februar 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# KOMMUNIKATIONSSTRATEGI OG -POLITIK MED UDGANGSPUNKT I FORRETNINGEN

**En effektiv kommunikationsstrategi, der er integreret med virksomhedens visioner, mål og indsatsområder, og som peger på nogle konkrete handleplaner og ressourcer til at opfylde de kommunikationsstrategiske mål. Hvordan skruer man lige den sammen?**

Dette kursus giver dig metoder og redskaber til at formulere, udvikle og forankre en kommunikationsstrategi. Du får kreative værktøjer og modeller, der hjælper dig med at sætte strategien i system - fra analyse af situation og udfordringer, over metoder til at definere mål, interessenter og budskaber, til måder at prioritere indsatser og ressourcer samt måle effekten

## Hvem skal du møde?



LARS SANDSTRØM, chefrådgiver for Analyse & Strategi i Bysted A/S. Lars har 18 års erfaring i at rådgive og undervise offentlige og private virksomheder i strategisk kommunikation og branding, som han også har skrevet bøger og artikler om.



METTE HØJRUP KJÆR, senior kommunikationsrådgiver i Bysted A/S, arbejder med et bredt spekter af strategiske kommunikationsdiscipliner - fra intern kommunikation og branding, over PR og kampagner, til web og sociale medier.

## Hvad får du med hjem?

Kurset kombinerer teori og praksis, undervisning og øvelser. Du får

- kommunikations- og managementværktøjer til udvikling af en effektiv kommunikationsstrategi
- input til, hvilken form og rolle en organisations kommunikationspolitik kan tage

- kreative metoder til at definere og prioritere indsatser og aktiviteter
- gode råd til, hvordan kommunikationsstrategien forankres internt og får gennemslagskraft hos ledelsen
- metoder til at analysere og evaluere udfordringer og effekt af kommunikationen
- værktøjer til at inkludere sociale medier og mobile platforme i din strategi

## Hvad kræver det af dig?

På kurset præsenteres en række danske og internationale cases. Herunder præsenteres en case, hvor deltagerne selv skal udtænke elementer i en effektiv kommunikationsstrategi.

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikationsansvarlige i private og offentlige virksomheder - herunder medarbejdere i kommunikation, marketing og HR, som arbejder med strategisk kommunikation.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 14. og 15. marts 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 20. og 21. marts 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

21. februar 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

4.650 kr. for medlemmer af DKF  
5.350 kr. for medlemmer af DJ og KS  
6750 kr. for ikke-medlemmer

# METODER TIL AT LEDE GLOBAL KOMMUNIKATION

Du er enten blevet en del af et internationalt kommunikationsteam eller har fået ansvar for virksomhedens kommunikation i andre lande. Men hvordan tilpasser du kommunikation og PR-metoder til de pågældende lande og sikrer en professionel og kompetent kommunikation på udebanen? Hvordan udarbejder du en kommunikationsstrategi og -plan, der tager hensyn til forskelle mellem landene? Hvor ligger faldgruberne, og hvordan undgår du dem?

## Hvem skal du møde?



MIKA BILDSE LASSEN er Vice President for Egmont Corporate Communications. Mika er cand.scient.soc. i PR og har mere end 15 års erfaring med professionel kommunikation fra bureauer og internationale virksomheder, fx 3 og CA, hvor Mika var ansvarlig for kommunikationsindsatsen i Nordeuropa og Sydeuropa.

## Hvad får du med hjem?

Du får viden om

- hvor du kan arbejde med budskaber på tværs af grænser
- hvordan du måler og sammenligner kommunikationsindsatsen på tværs af grænser
- hvordan du arbejder med relationer til stakeholdere

Du får redskaber til at

- lede kommunikationsindsatsen med et internationalt hold
- stille realistiske mål og evaluere kommunikationsindsatsen på tværs af landegrænser

Du lærer, hvordan du

- sammensætter en struktureret kommunikationsindsats på tværs af landegrænser
- vælger og samarbejder med internationale bureauer og medier
- maksimerer kommunikationsindsatsen og bruger rapportering bedst muligt

## Hvad kræver det af dig?

Du skal stille dine egne erfaringer til rådighed og være indstillet på at arbejde med cases fra din egen virksomhed.

## Hvem kan deltage?

Du arbejder eller skal til at arbejde med PR og kommunikation på tværs af landegrænser. Enten fordi din virksomhed er en del af en international koncern, har internationale kunder, eller fordi du har fået til opgave at opbygge eller drive virksomhedens kommunikation i et eller flere lande.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København den 30. april 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle den 8. maj 2012

### Tilmeldingsfrist

- 10. april 2012 til kurset i København
- 17. april 2012 i Vejle

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# SPIN, LOBBYISME OG POLITISK KOMMUNIKATION

**Den politiske dagsorden bliver i stigende grad sat i et samspil mellem medier, politikere og embedsmænd. Hvordan kan du være med til at sætte og påvirke den politiske dagsorden? Lær om politisk tænkning, spin og lobbyisme. Lær om de ingredienser, der skal til, for at du kan sætte en sag på den landspolitiske dagsorden i medierne og bag kulisserne.**

Kurset sætter fokus på konkrete metoder til at sætte den politiske dagsorden, giver indsigt i samspillet mellem medier og politik og gode råd til, hvornår det er embedsmænd, medier eller politikere, der skal påvirkes.

## Hvem skal du møde?



PER RYSTRØM er direktør og kommunikationsrådgiver i Operate A/S og underviser på statskundskab i politisk kommunikation. Per har i fem år været pressechef i Socialministeriet og Fødevareministeriet og gennemført kurser og holdt foredrag om både politisk kommunikation, presse, intern og ekstern kommunikation. Han har arbejdet som konsulent i KL, informationschef i Kommune-Forsikring og med kommunikationsopgaver i forbindelse med kommunalreformen.

## Hvad får du med hjem?

Kurset veksler mellem teori og praksis og giver dig redskaber til at

- sætte den politiske dagsorden
- formulere dine argumenter, så de både overbeviser politikere og embedsmænd
- gøre dine politiske sager medieegnede
- formulere politiske målsætninger og lægge konkrete politiske strategier

## Hvad kræver det af dig?

Kurset veksler mellem oplæg, værktøjsintroduktion og øvelser, hvor du trænes i konkrete metoder. Kurset tager, hvis deltagerne ønsker det, udgangspunkt i cases og eksempler fra deltagerne egne arbejdsområder.

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikations-, presse- og informationsmedarbejdere eller -chefer, der arbejder med interessevaretagelse i en organisation, kommune eller virksomhed og har nogle års praktisk erfaring. Og som har brug for nye metoder til, hvordan I kan komme igennem med jeres politiske sager.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 25. januar 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 1. februar 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

4. januar 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

- 3.100 kr. for medlemmer af DKF
- 3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS
- 5.200 kr. for ikke-medlemmer

# SPRÆNG RAMMERNE MED EVENTKOMMUNIKATION

## – OPLEVELSER OG EVENTS FRA IDÉ TIL HANDLING OG EFFEKT

Du har et valg: Brug dit annonceringsbudget på tv-reklamer og kryds fingre for, at du fanger målgruppen i bare 30 sekunder, og at dit budskab ikke drukner. Eller gentænk din strategi og sats på event- og guerillabaseret kommunikation, som sikrer dig målgruppens opmærksomhed, længere eksponeringstid, word-of-mouth effekt og et budskab, som sidder fast. Valget er dit.

Du får en grundlæggende indføring i at gå utraditionelle veje gennem event- og guerillabaseret kommunikation. Vi tager fat om hele processen - fra idé og koncept til praktisk udførelse. Gennem konkrete eksempler, metoder og best practice får du bl.a. svar på, hvorfor eventkommunikation er så stærkt et værktøj, hvornår du skal integrere eventkommunikation i dit kommunikationsmix, hvordan du får det optimale ud af din eventkommunikation med sociale medier og web 2.0 og endelig, hvad man bør tænke på, når man går på gaden med sin kommunikation.

### Hvem skal du møde?



MIKKEL BECHSHØFT er chefrådgiver for oplevelseskommunikation i Bysted A/S. Mikkel har bl.a. arbejdet med eventkommunikation, kampagner og web 2.0 for

WWF Burning Panda, Københavns Kommune, Forbrugerrådet, World Outgames 2009 og Københavns Befæstning. Mikkel underviser desuden i kommunikation på CBS.



JESPER VÆRN JENSEN er kommunikationsrådgiver hos Bysted med særlig fokus på oplevelseskommunikation. Han har tidligere været med til at arrangere filmfestivaler, musikfestivaler og modeshows. Hos Bysted har han bl.a. arbejdet med oplevelseskommunikation og kampagner i relation til COP 15, Forbrugerrådet, Københavns Befæstning og Københavns Kommune.

