

<b>Social Media Manager – BAR 2013</b> <b>Kompaktkurs Witten vom 18. Januar bis 1. Februar 2013</b>					
Datum	Tag	Uhrzeit	UE	Unterricht /Lernziele	Dozent/in
18. Januar 2013	Fr.	17.30 Uhr bis 20.45 Uhr	4,0	<b>Grundlagen Web 2.0 / Social Media, Zielgruppen, Nutzverhalten, Trends, B2B und B2C</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung/ Definition/ Erwartungsabfrage</li> <li>• Begriffssammlung zu „Social Media“</li> <li>• Vom Web 1.0 zu Web 2.0</li> <li>• Wandel in der Mediennutzung</li> <li>• Rolle des Social Media Managers</li> <li>• Informationen zur Facharbeit/ zum Abschlusstest</li> </ul>	<b>Eva Ihnenfeldt und Holger Rohde</b> Lehrgangs- leitung
21. Januar 2013	Mo.	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<b>Social Media Networks/ Facebook</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anmeldeprozesse</li> <li>• Sicherheitseinstellungen/ Privatsphäre</li> <li>• Logo- und Profilgestaltung</li> <li>• API's - automatische Vernetzungen</li> <li>• Risikoabwägung beim Einsatz</li> <li>• Zusammenspiel der Tools</li> <li>•</li> <li>• Facebook Fanpage/ -Gruppen</li> <li>• Facebook Tools</li> <li>• Facebook Strategien</li> <li>• Facebook AGB</li> </ul>	<b>Ralf Wenda</b> Wirtschafts- Informatiker
22. Januar 2013	Di.	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<b>Social Media Prisma/ Nutzen für Unternehmen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelles Social Media Prisma</li> <li>• Rahmenbedingungen</li> <li>• Best-Practice Kampagnen</li> <li>• B2C/ B2B</li> <li>• Skurriles/ Trendopfer.de</li> <li>• Chancen und Risiken für Unternehmen und Privatpersonen</li> </ul> <b>Social Media konkret/ Das Unternehmensblog</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ist-Situation im eigenen Unternehmen: Was wird bisher genutzt bzw. ist geplant?</li> <li>• Einführung in das Unternehmensblog</li> <li>• Blogformen/ Blog-Themen</li> <li>• Erfolgreiche Blogs</li> <li>• Schreibtechniken/ Online-Redaktion</li> <li>• Blog einrichten/ Blogredaktion</li> </ul>	<b>Birgit Schulz</b> Marketing- Berater

23. Januar 2013	Mi	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<p><b>Xing/ Twitter/ Google+</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Xing Übersicht /Zahlen und Fakten)</li> <li>• Xing-Profil</li> <li>• Xing-Kontakte</li> <li>• Xing-SEO</li> <li>• Xing-Events/ Recruiting/ Gruppen</li> <li>• Xing-Strategie</li> <li>• Twitter Übersicht (Zahlen und Fakten)</li> <li>• Twitter Profil</li> <li>• Twitter-Strategie</li> <li>• Twitter Monitoring</li> <li>• Google+</li> </ul>	<p><b>Ralf Wenda</b> Wirtschafts- Informatiker</p>
24. Januar 2013	Do.	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<p><b>Social Media im Unternehmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie? Unternehmensstrategie und Unternehmensführung</li> <li>• Vision - Ziel - Strategie</li> <li>• Strategieentwicklungsprozesse</li> <li>• Machbarkeitsstudie anhand von Beispielen</li> <li>• Unternehmensstrategie und Zielgruppen</li> <li>• Inhouse-Lösungen versus Outsourcing</li> <li>• Lokale Strategien versus nationale/ internationale Ausrichtung</li> <li>• <b>Social Media im Unternehmen</b></li> <li>• TechCheck: Zugriffsrechte/ Firewalls/ Datensicherheit</li> <li>• Budget: Personal-Ressourcen, Externe Ressourcen, Technik-Ressourcen</li> <li>• Corporate Culture &amp; Change Prozesse</li> <li>• Identifikation von Stakeholdern</li> <li>• Hausaufgabe: Einfache Social Media Strategie entwickeln</li> </ul>	<p><b>Thomas Dörmann</b> ITII-Trainer; Betriebswirt</p>
25. Januar 2013	Fr.	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<p><b>Monitoring/ Controlling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Begrifflichkeiten:</li> <li>•Unique Visitors,</li> <li>•Page Impressions,</li> <li>•Follower, Friends,</li> <li>•Likes,</li> <li>•CPM, CPC,</li> <li>•Marktanalyse</li> <li>•Besucheranstieg, Branding, Lead-Generierung, Kampagnen/ Gewinnspielaktionen</li> <li>•</li> <li>•Zieltracking: quantitativ und qualitativ</li> </ul>	<p><b>Ralf Wenda</b> Wirtschafts- informatiker</p>

