

Social Media Manager – BAR 2012

Datum	Tag	Uhrzeit	UE	Unterricht /Lernziele	Dozent/in
31. Okt. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	Grundlagen Web 2.0 / Social Media, Zielgruppen, Nutzverhalten, Trends, B2B und B2C <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Definition/ Erwartungsabfrage • Begriffssammlung zu „Social Media“ • Vom Web 1.0 zu Web 2.0 • Wandel in der Mediennutzung • Rolle des Social Media Managers • Informationen zur Facharbeit/ zum Abschlusstest 	Eva Ihnenfeldt und Holger Rohde Lehrgangsleitung
03. Nov.	Sa.	09.30 - 16.30	8,0	Social Media Networks/ Facebook <ul style="list-style-type: none"> • Anmeldeprozesse • Sicherheitseinstellungen/ Privatsphäre • Logo- und Profildgestaltung • API's - automatische Vernetzungen • Risikoabwägung beim Einsatz • Zusammenspiel der Tools • Facebook Fanpage/ -Gruppen • Facebook Tools • Facebook Strategien • Facebook AGB 	Ralf Wenda Wirtschafts-Informatiker
07. Nov. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	Social Media Prisma/ Nutzen für Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelles Social Media Prisma • Rahmenbedingungen • Best-Practice Kampagnen • B2C/ B2B • Skurriles/ Trendopfer.de • Chancen und Risiken für Unternehmen und Privatpersonen 	Birgit Schulz Marketing-Berater
14. Nov. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	Social Media konkret/ Das Unternehmensblog <ul style="list-style-type: none"> • Ist-Situation im eigenen Unternehmen: Was wird bisher genutzt bzw. ist geplant? • Einführung in das Unternehmensblog • Blogformen/ Blog-Themen • Erfolgreiche Blogs • Schreibtechniken/ Online-Redaktion • Blog einrichten/ Blogredaktion 	Birgit Schultz Marketing-Berater

17. Nov. 2012	Sa.	09.30 - 16.30	8,0	Xing/ Twitter/ Google+ <ul style="list-style-type: none"> • Xing Übersicht /Zahlen und Fakten) • Xing-Profil • Xing-Kontakte • Xing-SEO • Xing-Events/ Recruiting/ Gruppen • Xing-Strategie • Twitter Übersicht (Zahlen und Fakten) • Twitter Profil • Twitter-Strategie • Twitter Monitoring • Google+ 	Ralf Wenda Wirtschafts- Informatiker
21. Nov. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	Social Media im Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Strategie? Unternehmensstrategie und Unternehmensführung • Vision - Ziel - Strategie • Strategieentwicklungsprozesse • Machbarkeitsstudie anhand von Beispielen • Unternehmensstrategie und Zielgruppen • Inhouse-Lösungen versus Outsourcing • Lokale Strategien versus nationale/ internationale Ausrichtung 	Thomas Dörmann ITIL-Trainer; Betriebswirt
28. Nov. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	Social Media im Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • TechCheck: Zugriffsrechte/ Firewalls/ Datensicherheit • Budget: Personal-Ressourcen, Externe Ressourcen, Technik-Ressourcen • Corporate Culture & Change Prozesse • Identifikation von Stakeholdern • Hausaufgabe: Einfache Social Media Strategie entwickeln 	Thomas Dörmann ITIL-Trainer, Betriebswirt

01. Dez. 2012	Sa.	9.30 - 17.30	8,0	<p>Monitoring/ Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> •Begrifflichkeiten: •Unique Visitors, •Page Impressions, •Follower, Friends, •Likes, •CPM, CPC, •Marktanalyse •Besucheranstieg, Branding, Lead-Generierung, Kampagnen/ Gewinnspielaktionen • •Zieltracking: quantitativ und qualitativ 	<p>Ralf Wenda Wirtschafts- informatiker</p>
05. Dez. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	<p>Handlungs- und Rechtssicherheit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Social Media Rechts: Betroffene Rechte und Rechtsgebiete • Persönlichkeitsrechte • Internetrecht • Urheberrecht • Wettbewerbsrecht • Markenrecht • Medienrecht • Presserecht • Datenschutzrecht • Arbeitsrecht: Meinungsfreiheit und Arbeitsverhältnis • Einführung von Social Media Richtlinien im Unternehmen 	<p>Maik Swienty Rechtsanwalt</p>
12. Dez. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	<p>Handlungs- und Rechtssicherheit anhand praktischer Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haftung für Links • Umgang mit Content • Haftung des Foren- und Webseitenbetreibers • Problem Impressumspflicht • Umgang mit Bildern, Fotos, Grafiken • Umgang mit Wettbewerbern und deren Produkten • Markenschutz/ Anforderungen an Werbeaussagen • Datenschutz • Verletzung von Nutzungsbedingungen und die Folgen 	<p>Dr. Michael Fuß Rechtsanwalt</p>

15. Dez. 2012	Sa.	09.30 - 16.30	8,0	<p>Social-Media-Überblick und Praxis-Tipps für effiziente Social-Media-Abkürzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen von Social Media in Unternehmen • Steigerung der bundesweiten Bekanntheit mit Wikipedia und Xing • Steigerung der regionalen Bekanntheit dank Google Places und Qype • Stärkung des Online-Rufes von Unternehmen mit Hilfe von Website, Facebook, Twitter, Kununu, Youtube und Openpr • Fokus auf effiziente Social-Media-Maßnahmen, die mit wenig Aufwand überdurchschnittliche Ergebnisse ermöglichen 	<p>Olivera Wahl</p> <p>Social Media Beraterin (Dipl.-Ök.)</p>
19. Dez. 2012	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	<p>Kennzahlen/ Controlling/ Monitoring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controlling anhand wirtschaftlicher Kennzahlen • Compliance • Marktforschung • Einführung in Enterprise 2.0 • Community Management: Schulung und Richtlinien • Technisches Know-How und Social Media Kommunikations Kompetenz vermitteln • Der „Krisen-Plan“ • Social Media Guidelines 	<p>Thomas Dörmann</p> <p>ITIL-Trainer, Betriebswirt</p>
09. Jan. 2013	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	<p>Planung einer Social Media Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interne Rollen und Interessen • Interne Schnittstellen/ Abteilungen/ Verantwortlichkeiten • Marktfeedback effektiv nutzen • Auswahl geeigneter Social Media Tools • Kontinuierliche Content-Strategien (Editorial Kalender) • Balance zwischen Inhalt und Frequenz • Integration anderer Unternehmensbereiche • Agentur Leistungen 	<p>Ralf Wenda</p> <p>Wirtschafts-Informatiker</p>

12. Jan. 2013	Sa.	09.30 - 16.30	8,0	Projektarbeit Projektbesprechung Projektvortrag	Eva Ihnenfeldt PR-Beraterin + Holger Rohde IT'ler+BWL- Kommunikator
16. Jan. 2013	Mi.	17.30 - 20.45	4,0	Zertifikat-Ausgabe Abschlußveranstaltung Lehrgangsende	Eva Ihnenfeldt PR-Beraterin + Holger Rohde IT'ler+BWL- Kommunikator
			80	Lehrgangsende	