### Hvad får du med hjem?

- Konkrete metoder til, hvordan du planlægger og udfører god eventkommunikation
- Viden om, hvordan du integrerer sociale medier og web 2.0 med din event
- Indsigt i, hvad man skal tænke på, når man går på gaden, torvet, i byen og på p-pladsen med sin kommunikation
- Inspiration fra danske og internationale cases

### Hvad kræver det af dig?

Du skal være åben og motiveret for at afprøve anderledes ideer i dit kommunikationsarbejde. Kurset forudsætter endvidere, at du deltager aktivt i øvelserne og gerne stiller spørgsmål undervejs. Forslag til læsestof: Få opmærksomhed med positiv eventkommunikation af Mikkel Bechshøft og Erfaringer fra EXPO: Involver dine besøgende af Mads Vibe Jacobsen.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig særligt til kommunikations- og marketingchefer og projektledere, der står over for en ekstern kommunikationsudfordring i form af en kampagne, en lancering, presseaktiviteter eller lignende. Alle, der vil sprænge kommunikationsrammerne er dog velkomne til at deltage.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 6. marts 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 12. marts 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

6. februar 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# SYNLIGT SAMFUNDSANSVAR

## – FRA ÅRSRAPPORT TIL CYBERAKTIVISME

**Virksomheder forventes i dag at forholde sig aktivt til deres samfundsansvar, ofte også kaldet Corporate Social Responsibility (CSR). Evnen til at kommunikere om området kan have afgørende betydning for virksomhedens evne til at tiltrække og fastholde kunder og medarbejdere – og for dens indtjeningssevne og overlevelse i det hele taget.**

Men hvordan fortæller vi om hensynet til miljø, menneskerettigheder og forretningsetik uden at blive mødt med skepsis og kritik? Og hvordan kommunikerer vi, så det er troværdigt og samtidig skaber opmærksomhed og engagement?

### Hvem skal du møde?



CLAES AMUNDSEN, chef for fundraising og kommunikation, Mellempolitisk Samvirke, og en af landets førende eksperter i forretningsdrevet samfundsansvar. I 2007 stiftede han virksomheden Humankind med et særligt fokus på sammenhængen mellem CSR og kommunikation. Claes er journalist og har i snart 20 år arbejdet med strategisk kommunikation. Han har været kommunikationschef hos Røde Kors og på Københavns Universitet og rådgiver hos Jøp, Ove & Myrthu. På vegne af Røde Kors modtog han Kommunikationsprisen i 2007.

### Hvad får du med hjem?

Dette kursus ruster dig til at kommunikere levende og strategisk om jeres samfundsansvar. Du får viden om

- samfundsansvar i den nye danske kontekst - udgangspunktet, den danske lovgivning og situationen lige nu
- gode argumenter for at kommunikere om ansvarligheden
- konkrete redskaber til at kortlægge issues, til at udvælge og prioritere de emner, virksomheden bør kommunikere om og de stakeholders, den bør tænke med i kommunikationen

- eksempler på CSR-kommunikation, der virker, og som skaber værdi for virksomheden
- inspiration til at arbejde integreret med CSR-kommunikationen i din egen virksomhed

Du får

- forståelse for de journalistiske spilleregler, så du bedre kan tilpasse dine historier de enkelte medier
- et eksemplar af Claes Amundsens bog 'Skriv så du bliver læst – Journalistik for kommunikationsfolk'. Læs anmeldelse på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)

### Hvad kræver det af dig?

Interesse for virksomheders samfundsansvar og strategisk kommunikation.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikatører i virksomheder, organisationer og det offentlige. Det er ikke en forudsætning, at I allerede arbejder strategisk med samfundsansvar.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

28. februar 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

27. januar 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer



# BRUG HISTORIERNE I INTERN KOMMUNIKATION OG HR

## – TIL AT INSPIRERE, INVOLVERE OG FORANDRE

Den der fortæller den bedste historie vinder. Hvordan finder I frem til de troværdige historier, som medarbejderne vil tage ejerskab til? Hvordan bruger I dem strategisk med sammenhæng til mission, vision og værdier? Hvordan bruger I dem til videndeling og employer-branding? Og hvordan kan HR og kommunikation arbejde sammen om dette?

### Hvem skal du møde?



KAREN LUMHOLT har siden 2002 arbejdet med at indfange og bearbejde virksomhedshistorier med strategisk potentiale. De sidste 7 år som selvstændig

konsulent med speciale i organizational storytelling. Karen Lumholt er journalist, iværksætter og forfatter. Hun har tidligere arbejdet som reporter og vært i DR, som kampagneansvarlig i Forbrugerstyrelsens kommunikationsafdeling og som underviser.

### Hvad får du med hjem?

En lang række cases fra private og offentlige virksomheder og organisationer, der har arbejdet med medarbejderhistorier i forbindelse med organisationsudvikling, HR og forandringsledelse.

- En vejledning i hvordan du guider medarbejder- og ledergrupper igennem storycircles og en række opfølgende processer, der bearbejder historierne, så de kan bruges strategisk på forskellige niveauer i organisationen
- Øvelse i selv at identificere, fortælle og bearbejde historier fra arbejdslivet
- Indblik i tanker og perspektiver hos Dave Snowden, Michael White og Steve Denning

### Hvad kræver det af dig?

- At du har lyst til at bidrage med cases fra din egen arbejdsplads og dit eget liv
- At du kan se det formidlingsmæssige potentiale i små autentiske hverdagshistorier
- At du vil arbejde strategisk med fortællinger i din organisation eller vil lære andre at gøre det

### Hvem kan deltage?

Kommunikationschefer og -medarbejdere, HR-chefer og -medarbejdere, proceskonsulenter og ledere på det strategiske niveau og selvstændige konsulenter med interesse for organizational storytelling.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 23. april 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 26. april 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

23. marts 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# FARVEL TIL INTRANETTET – GODDAG TIL MEDARBEJDERPORTALEN

## – FEM NYE TENDENSER FOR INTRANETTET GENERATION 2.0

**Nye sociale medier, apps og mobile enheder udfordrer mange gamle intranet. Løsningen er ikke at smide intranettet ud med badevandet, men i stedet at videreudvikle det til en forretningsstrategisk medarbejderportal, som samler fem nye tendenser for intranet 2.0.**

- Øget samspil med andre digitale ressourcer
- Tættere kobling til (sam-)arbejdsprocesser
- Decentralisering af indholdsansvar
- Måltretning via segmentering og personalisering
- Styring via forretningsstrategisk governance og måling

Udviklingen giver nye muligheder, men stiller også nye krav til den kommunikations-ansvarlige og resten af organisationen. På kurset diskuterer og lærer vi af best practice inden for de fem tendenser. Det sker bl.a. ud fra konkrete eksempler og erfaringer fra deltagerne.

### Hvem skal du møde?



Cand.comm. MADS RICHARD MØLLER er indehaver af Intracom Consult, der har rådgivet mere end 60 danske virksomheder om forretningsmæssig udnyttelse af intranet og medarbejderportaler. Han er desuden facilitator af Intra2 I Netværk om intranet med over 200 medlemsvirksomheder. Samlet har Mads fået indblik i intranet best practice fra mere end 500 danske virksomheder. Han er en erfaren oplægsholder og facilitator, har skrevet bogen 'Behind the firewall' i 2002 og supplerer løbende med artikler og blogs om alle emner inden for intranet og medarbejderportaler.

### Hvad får du med hjem?

En klar forståelse for mulighederne i medarbejderportalen, hvor langt I allerede er kommet samt konkrete forslag til, hvordan I kommer videre.

### Hvad kræver det af dig?

Du skal arbejde med eller have ansvar for jeres intranet / medarbejderportal. Før kurset skal du indsende eksempler fra jeres nuværende løsning og besvare nogle spørgsmål omkring jeres erfaringer og udfordringer.

### Hvem kan deltage?

Kommunikations- og intranetansvarlige der ønske at videreudvikle intranettet til en forretningsstrategisk medarbejderportal.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 22. marts 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 29. marts 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

1. marts 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer



# HR OG KOMMUNIKATION

## – FORANDRING, FORANKRING, LINIELEDELSE, GLOBALISERING, FEEDBACK, PROCESSER... OG?

Ledelse har aldrig været vigtigere. Intern kommunikation har aldrig været vigtigere. Og sværere. Lederne har fået fokus på kommunikation, medarbejderne vil ikke spises af med personaleblade, globalisering giver udfordringer, og digitalisering åbner nye kanaler, samtidig med at de gamle klassiske kanaler med fordel kan støves af. HR og kommunikation er blevet forretningskritisk for alvor.

Vi sætter fokus på samarbejdet mellem HR og Kommunikation. Vi ser på, hvordan den interne kommunikation kan drage nytte af organisationens etablerede people-processer. Vi ser på, hvordan kommunikation kan hjælpe HR til at spille en stærkere rolle. Og vi drøfter, hvordan de to discipliner sammen kan hjælpe vores organisationer med at få ledelse og organisation til at støtte og styrke salg og forretning.

### Hvem skal du møde?



ANDERS MONRAD RENDTORFF er Senior Vice President, People and Communications, Coloplast A/S. Anders har gennem de sidste 18 år arbejdet professionelt med alle discipliner inden for kommunikationsfaget og har bl.a. været rådgiver hos Advice, kontorchef i BG Bank, kommunikationschef for Ericsson Danmark og Copenhagen Business School, VP HR & Communications for Telia Danmark samt været udstationeret to et halvt år i Stockholm, hvor han arbejdede med global marketing. Men intern kommunikation har altid stået hans hjerte nærmest. Coloplast slog i efteråret 2010 HR og Kommunikation sammen med Anders som leder – og det er erfaringer og cases herfra, som er omdrejningspunktet for kurset.

### Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig mulighed for nye refleksioner om styrket intern kommunikation og masser af praktiske ideer til at arbejde endnu mere dynamisk med virksomhedens interne relationer, hvor både forandring og forankring er vigtigt. Dagen byder på oplæg og eksempler og en masse diskussion. Du får

- erfaringer om arbejdet med intern kommunikation fra en større internationalt orienteret virksomhed
- redskaber, sparring og løsningsforslag til at arbejde strategisk med egne udfordringer
- overblik over tendenser, udfordringer og muligheder i praksis

### Hvad kræver det af dig?

Kurset kræver, at du har erfaring med at arbejde med intern kommunikation.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikatører i private og offentlige virksomheder med flere års erfaring med kommunikation.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

18. april 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

28. marts 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# PROFESSIONEL LEDELSESKOMMUNIKATION

**Ledernes kommunikation er virksomhedens vigtigste kommunikationskanal, og det at kunne coache og udvikle ledernes kommunikation er blevet en nødvendig evne for alle kommunikatører. På dette kursus bliver du klædt på med praktiske værktøjer til at arbejde med ledernes kommunikation.**

Spørgsmål, som bliver besvaret på kurset:

- Hvad er ledernes største kommunikationsudfordringer i den nuværende 'post-recession' periode i danske og internationale virksomheder?
- Hvordan afdækker du, hvad der er ledernes vigtigste kommunikationsopgaver på forskellige ledelsesniveauer i din virksomhed?
- Hvilke metoder kan du anvende for at støtte og udvikle lederne i deres kommunikation?
- Hvordan kan du anvende praktiske værktøjer til lederkommunikationen?
- Hvilke elementer er de vigtigste ved dig selv som kommunikationspartner for lederne i din virksomhed?

Arbejdet på dagen består af konkrete øvelser, cases og situationsspil.

## Hvem skal du møde?



Ledelsesrådgiver og partner PELLE NILSSON, Resonans Kommunikation. Pelle har mange års erfaring som rådgiver og underviser af top- og mellemledere i ledelse og kommunikation og selv mange års erfaring som leder. Han løser strategiske rådgivningsopgaver for både offentlige og private virksomheder i Danmark og i udlandet og er en efterspurgt foredragsholder og ordstyrer.



Rådgiver og direktør JAKOB RASBORG, Resonans Kommunikation. Jakob har mange års erfaring som rådgiver, kommunikationschef og leder. Jakob er en af landets få eksperter i intern kommunikation og råd-

giver offentlige og private virksomheder ved større implementerings- og forandringsprojekter. Jakob er en efterspurgt facilitator ved medarbejder- og lederseminarer.

## Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig en grundig indføring i ledelseskommunikation og effektive værktøjer til forbedring af kommunikationen hos topledere og mellemledere samt hos dig selv i rollen som kommunikationspartner.

## Hvad kræver det af dig?

Kurset kræver, at du afsætter noget tid til forberedelse i form af at besvare et spørgeskema om egne erfaringer og holdninger til ledelseskommunikationen i din virksomhed samt læser udvalgt baggrundslitteratur om emnet.

## Hvem kan deltage?

Kurset er målrettet ledere, kommunikationschefer og -medarbejdere, HR-chefer og -medarbejdere samt rådgivere, der arbejder med og har interesse i emnet.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 8. maj 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 14. maj 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

19. april 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# VÆRDISTYRET KOMMUNIKATION

## – NYE METODER TIL AT KOMMUNIKERE, SÅ DU SKABER VÆRDI

**Kurset fokuserer på, hvordan du i praksis skaber værdi for organisationen og bygger videre på gennemprøvede koncepter for Lean kommunikation, som en metode til at skabe værdi, effektivisere og mindske spild.**

Virksomhederne stiller krav om, at kommunikatorer skaber direkte værdi og arbejder mere effektivt og bidrager til at drive fremad og støtte. Kommunikationen skal være mere strategisk og business critical.

Du får redskaber til at sikre, at kommunikationsafdelingen øger sit bidrag til, at virksomheden når sine mål, hvad enten det handler om at skabe overskud på bundlinjen, eller det fx handler om at øge demokratiet i kommunen.

### Hvem skal du møde?



Professor i kommunikationsvidenskab SVEND WINDAHL, Lund og Växjö Universitet og kommunikationsrådgiver ELSE FABRICIUS fra Nordisk Kommunikation.



Sven har skrevet adskillige lærebøger i kommunikation, som er oversat til 9 sprog og anvendes på universiteter over hele verden. I 1993 startede han kommunikationsbureauet Nordisk Kommunikation med kontorer i Stockholm og København, hvor han bl.a. har været rådgiver i organisationer som Vattenfall, Ericsson, Telia, AB Volvo, AstraZeneca, Stockholm Stad, Novo Nordisk og Carlsberg. De seneste år har han skabt en model for effektivisering af kommunikationen med inspiration fra 'lean production'. Modellen anvendes bl.a. i levnedsmiddelkoncernen Kraft Foods og i det svenske forsvar. Konceptet for værdistyrede kommunikation er videreudvikling af erfaringerne med Lean Kommunikation.

### Hvad får du med hjem?

Kurset giver introduktion til den nye model for værdistyrede kommunikation.

- Hvordan du kan gøre værdistyring til en konsekvent og lønsom arbejdsmetode

- Hvilke af virksomhedens points of pains, der skal arbejdes med?
- Får vi det maksimale ud af virksomhedens kanaler, kontaktpunkter og aktører?
- Kan vi øge nytten af kommunikation ved at være 'reducers' i stedet for 'producers'?
- Hvordan vælger vi effektive kommunikationsprocesser?
- Hvordan du kun vælger det, der skaber værdi - og får mod til at vælge det andet fra
- Hvordan du beregner, hvor stor værdi din indsats kan give
- Kommunikationsregnskaber som idé

Læs artiklen af Sven Windahl 'Lean Communication i Kraft Food Nordic – fokus på værdiskabelse' på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk).

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikationsstrateger og kommunikationschefer, som gerne vil skabe en ny basis for effektiv kommunikation og have inspiration til at arbejde på en ny måde. Medbring gerne case fra din virksomhed.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

17. januar 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

16. december 2011

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# WAUW! SÅDAN FÅR DU DEN FEDE IDE!

## – REDSKABER, PROCESSER OG GODE RÅD

Det er WAUW-effekten, der tilfører sjæl, liv og gnist til en godt gennemtænkt, veltillægt og professionelt gennemført PR- eller kommunikationsaktivitet. Den simple, skarpe, overraskende og kreative kant, der skaber opmærksomhed og løfter kampagnen, PR-aktiviteten, workshoppen, eller hvad vi nu arbejder med i det daglige.

Kreativitet er en gave, som de fleste af os beundrer, men kun få tilsyneladende mestre. Forestillinger om det geniale klarsyn, der ud af det blå rammer den udvalgte kreative sjæl, lever i bedste velgående. Men kreativitet er ikke kun forbeholdt de få. Det er en kompetence, der kan læres præcis som alle andre. Det kræver blot, at man lærer nogle teknikker. Og arbejder med dem, naturligvis.

Dette kursus handler om at forstærke dine kreative evner gennem en fast proces og en række helt konkrete værktøjer, som fx 'Lille box/stor box', 'Den kreative spændvidde', 'Provocative thinking', 'Identifikations-bingo', 'Individuel brainstorm' og en række andre. På kurset arbejder vi praktisk med alle værktøjerne. Samtidig lærer du, hvordan du selv kan igangsætte og styre kreative processer både alene og med kollegerne. Og i sidste ende vælge den rigtige ide. Alle deltagere modtager et kompendium med værktøjer til kreativ idéudvikling.

### Hvem skal du møde?



TORBEN DAN PEDERSEN er områdedirektør i kommunikationsvirksomheden Operate. Torben har været i branchen i 25 år og startede med at lave kampagner til unge mænd om at lade være med at køre for hurtigt i trafikken. Siden er det blevet til mere end 100 kampagner og mange andre PR- og kommunikationsaktiviteter. Og altid har det været jagten på den kreative og overraskende idé, der har været drivkraften.

### Hvad får du med hjem?

Først og fremmest får du en række forskellige praktiske og konkrete værktøjer, der kan hjælpe dig og dine kolleger til selv at arbejde med at udvikle jeres kreativitet. Og så får du nogle både gode og sjove oplevelser. Der bliver nemlig en del praktisk arbejde sammen med de andre deltagere på kurset!

### Hvad kræver det af dig?

Et åbent og nysgerrigt sind. Og meget gerne en konkret kommunikationsudfordring eller et kommunikationsprojekt, som du forbereder dig på inden kurset. På kurset vil vi sammen arbejde på at finde kreative løsninger på deltagernes udfordringer.

### Hvem kan deltage?

Alle, der på den ene eller anden måde arbejder med PR og kommunikation, og som har brug for at finde gode, kreative løsninger på udfordringerne.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 14. maj 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 21. maj 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

25. april 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

- 3.100 kr. for medlemmer af DKF
- 3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS
- 5.200 kr. for ikke-medlemmer

## BORGERDIALOG 2.0

Har du prøvet at gennemføre 'som om' borgerinddragelse, hvor I beder om borgernes mening, men reelt ikke bruger den til noget? Oplever du, at fagfolk og politikere fortsætter med 'business as usual', selvom I har brugt mange kræfter på at få borgerne i tale? Borgerdialog handler også om at forandre kulturer og roller. Kurset giver dig inspiration til, hvordan du kan arbejde med at forankre og omsætte borgerdialogen i din organisation, så du undgår, at borgernes input bliver et betydningssløst vedhæng til beslutningerne.