<p>28. Januar 2013</p>	<p>Mo.</p>	<p>8.30 Uhr bis 15.30 Uhr</p>	<p>8,0</p> <p><b>Handlungs- und Rechtssicherheit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Social Media Rechts: Betroffene Rechte und Rechtsgebiete</li> <li>• Persönlichkeitsrechte</li> <li>• Internetrecht</li> <li>• Urheberrecht</li> <li>• Wettbewerbsrecht</li> <li>• Markenrecht</li> <li>• Medienrecht</li> <li>• Presserecht</li> <li>• Datenschutzrecht</li> <li>• Arbeitsrecht: Meinungsfreiheit und Arbeitsverhältnis</li> <li>• Einführung von Social Media Richtlinien im Unternehmen</li> </ul> <p><b>Handlungs- und Rechtssicherheit anhand praktischer Beispiele</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haftung für Links</li> <li>• Umgang mit Content</li> <li>• Haftung des Foren- und Webseitenbetreibers</li> <li>• Problem Impressumspflicht</li> <li>• Umgang mit Bildern, Fotos, Grafiken</li> <li>• Umgang mit Wettbewerbern und deren Produkten</li> <li>• Markenschutz/ Anforderungen an Werbeaussagen</li> <li>• Datenschutz</li> <li>• Verletzung von Nutzungsbedingungen und die Folgen</li> </ul>	<p><b>Maik Swienty</b> Rechtsanwalt</p>
<p>29. Januar 2013</p>	<p>Di..</p>	<p>8.30 Uhr bis 15.30 Uhr</p>	<p>8,0</p> <p><b>Social-Media-Überblick und Praxis-Tipps für effiziente Social-Media-Abkürzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen von Social Media in Unternehmen</li> <li>• Steigerung der bundesweiten Bekanntheit mit Wikipedia und Xing</li> <li>• Steigerung der regionalen Bekanntheit dank Google Places und Qype</li> <li>• Stärkung des Online-Rufes von Unternehmen mit Hilfe von Website, Facebook, Twitter, Kununu, Youtube und Openpr</li> <li>• Fokus auf effiziente Social-Media-Maßnahmen, die mit wenig Aufwand überdurchschnittliche Ergebnisse ermöglichen</li> </ul>	<p><b>Olivera Wahl</b> Diplom-Ökonomin</p>

30. Januar 2013	Mi.	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<b>Kennzahlen/ Controlling/ Monitoring</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling anhand wirtschaftlicher Kennzahlen</li> <li>• Compliance</li> <li>• Marktforschung</li> <li>• Einführung in Enterprise 2.0</li> <li>• Community Management: Schulung und Richtlinien</li> <li>• Technisches Know-How und Social Media Kommunikations Kompetenz vermitteln</li> <li>• Der „Krisen-Plan“</li> <li>• Social Media Guidelines</li> </ul> <b>Planung einer Social Media Strategie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne Rollen und Interessen</li> <li>• Interne Schnittstellen/ Abteilungen/ Verantwortlichkeiten</li> <li>• Marktfeedback effektiv nutzen</li> <li>• Auswahl geeigneter Social Media Tools</li> <li>• Kontinuierliche Content-Strategien (Editorial Kalender)</li> <li>• Balance zwischen Inhalt und Frequenz</li> <li>• Integration anderer Unternehmensbereiche</li> <li>• Agentur Leistungen</li> </ul>	<b>Thomas Dörmann</b>  <small>ITIL-Trainer, Betriebswirt</small>  <b>Ralf Wenda</b>  <small>Wirtschafts- Informatiker</small>
31. Januar 2013	Do.	8.30 Uhr bis 15.30 Uhr	8,0	<b>Projektarbeit</b> <b>Projektbesprechung</b> <b>Projektvortrag</b>	<b>Eva Ihnenfeldt</b> <small>PR-Beraterin</small> + <b>Holger Rohde</b>  <small>IT'ler+BWL- Kommunikator</small>
1. Februar 2013	Di.	17.30 - 20.45	4,0	<b>Zertifikat-Ausgabe</b> <b>Abschlußveranstaltung</b> <b>Lehrgangsende</b>	<b>Eva Ihnenfeldt</b> <small>PR-Beraterin</small> + <b>Holger Rohde</b>  <small>IT'ler+BWL- Kommunikator</small>
			<b>80</b>	<b>Lehrgangsende</b>	