### Hvem skal du møde?



ANNE TORTZEN og MANON DE JONGH, Center for Borgerdialog. Anne er cand.scient. pol., journalist og proceskonsulent. Manon er Ph.d. i organisationspsykologi og har stor erfaring med borgerinddragelsesprojekter fra Holland.

### Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig inspiration til at arbejde med borgerinddragelse på det strategiske og organisatoriske plan og til at arbejde bevidst med at forankre borgerdialogen i din organisation.

Du får en indføring i centrale begreber og tankegange:

- Nye veje i borgerinddragelse: Fra høring til samarbejde med borgere
- Systemtænkning
- Multiparty collaboration – fællesskab i forskellighed
- Forandringens dynamik

Du får inspiration og smagsprøver på metoder til at

- inddrage politikere og forvaltere i dialogen med borgerne
- vælge den rette proces og metode til formålet
- arbejde med at skabe forankring og ejerskab i din organisation

Kurset giver dig inspiration fra en række konkrete danske og internationale eksempler på borgerinddragelse, ligesom du får mulighed for at reflektere over dine egne erfaringer med borgerdialog. Desuden får du bogen 'Borgerinddragelse - demokrati i øjenhøjde'.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikatører i kommuner, regioner og statslige institutioner, der arbejder med borgerdialog eller -inddragelse. Det kan være inden for en konkret sektor, fx plan- eller socialområdet eller i den centrale kommunikationsfunktion.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 11. april 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 30. april 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

21. marts 2012 til kurset i København  
4. april 2012 til kurset i Aarhus

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.400 kr. for medlemmer af DKF  
4.100 for medlemmer af DJ og KS  
5.500 for ikke medlemmer

## FORBRUGEREN I FØRERSÆDET

**Forbrugerne har taget magten – og er ikke bange for at bruge den. Flere og flere presse-kriser opstår via de sociale medier.**

Hvordan opfanger man kriser i udvikling på de sociale medier? Hvordan håndterer man de kritiske eller vrede forbrugere? Hvad gør man, når krisen vandrer videre i pressen? Hvordan får man 'ryddet' op efter krisen? Hvordan udvikler man et langsigtet kriseberedskab, der tager hensyn til alle typer kriser?

### Hvem skal du møde?



KIRSTEN DINESEN er direktør for PR og kommunikationsbureauet Front Page og forfatter til Gyldendal Business bogen 'Forbrugeren i førersædet'. Hun er bl.a. kendt for sit arbejde som PR-ansvarlig for bl.a. Google og som rådgiver for virksomheder som Experian, Field's, CBS og Semper. Kirsten er en efterpurgt foredragsholder og underviser. Derudover besidder hun tillidsposter i Dansk Markedsføringsforbund, Medie & Journalisthøjskolen m.v.

### Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig indblik i de nyeste redskaber til at overvåge og agere i de sociale medier, herunder hvilke distributionssystemer og overvågnings- og rapporteringssystemer der findes. Det giver dig overblik over, hvordan du kan formulere et langsigtet kriseberedskab, der kan fungere på tværs af forskellige typer kriser.

### Desuden får du

- en oversigt over de forskellige online tjenester, der findes til overvågning, distribution og rapportering af presse og sociale medier
- bogen 'Forbrugeren i førersædet' af Kirsten Dinesen

### Hvad kræver det af dig?

Du skal være indstillet på at stille dine egne erfaringer til rådighed, så der kan opstå en konstruktiv dialog. Kurset indeholder ikke øvelser – men diskussioner.

### Hvem kan deltage?

Kurset er særligt målrettet kommunikatører, der arbejder med public relations og presse, men er også særdeles relevant for personer, der arbejder med kundekontakt, kundecentre m.v.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 8. marts 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 14. marts 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

20. februar 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.400 kr. for medlemmer af DKF  
4.100 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.500 kr. for ikke medlemmer

# RETURN ON INVOLVEMENT

**Return on involvement giver dig inspiration til at engagere og involvere jeres sociale netværk som en strategisk, kreativ, markedsføringsmæssig og gunstig del af virksomheden. Vi tager udgangspunkt i en praktisk forankret 'opskrift', der hjælper dig med at udvikle hele virksomhedens identitet, så den får substans og viser, hvad virksomheden står for, tror på og ønsker at være - online såvel som offline.**

Kurset giver eksempler på, hvordan virksomheder kan bruge sociale medier og web 2.0 værktøjer til at skabe værdi, goodwill, sparring, kreativitet og flere gladere og mere loyale kunder. Kurset er spækket med eksempler på, hvad der virker, og hvad der ikke virker.

## Hvem skal du møde?



HENRIETTE WEBER er en af Skandinaviens erfarne og karismatiske digitale personligheder. Siden 2005 har hun stået i spidsen for sin egen virksomhed, ToothlessTiger, hvor hun rådgiver iværksættere og små og store virksomheder om online branding, identitet og strategisk brug af sociale medier. Henriette er en kendt taler og underviser og optræder på fx Geek Girl Meetup Copenhagen og netværket Social Media Club Copenhagen. Desuden er hun blogger og forfatter til bogen 'Return on Involvement' og flere e-bøger.

## Hvad får du med hjem?

- En rundtur i det digitale univers og masser af eksempler på branding, markedsføring, kommunikation, netværk, sociale medier, involvering, viral kommunikation – der virker
- En model og struktur til en strategi, som du selv kan arbejde videre med og gennemføre i virksomheden
- Bogen 'Return on involvement – hvordan du bruger social web til at skabe business unusual'

## Hvad kræver det af dig?

Du skal have en grundlæggende forståelse for at arbejde med sociale medier og web 2.0 værktøjer. Inden du kommer på kurset, bliver du desuden bedt om at løse en opgave, som er fundamentet for kurset. Du skal tage din egen bærbare computer med.

## Hvem kan deltage?

Kurset er for kommunikatører, som gerne vil være bedre til at involvere det sociale netværk. Det er relevant for både kommunikations- og markedsføringsmedarbejdere og ledere, der vil i gang med at involvere folk via de sociale medier.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København den 7. juni 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle den 11. juni 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

16. maj 2012

### Ca. deltagerantal 12

### Pris

3.600 kr. for medlemmer af DKF  
4.300 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.700 kr. for ikke-medlemmer

# FACEBOOK I PRAKSIS

## – FÅ STYR PÅ DIN FACEBOOK-STRATEGI

**Hvordan bruger vi Facebook aktivt i vores kommunikation og markedsføring? Hvor skal det overordnede ansvar placeres? Hvem er vores målgruppe? Hvor ofte skal man skrive ud til sine fans?**

Dette er relevante spørgsmål at stille sig selv i stort set alle virksomheder og organisationer for øjeblikket. På kurset får du indsigt i, hvordan du kan bruge Facebook som en kanal til at nå virksomhedens mål. Desuden får du konkret og praktisk viden om Facebook som kommunikations- og marketingredskab.

### Hvem skal du møde?



MIKAEL LEMBERG har i flere år arbejdet som selvstændig Facebook-konsulent, inden han kom til Komfo. Mikael står blandt andet bag udarbejdelsen af HP

Danmarks Facebook politik, der var den første af sin slags i Danmark, og han arbejder i dag med en bred vifte af organisationstyper om deres Facebook-strategi, heriblandt Forsvaret, DSB og 3F. Mikael bliver brugt som ekspert på DR og TV 2, når emnet falder på Facebook og må for øjeblikket karakteriseres som én af de personer i Danmark, der ved aller mest om mulighederne og udfordringerne ved danskernes foretrukne netværk.

### Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig

- styr på Facebook-strategien
- indblik i de seneste trends inden for virksomheders brug af Facebook
- praktiske guidelines til at arbejde med sider på Facebook
- overblik over de vigtigste konkurrenceregler
- guidelines til bannerannoncering på Facebook
- tips og tricks til at engagere kunder og netværk, så de kommenterer og 'liker'

### Hvad kræver det af dig?

Alle kan være med på kurset, men du får mest gavn af det, hvis du allerede er i gang på Facebook og administrerer en eller flere Facebook-sider.

### Hvem kan deltage?

Kommunikations- og marketingmedarbejdere, webrådgivere, medarbejdere fra HR og IT afdelinger, der er administrator eller skal være administrator for en eller flere Facebook-sider.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- Vejle 2. maj 2012, kl. 10-17
- København 9. maj 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

13. april 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

- 3.100 kr. for medlemmer af DKF
- 3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS
- 5.200 kr. for ikke-medlemmer



# LYD OG VIDEO PÅ NETTET

## – TI TRIN TIL PODCASTING DER BETALER SIG – FÅ STYR PÅ STRATEGI, KONCEPT, TEKNIK, UDSTYR OG SAMSPIL MED VIRKSOMHEDENS KOMMUNIKATIONSKANALER

**Lyd og video på nettet eksploderer, og stadig flere ønsker at få indholdet med på mobil, iPod eller iPad. Podcasting er en metode til at udgive lyd og/eller video, så brugerne kan abonnere på det og tage det med sig. Podcasting er den eneste måde at få sit indhold optaget i iTunes side om side med fx Danmarks Radio. Kurset giver dig en metode til at udvikle en strategi for podcasting af lyd- og/eller video.**

Kurset giver både teoretisk indsigt og praktiske færdigheder:

- Strategi i form af ti trin til podcasting med ROI
- Øvelse i strategisk planlægning af en podcast
- Indsigt i podcastings unikke egenskaber, som gør det muligt at abonnere og overføre til mobil og iPods
- Hands-on præsentation af udstyr og værktøjer til at producere lyd og video
- Gennemgang af eksempler på podcasts - både danske og udenlandske
- Integration af podcasting i blogs og andre sociale medier som fx Facebook, Twitter, LinkedIn.

### Hvem skal du møde?



KARIN HØGH er journalist og har flere end tyve års erfaring med radio og web. Karin er forfatter til bogen 'Medier der holder - strategisk lyd- og videopodcasting'. Gennem sin virksomhed PodConsult giver hun råd om udstyr, hardware og software. Hun underviser i digitale og sociale medier og er selv aktiv på alle platforme.

### Hvad får du med hjem?

På kurset får du inspiration og værktøjer til at komme i gang med podcasting i din egen organisation. Gennem dagens praktiske del får du metoder til at bygge podcasting ind i den digitale strategi i samspil med andre sociale medier. Du får et eksemplar af Karin Høghs bog om podcasting. Se anmeldelse af bogen på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk).

### Hvad kræver det af dig?

Kurset kræver ingen konkret viden om lyd eller video.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til kommunikationsfolk i organisationer, myndigheder og virksomheder, der ønsker en konkret forståelse af publicering af lyd og video som intern eller ekstern kommunikation.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 22. februar 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 27. februar 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

1. februar 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.400 kr. for medlemmer af DKF  
4.100 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.500 kr. for ikke-medlemmer

# MOBIL KOMMUNIKATION

## – JERES NÆSTE INDSATS

**Ser jeres hjemmeside godt ud på din smartphone? Skal I have en App eller en web-App til jeres næste kampagne? Kommunikerede I live med jeres workshopdeltagere via mobilen sidste gang? Samler I ideer fra brugere via smartphones, når næste produkt skal udtænkes? Popper de nærmeste regionale enheder op automatisk, når de besøger jer på nettet med en smartphone?**

Smartphones er den stærkeste teknologiske trend, der påvirker kommunikationsflowet og de digitale strategier i dag. Smartphones forlænger de eksisterende trends omkring sociale medier, ved at gøre dem mere tilgængelige. Men samtidig forandrer de kommunikationsflowet ved at inddrage nye facetter som lokationsbestemt kommunikation.

Kurset giver en solid forståelse af facetterne:

- Indsigt: Hvilke typer af budskaber og målgrupper egner mobil kommunikation sig til?
- Teknologi-turen: Gennemgang af de mange teknologier og hvilke formål de bedst benyttes til - og hvad koster de at udvikle
- Hands-on: Værktøjer du kan bruge derhjemme til at komme i gang med det samme
- Processen: Hvordan griber du udviklingsprocessen an?
- Statistikker og trends: Tal om brugen af mobiler og smartphones er tankevækkende læsning for alle, der ikke er kommet i gang endnu

### Hvem skal du møde?



MADS VØGE er direktør for Operate IT A/S, Operates datterselskab for digitale kommunikationsløsninger. Mads har arbejdet med digitale løsninger i 15 år i forskningsinstitutioner, den offentlige administration, softwareindustrien og kommunikationsbranchen. Som noget særligt kan Mads ikke kun rådgive om digitale løsninger – han har selv haft fingre på tasterne. Mads er cand.scient.pol og underviser som ekstern lektor på Institut for Statskundskab.

### Hvad får du med hjem?

Du får inspiration og værktøjer til at komme i gang med mobil kommunikation i din organisation. Vi gennemfører en række konkrete øvelser, hvor du lærer at benytte tjenester på nettet, der med din smartphone giver mulighed for live kommentering på jeres næste workshop, benytte mobilen til at indsamle ideer (crowdsourcing) fra jeres brugere og lave en mobiludgave af din hjemmeside.

Endelig giver workshoppen dig redskaber til at indarbejde den mobile kommunikation i jeres overordnede digitale strategi.

### Hvad kræver det af dig?

Kurset kræver ingen særlig viden om mobil kommunikation. Inden kurset bør du overveje, hvilke målgrupper, I typisk har. Så kan du få specifik viden om deres mobilvaner på kurset.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig kommunikationsfolk i organisationer, myndigheder og virksomheder, der ønsker en konkret forståelse af de mobile værktøjer i kommunikationen.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København den 15. maj 2012, kl. kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle den 22. maj 2012, kl. 10.00-17.00

#### Tilmeldingsfrist

24. april 2012 for kurset i København  
1. maj 2012 for kurset i Vejle

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# SKRIV GODT TIL GOOGLE OG FANG KUNDERNE

## – SØGEMASKINEOPTIMERING (SEO) & WEBJOURNALISTIK

**Fanger dine webtekster Googles søgerobotter, så kunderne finder jeres virksomhed og produkter øverst blandt søgeresultaterne på nettet? Vil du lære at inddrage de bedste tips og tricks fra søgemaskineoptimering (SEO) i dine webtekster uden at gå på kompromis med velskrevet webtekst? Skriv godt til Google – og fang kunderne. Få hjælp til at forstå og skrive til teknikken i Googles søgerobotter samtidig med, at du kan bevare de journalistiske briller på.**

### Hvem skal du møde?



CHRISTINA RYTTER er cand.comm. med 15 års erfaring i journalistik, PR og kommunikationsrådgivning fra fire førende PR-bureauer. Ejer og adm. direktør for Coast Communications Denmark. Tidligere tv-redaktør og vært samt international PR Manager hos Penlau.



KASPER S. ANDERSEN er Business Administrator fra ESERP University i Barcelona og blandt landets førende eksperter inden for søgemaskine-optimering (SEO) og søgemaskinemarkedsføring (SEM) med over otte års erfaring inden for området. Partner og seniorrådgiver i Network Intellect Denmark. Tidligere chefkonsulent hos Relevant Traffic.

### Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig værktøjer til at skrive gode webtekster, som fanger Googles søgerobotter, så din tekst kommer højt op i søgeresultaterne på nettet. Du får den nyeste viden om Google og søgemaskineoptimering (SEO) præsenteret på ikke-teknisk vis. På kurset arbejder du også med din egen webtekst, som du skriver igennem efter de SEO-journalistiske principper og kan afprøve på Google, når du kommer hjem.

### Hvad kræver det af dig?

Inden kurset skal du skrive en webtekst, som du kan arbejde videre med på kurset. Under kurset vil du deltage i diskussion, høre oplæg, få mindre skriveøvelser og arbejde individuelt med dine egne tekster. Du får mulighed for at sparre med kursuslederne undervejs.

### Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til alle ikke-tekniske kommunikatører, der skriver tekster til hjemmesider. Du behøver ikke at have viden om søgemaskineoptimering (SEO) på forhånd for at deltage

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- Vejle 18. januar 2012, kl. 10-17
- København 8. februar 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

16. december 2011 til kurset i Vejle  
9. januar 2012 til kurset i København

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# SOCIALE MEDIER I DEN STRATEGISKE KOMMUNIKATION

**Hvorfor bruger dine kolleger længere tid på Facebook end på jeres fine nye intranet? Hvordan bruger I Youtube i PR-arbejdet? Er det en god ide at få direktøren til at blogge? Og hvem skal overhovedet læse den? Hvordan udnytter I dit netværk på LinkedIn? Hvad skal I gøre, når en blogger kritiserer jer? Og når en ansat begynder at blogge om virksomheden?**

Opkomsten af sociale medier på internettet giver kommunikationsafdelingen nye muligheder og udfordringer og rejser en række nye spørgsmål. Dette kursus giver dig svar på de fleste. Blandt andet på hvordan du inddrager de sociale medier i den strategiske kommunikation. Og du får redskaber til at identificere, hvad der er rigtig for din virksomhed, og hvordan du kan omsætte det i praksis. Hvem ved, måske får du endda en idé, der kan gøre dine kunder glade, dine medarbejdere klogere og din chef rigere.

## Hvem skal du møde?



MORTEN GADE er digital chef i FDB. Fra sit job som chef for kommunikation i Bysted A/S har Morten bred erfaring med rådgivning, strategi og konceptudvikling inden for kommunikation og web for kunder som Egmont, Kunstakademiets Arkitektskole, Ledernes Hovedorganisation og WWF Verdensnaturfonden. Morten er ekspert i social software og web 2.0. Ved siden af sit job i FDB arbejder han som ekstern lektor i social software på IT-Universitetet i København. Han er idémager, stifter og konceptudvikler på mitKBH.dk, som er en brugerskabt guide til København. Morten er cand.comm. i virksomhedsstudier og kommunikation på RUC og blogger på [www.mortengade.dk](http://www.mortengade.dk).

## Hvad får du med hjem?

- Overblik over trends og værktøjer
- Introduktion til teorien bag sociale medier
- Praksis: Hvordan benytter man værktøjerne konkret?
- Analyse: Hvordan finder man ud af det rigtige for virksomheden? Og hvordan skaber man sammenhæng mellem organisationen, kommunikationsstrategien og de sociale medier?
- Konkrete øvelser, hvor du lærer at bruge teorier, værktøjer og analyseapparat i din organisations kontekst

## Hvad kræver det af dig?

Som udgangspunkt kræver kurset ingen særlige kompetencer ud over interesse. Dog vil det være en fordel at have kendskab til sociale medier.

## Hvem kan deltage?

Kommunikatører i organisationer og virksomheder, som vil vide, hvordan man bruger sociale medier i en strategisk, taktisk eller operationel kontekst.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 12. april 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 19. april 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

12. marts 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

- 3.100 kr. for medlemmer af DKF
- 3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS
- 5.200 kr. for ikke-medlemmer

# WEBREDAKTØRENS UDFORDRINGER OG ROLLE

**Online medier spiller i dag en helt central rolle i de fleste organisationers og virksomheders kommunikation med interne og eksterne interessenter. Det gælder både for kommunikation via web som for andre digitale platforme. Udviklingen af nye online medier og øgede muligheder for bruger-interaktion stiller samtidig nye krav til webredaktørens kompetencer og rolle.**

Kurset stiller skarpt på webredaktørens rolle som rådgiver, udvikler og indholdsleverandør på både internet, intranet og andre digitale medier. Kursusdeltagerne får inspiration og værktøjer til at

- udvikle en effektiv webstrategi
- formulere mål og succeskriterier
- udvikle personas og bruger-scenarier
- vælge samarbejdspartnere og CMS
- prioritere indhold og udvikling af ny funktionalitet

## Hvem skal du møde?



LARS SANDSTRØM, kommunikationsrådgiver i Bysted A/S. Lars Sandstrøm rådgiver og underviser store og små organisationer i web, strategisk kommunikation og branding. Han har skrevet to bøger om emnet. 'Corporate branding – et værktøj til strategisk kommunikation' og 'Online branding – skab strategiske relationer på nettet'.

## Hvad får du med hjem?

På kurset får du inspiration og konkrete værktøjer til at planlægge og styre udviklingen af virksomhedens internet og intranet samt øvrige digitale medier. Du får værktøjer til at definere og forstå dine brugere. Og til at prioritere indhold og funktionalitet i det daglige.

Du får bogen 'Online branding – skab strategiske relationer på nettet'.

Kurset kombinerer indsigt, best practice cases og øvelser, hvor deltagerne får muligheder for at afprøve værktøjer på deres egen organisation og udfordringer. Nye perspektiver og anderledes angrebsvinkler på dit arbejde med kommunikation

## Hvad kræver det af dig?

Kurset er et introduktionskursus og kræver ingen særlig viden om nye digitale medier. Inden kursusstart skal du imidlertid have overvejet de tre væsentligste udfordringer for din organisations online kommunikation.

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til alle, som er helt eller delvist ansvarlige for indhold og udvikling af organisationers og virksomheders web og online kommunikation. På kurset præsenteres både danske og internationale cases. Og materiale, værktøjer og øvelser henvender sig både til virksomheder, organisationer, foreninger og kommuner.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 30. og 31. januar 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 6. og 7. februar 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

30. december 2011

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

4.900 kr. for medlemmer af DKF  
5.600 kr. for medlemmer af DJ og KS  
7.000 kr. for ikke-medlemmer

# ER DET DIG, DER SKAL HAVE JOBBET?

**Hvis svaret er ja, så gælder det om at være forberedt.**

**Hvor ønsker du at blive ansat?**

**Hvordan skriver du en god ansøgning?**

**Og hvad skal du spørge om, når du kommer til samtale?**

**Hvad kan du kræve i løn?**

**Og når du får jobbet, hvordan skal kontrakten så være?**

Kurset

- øger din bevidsthed om egne kompetencer
- afdækker retningen for fremtidige jobmuligheder
- giver dig sikkerhed i processen
- belyser mulighederne for selv at sætte dagsordenen og undgå fodfejl
- giver dig redskaber til at formulere en karriereplan

## Hvem skal du møde?



RENÉ LA COUR SELL er direktør i Danmarks Naturfredningsforening og ekstern lektor på Erhvervsøkonomi og Kommunikation på RUC. René har tidligere været direktør og indehaver af bureauet Normativ A/S. Fra 2001 til 2007 var han direktør for Rådet for Større Færdselssikkerhed og inden da kommunikationschef i en række virksomheder. Han er tidligere formand for Dansk Kommunikationsforening og er uddannet cand.scient.soc. i public relations fra RUC og EBP fra UC Berkeley.

## Hvad får du med hjem?

Kurset sætter fokus på det forberedende arbejde.

- Hvad kan du gøre for at bringe dig i position til et job?
- Hvad er en god ansøgning?
- Hvad er en god samtale?
- Og hvad kan du selv gøre?

## Hvad kræver det af dig?

Kurset er en blanding af oplæg fra kursuslederen, diskussion og opgaver. Du skal være indstillet på at bidrage meget aktivt og påregne lidt tid til forberedelse af en mindre opgave inden kurset.

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til DKFs ledige og næsten kandidater, der snart skal i gang med jobsøgningen.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 29 februar, kl. 9-12.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Århus 28 februar 2012, kl. 10-13.30

### Tilmeldingsfrist

7. februar 2012

### Ca. deltagerantal 20

### Pris

GRATIS for DKFs medlemmer, når kontingentet er betalt. Men hvis du er tilmeldt og udebliver, så koster det 200 kr.



# GENNEMSLAGSKRAFT SOM RÅDGIVER

## – FÅ REDSKABER TIL AT GIVE FEEDBACK OG BLIV EN BEDRE KOMMUNIKATIONSTRÆNER

Arbejder du med at gøre andre bedre til at kommunikere, er dette kursus en genvej til bedre resultater. På dette kursus tager vi fat i de situationer, hvor det er svært at sige tingene ligeud. Både situationer, hvor ros og anerkendelse kan give en kollega ny energi og retning, men også de situationer, hvor konstruktiv kritik kan rette fejl og uhensigtsmæssige måder at gøre tingene på.

Vi går tæt på forskellen mellem kritik, ros og feedback og gør dig bevidst om, hvordan kritik bliver en hjælp – og ikke et angreb.

- Du får metoder til at give andre noget at vokse af
- Hvordan formulerer du kritik?
- Hvordan kan man bruge den gode hensigt som udgangspunkt for konstruktiv feedback?
- Hvordan kan man finde gode strategier, så det bliver nemmere at modtage kritik?
- Hvad må man sige hvornår? Hvad må I sige til hinanden? Hvad bør I sige til hinanden? Hvad kunne være rart at få sagt? Hvordan kan feedback gøre jer til et mere effektivt team?

### Hvem skal du møde?



ANDERS STAHLSCHEMIDT er ledelsesrådgiver, kommunikationskonsulent, journalist og tv-mand og har skrevet flere bøger om kommunikation, bl.a. Førstehjælp til Feedback (Gyldendal Business 2009). Stahlschmidt er en erfaren og efterspurgt underviser, der formår at inddrage deltageres egne erfaringer på en engagerende måde, så teori og virkelighed bliver bundet smukt sammen. Nogle kender ham bedst som tv-vært, senest DR 2 og som underholdningschef på Nordisk Film. Andre kender ham fra hans tid som journalist og partner i Lumholt & Stahlschmidt Kommunikation eller senest som seniorkonsulent i Kraft & Partners, hvor han var leder af Det Kongelige Ledelsesakademi inden han blev postproducer hos Endemol Denmark.

### Hvad får du med hjem?

- Metoder og redskaber til at give feedback – også til 'vanskelige personer'
- Lejlighed til at træne det, der er svært at sige
- En strategi til at modtage kritik
- Bogen Førstehjælp til Feedback

Hvad kræver det af dig? Kurset indeholder øvelser, som kræver aktiv deltagelse. Du skal være parat til at dele ud af dine egne erfaringer og oplevelser.

### Hvem kan deltage?

Alle, som arbejder med at træne og rådgive andre i kommunikation.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

6. juni 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

16. maj 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.400 kr. for medlemmer af DKF  
4.100 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.500 kr. for ikke-medlemmer

# PROJEKTLEDELSE

## – FÅ STYR PÅ MÅL, PROJEKTPLAN, INTERESSETER, ORGANISATION OG RISICI

Kurset giver dig de fundamentale styringsværktøjer, du skal bruge for at bringe dit projekt sikkert igennem. Værktøjerne bliver hele tiden sat i relation til deltagerens egne projekter. Vi berører endvidere projektets ledelsesmæssige udfordringer.

### Hvem skal du møde?



HENRIK BACHMANN er partner i konsulentfirmaet Implement og har stor erfaring med projektledelse fra stat, kommuner og private virksomheder. Henrik

Bachmann rådgiver virksomheder omkring design af projektmodeller, portefølje- og programledelse.

### Hvad får du med hjem?

Efter kurset vil du være i stand til

- at beskrive dit projekt klart og entydigt
- at lave en klar plan for projektet, som du kan anvende både i forhold til deltagere og omverden
- at gennemføre en interessentanalyse
- at gennemføre en risikoanalyse
- at etablere en hensigtsmæssig organisation
- at lave et projekt som er både robust og tilpassningsdygtigt

### Hvad kræver det af dig?

At du er i gang med - eller står over for - at skulle gennemføre et projekt.

### Hvem kan deltage?

Alle som arbejder med at styre projekter i private og offentlige virksomheder og bureauer.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- Vejle 19 og 20. marts 2012, kl. 10-17
- i København 28 og 29. marts 2012, kl. 9.30-16.30 DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

#### Tilmeldingsfrist

- 27. februar 2012 for kurset i Vejle
- 7. marts 2012 for kurset i København

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

4.650 kr. for medlemmer af DKF  
5.350 kr. for medlemmer af DJ og KS  
6.750 kr. for ikke-medlemmer



# FÅ DIT MAGASIN LÆST

Det er ingen kunst at udgive et magasin, men det er en kunst at få det læst. De trofaste læsere har du uden tvivl styr på. Men hvad med de troløse? Den store, utaknemmelige skare, som bare bladrer gennem magasinet. Zappere skal indfanges og fastholdes, og det bedste net er magasinets virkemidler, som gør magasinet mere tilgængeligt, varieret og spændende.

## Kurset sætter fokus på

- magasinets virkemidler – den gode forside, forskellige former for formidling i magasiner og indgangene til at få en artikel læst
- magasinbegreberne 'don't tell it – show it' og 'what's in it for me?'
- det gode produktionsforløb – fra idé til sidste korrektur
- fordele og ulemper ved at udgive magasinet som onlinemagasin til computer eller tablet – evt. med video og interaktivitet

## Hvem skal du møde?



SØREN FREDERIKSEN har Magasinværkstedet, som konceptudvikler og producerer magasiner og onlinemagasiner, herunder fagblade, personaleblade og kundemagasiner.

Søren kalder sig selv magasinmager, men er oprindelig journalist. Siden har han arbejdet som journalist og webredaktør på et fagblad og har været redaktionschef, chefredaktør, kreativ chef og svensk landechef hos Benjamin Media. Han er også tilknyttet Update (Center for Journalistisk Kompetenceudvikling) som ekstern underviser i magasin koncepter og samarbejder desuden med Danske Specialmedier.

## Hvad får du med hjem?

Du får en generel indføring i magasin håndværket, kreative input til magasinets udvikling og en række brugbare redskaber til at få målgruppen til at åbne og læse magasinet. I den forbindelse får du vejledning i det gode produktionsforløb, som er forudsætningen for at kunne producere et helstøbt magasin. Du får desuden input til de strategiske overvejelser ved at udgive et magasin online i stedet for som trykt magasin.

## Hvad kræver det af dig?

Nysgerrighed, engagement og diskussionslyst. Før kurset bedes du sende de tre seneste eksemplarer af dit magasin, og på selve kursusdagen skal du medbringe et sæt af det seneste magasin.

## Hvem kan deltage?

Kommunikations- eller marketingmedarbejdere i organisationer, foreninger og offentlige eller private virksomheder, der arbejder med udgivelsen af personaleblade, medlemsblade, fagblade eller kundemagasiner.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 23. maj 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 31. maj 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

1. maj 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer



# FÅ STYR PÅ DET JOURNALISTISKE HÅNDVÆRK

**Som kommunikationsmedarbejder skal du mestre det journalistiske håndværk. Det gælder både, når du kommunikerer internt til kollegaer og medarbejdere, og det gælder, når du vil afsætte historier og budskaber i medierne. Jo bedre du er til at vinkle skarpt, bruge nyhedskriterierne, skrive fængende rubrikker og bruge et journalistisk sprog, jo mere villige er folk til at læse det, du skriver.**

## Hvem skal du møde?



Kursusleder er SØREN MARQUARDT FREDERIKSEN, der underviser i journalistik og retorik på CBS og Københavns Universitet. Søren driver firmaet Talerbloggen.dk og er forfatter til en række bøger om journalistik, retorik og PR. Bl.a. 'Talen er vejen til indflydelse – en grundbog i praktisk retorik' og 'Skriv så du bliver læst – Journalistik for kommunikationsfolk'.

## Hvad får du med hjem?

Kurset giver dig konkrete redskaber, så du lærer at beherske det journalistiske håndværk.

Du lærer at

- vinkle, så du kan fortælle historier med et klart fokus
- bruge det journalistiske, så folk synes dine artikler er spændende at læse
- skrive et sprog, så det er let at læse dine artikler
- skrive fængende rubrikker og begyndelser
- bruge de journalistiske genrer

Du får

- Forståelse for de journalistiske spilleregler, så du bedre kan tilpasse dine historier til de enkelte medier
- Et eksemplar af underviserens bog 'Skriv så du bliver læst – Journalistik for kommunikationsfolk'. Læs anmeldelse på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)

## Hvad kræver det af dig?

På kursets første dag får du redskaberne. På kursets anden dag har du skrevet et par artikler, som vi andre læser og giver respons på. Det er en god mulighed for at få konstruktiv kritik, så du får blik for, hvad du gør godt, og hvad du kan gøre bedre. Læs også artiklen 'kan du det journalistiske håndværk' af Søren Marquardt Frederiksen på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til alle kommunikationsfolk, der vil være bedre til at beherske de journalistiske redskaber.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 20. og 27. februar 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 21. februar og 1. marts, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

30. januar 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

4.900 kr. for medlemmer af DKF  
5.600 kr. for medlemmer af DJ og KS  
7.000 kr. for ikke-medlemmer

# KOMMER DINE HISTORIER I MEDIERNE?

**Journalisten bruger 5-10 sekunder på at vurdere, om din pressemeddelelse er interessant. Får han en fornemmelse af, at der er en god historie, læser han videre. Gør han ikke, er delete-tasten lige ved hånden. Du skal derfor skrive pressemeddelelser, der hurtigt giver journalisten fornemmelse af, at du tilbyder ham en historie, der er relevant for hans læsere.**

## Hvem skal du møde?



SØREN MARQUARDT FREDERIKSEN underviser i journalistik og retorik på CBS og Københavns Universitet. Han har undervist og trænet mere end 2000 kursister og lært dem at blive gode skribenter. Søren er desuden forfatter til en række bøger om PR, journalistik, virksomhedskommunikation og retorik. Han har i august 2009 udgivet en grundbog om pressemeddelelser 'Få det fortalt – Sådan skriver du gode pressemeddelelser', hvor han blandt andet har interviewet en række dygtige journalister og kommunikationsfolk om, hvad der virker og ikke virker.

## Hvad får du med hjem?

Du lærer at bruge journalistiske og retoriske virkemidler til lettere at vinkle dine budskaber og historier, så du kan skrive effektive pressemeddelelser, der får dine historier i medierne:

- De journalistiske spilleregler - så du bedre kan tilpasse dine historier til medierne
- Journalistens arbejdsvilkår – så du ved, hvordan journalisten tænker
- Retorisk situationsanalyse - så du kan tilpasse dit budskab til modtagerne
- Vinkling – så du får styr på den historie, du fortæller
- Journalistiske nyhedskriterier - så du kan gøre din historie interessant for journalisten
- Journalistisk sprog - så du kan tale det sprog, journalisten taler
- Rubrikker og begyndelser - så du kan fange journalistens opmærksomhed
- Opsætning og opbygning - så du giver informationerne i den rette rækkefølge

Vi gennemgår dine pressemeddelelser, så du får blik for, hvad du gør godt, og hvad du kan gøre bedre. På kurset får du redskaber, teori og en række konkrete øvelser, der sætter dig i gang med at omsætte teori til egen praksis. Du får et eksemplar af bogen 'Få det fortalt - Sådan skriver du gode pressemeddelelser' fra Gyldendal Business.

## Hvad kræver det af dig?

Inden kursets start skal du sende eksempler på pressemeddelelser, du har skrevet.

## Hvem kan deltage?

Kurset henvender sig til alle, der har brug for at afsætte historier i medierne.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 30. maj 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 4. juni 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

9. maj 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.400 kr. for medlemmer af DKF  
4.100 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.500 kr. for ikke medlemmer

# ET SPILLEVENDE SPROG

**Trænger dit sprog til gnist? Uanset hvilke platforme og formater, vi skriver til, så er der risiko for 'falske venner': Kildeafsmitning, der gør din tekst kedelig. Fagudtryk, der gør den indforstået. Slidte vendinger, som får din modtager til at springe videre til noget andet.**

'Et spillevende sprog' viser dig, hvordan dine tekster kan løfte sig, så dem, du skriver til, bliver fangede ind og føler sig i godt selskab. Du selv får det sjovere med at skrive veloplagte tekster.

## Hvem skal du møde?



ANN MARIAGER er journalist og forfatter og en populær underviser. Hun blev Årets Revyforfatter for sine humoristiske tekster til kvinder og skrev DR-satire op igennem 90'erne. Hun skriver i Weekendavisen og blogger på berlingske.dk. Ann har skrevet flere bøger, senest 'Inga Arvad – den skandaløse skandinav' og oversat musicalen 'Mamma Mia!' til dansk sammen med Anne Linnet. Hun har en ny bog og et teaterstykke på vej i 2012.

Læs artiklen 'Skræmmechampagne- om dækningsløst dansk' af Ann Mariager på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)

## Hvad får du med hjem?

Du lærer at skrive bedre og varieret med enkle, håndværksmæssige greb:

- Fra triste udsagnsord til vitale verber
- Drop overdriivelser, som gør modtageren døv og blind
- Pas på biord og afsvækninger
- 20 gode fif, der skaber fremdrift, liv og overraskelse i din skrivestil

## Hvad kræver det af dig?

Du skal have erfaring med at skrive og være frisk på at arbejde lidt på skrå med skriveøvelser, der fx fokuserer på sætningsrytme og beskrivelser uden tillægsord.

## Hvem kan deltage?

Medarbejdere og chefer som vil skrive bedre tekster.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- København 12. marts 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Aarhus 5. marts 2012, kl. 10-17

### Tilmeldingsfrist

13. februar 2012

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer



# SKRIV TIL ØRET!

## – RETORIK FOR TALESKRIVERE

Talen kan som intet andet medie formidle budskaber, som modtageren både husker og handler efter. Men det kræver, at manuskriptet er skrevet til øret. Sproget skal være mundret, skabe billeder og tegne budskabet knivskarpt op for tilhørerne. Desværre er der alt for mange talemanuskripter, der ligner skriftlige notater. Og så kommer de også til at lyde sådan.

På kurset koncentrerer vi os om få centrale pointer og redskaber, som vi selv bruger i Rhetor, når vi skriver taler for vores kunder. Som kursist får du noget til hovedet, men også til øjne, ører og fingre: Vi ser videoeksempler med gode og elendige talere, vi analyserer manuskripter og talesituationer, vi argumenterer med historier, og vi skriver og fremfører taler.

- Kunsten at ville ét – hovedbudskabet og den røde tråd
- Historiefortælling som argumentation
- Talens begyndelse: at 'vække' publikum og bygge bro til dem
- Skriv situationen ind i talen: Den retoriske pentagon; et værktøj til at skrive bl.a. taleren, publikum og omstændighederne ind i talen
- Sproget til øret: mundtlighed vs. skriftlighed, retoriske virkemidler såsom beskrivende detaljer, varieret gentagelse, kontrast, stigning

### Hvem skal du møde?



KELL JARNER RASMUSSEN er adm. direktør i Rhetor og rådgivende retoriker. Han har fungeret som bl.a. ordbogs- og tidsskriftredaktør, forlægger, taleskriver og retorisk rådgiver gennem 15 år.

### Hvad får du med hjem?

Du får redskaber til at skrive manuskripter, der fænger og lever, og som bliver husket længe efter, de er blevet holdt. Plus selvfølgelig en ordentlig spand inspiration og et talemanuskript, som du har skabt ved hjælp af redskaberne.

### Hvad kræver det af dig?

Du skal medbringe et udkast til et konkret manuskript. Gerne et du skal levere, alternativt et du har leveret.

### Hvem kan deltage?

Skriv til øret! henvender sig til dig, der skriver taler for fx en formand, en minister eller en CEO.

## PRAKTISKE OPLYSNINGER

### Tid og sted

- 2. februar 2012, kl. 10-17 i Vejle
- 9. februar 2012, kl. 9.30-16.30  
i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup

### Tilmeldingsfrist

12. januar for kurset i Vejle  
19. januar for kurset i København

### Ca. deltagerantal 15

### Pris

3.100 kr. for medlemmer af DKF  
3.800 kr. for medlemmer af DJ og KS  
5.200 kr. for ikke-medlemmer

# MÅL VÆRDIEN AF DIN KOMMUNIKATION

## – SÆT STRATEGISKE MÅL, DER KAN MÅLES

**Når man skal arbejde med måling, så er det sværeste at få fastlagt konkrete mål for den strategiske proces. Alt for mange forsøger at måle på abstrakt formulerede mål.**

På dette kursus arbejder vi med

- at definere målbare mål for kommunikationens kvalitet og effekt
- at sætte mål for kommunikationsafdelingens arbejde, undervisning og rådgivning
- at omregne værdien til penge – Return on Investment
- at sikre, at en måling kan bruges som beslutningsgrundlag
- at indarbejde målsætning og evaluering i dit daglige arbejde

Kurset er bygget op omkring en række illustrative eksempler fra organisationer og private og offentlige virksomheder.

### Hvem skal du møde?



KARIN SLOTH, kommunikationsrådgiver, Karin Sloth Kommunikation aps, og forfatter til 'Mål dine resultater – analyse, evaluering og måling af kommunikation'. Fast underviser i 'Strategisk kommunikation' og 'Mål resultatet af din kommunikation' på diplomuddannelsen for kommunikatorer på UPDATE, Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

### Hvad får du med hjem?

På kurset får du inspiration til og eksempler på, hvordan du i hverdagen kan sætte relevante og målbare mål for det strategiske arbejde. Du får præsenteret en række modeller og værktøjer til måling, som du kan bruge efterfølgende. Du får bogen: 'Mål dine resultater – analyse, evaluering og måling af kommunikation.'

### Hvad kræver det af dig?

Tag et eksempel med på en strategisk vigtig opgave, som du syntes, det er svært at måle værdien af. Kurset kræver, at du deltager i arbejdet på workshoppen med at definere konkrete mål for de strategiske processer.

### Hvem kan deltage?

Kurset er for alle, der savner inspiration til at definere relevante og målbare mål for de strategiske processer.

### PRAKTISKE OPLYSNINGER

#### Tid og sted

- København 17. april 2012, kl. 9.30-16.30 i DKFs lokaler, Strandvejen 100, Hellerup
- Vejle 24. april 2012, kl. 10-17

#### Tilmeldingsfrist

16. marts 2012

#### Ca. deltagerantal 15

#### Pris

3.400 kr. for medlemmer af DKF  
4.100 kr. medlemmer af DJ og KS  
5.500 kr. for ikke-medlemmer

# SÅDAN KOMMER DU MED – PRAKTIK OG BETINGELSER

## Tilmelding og betaling

Tilmeld dig online på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk) eller til [dansk@kommunikationsforening.dk](mailto:dansk@kommunikationsforening.dk). Når vi har modtaget din tilmelding, sender vi bekræftelse/faktura, som vi beder dig betale inden kurset.

Din tilmelding er bindende, men er du forhindret i at deltage, er du altid velkommen til at sende en kollega. Vi anbefaler dig hurtig tilmelding, da kurserne har begrænset deltagerantal. Vi skal have din tilmelding tre uger før kursusstart, hvis ikke andet fremgår. Priserne er uden moms. Vi tager forbehold for ændringer.

## ER DU MEDLEM?

Hvis du er medlem af forbundet Kommunikation og Sprog (KS) eller Dansk Journalistforbund (DJ) kan du deltage i Dansk Kommunikationsforenings (DKF) kurser til særpris. Se prisen under de enkelte kurser.

## NEDSAT PRIS TIL LEDIGE

Er du ledigt medlem af DKF, kan du deltage på kurserne til 10 pct. af kursuspriisen i det omfang, der er ledig kapacitet. Du tilmelder dig helt almindeligt og markerer, at du er ledig. Når tilmeldingsfristen er udløbet, får du besked, om der er plads på holdet.

## GRATIS

Er det dig, der skal have jobbet. Gratis kursus for DKFs og UngKoms medlemmer, når kontingentet er betalt.

## KRYDSEK DU STOREBÆLT, FÅR DU 15 PCT. RABAT PÅ KURSUSPRISEN

## Starten på et netværk

Deltagerne på DKFs kurser har mulighed for at fortsætte erfaringsudvekslingen og starte et DKF ERFA Netværk.

## Sæt selv præg på kursussæsonen

Hvis du brænder for at deltage i eller lede et kursus, så er du velkommen til at sende et forslag til sekretariatet. Kontakt Lisbeth Eckhardt-Hansen på [lisbeth@kommunikationsforening.dk](mailto:lisbeth@kommunikationsforening.dk)

## Kurser tilpasset virksomhedens behov

Dansk Kommunikationsforening tilbyder også kurser, som er tilpasset din virksomhed og til konkurrenceudtagede priser.

Ring eller skriv til Sonja Sukstøff i sekretariatet og hør om muligheder og priser. 3393 9098, [dansk@kommunikationsforening.dk](mailto:dansk@kommunikationsforening.dk)



## KURSER – forår/sommer 2012 udgives af

Dansk Kommunikationsforening  
Strandvejen 100, 2900 Hellerup  
3393 9098  
[dansk@kommunikationsforening.dk](mailto:dansk@kommunikationsforening.dk)  
[www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)

Design: Bysted  
Layout: Ivar Grafik  
Forsidefoto: far closer  
Produktion: KLS Grafisk Hus A/S  
Oplag: 4000



# TØR DU VISE DIREKTØRENS BIL I JERES ANNONCER?



## FÅ DIN TRYKSAG KLIMAMÆRKET OG LEVERET I EN EL-LASTBIL

- Vores produktion er CO<sub>2</sub>-neutral og certificeret af CO<sub>2</sub>focus. Derfor kan du få et CO<sub>2</sub>-regnskab på din tryksag og få den klimamærket.
- Vores ambitiøse klimastrategi er under konstant udvikling. Senest er vi som Danmarks første private virksomhed begyndt at levere tryksager i en el-lastbil, og direktørens bil er udskiftet til en el-bil. Strømmen får de fra en lokal vindmølle.
- Vi rådgiver vores kunder til de mest klimavenlige tryksager uden at gå på kompromis med pris og kvalitet. Du må gerne udfordre os! Læs mere om dine muligheder for grafiske løsninger med hensyntagen til klima og miljø på [www.kls.dk](http://www.kls.dk)

**KLS Grafisk Hus A/S**  
Jernholmen 42 A  
2650 Hvidovre  
Telefon  
(+45) 36 34 29 00  
[www.kls.dk](http://www.kls.dk)

