

Social-Media-Manager/in (IHK)

Praxisorientierter Zertifikatslehrgang

Veranstaltungsnummer: SM-10Z

Unternehmenskommunikation ohne Social-Media-Kompetenz ist nicht mehr vorstellbar. Ob Hochschulabsolvent, Marketing-Führungskraft, PR-Experte, Journalist, Existenzgründer oder Inhaber eines kleineren Unternehmens - jeder, der mit Marketing und Kommunikation im Web zu tun hat, sollte Kenntnisse im Bereich Social Media erwerben und Souveränität im Umgang mit Blog, Facebook, Twitter und Co. erlangen.

Die Weiterbildung zum Social-Media-Manager (IHK) vermittelt berufsbegleitend in 80 Unterrichtsstunden sämtliche Grundlagen, die man für die webbasierte Unternehmenskommunikation braucht - vom Umgang mit den sozialen Netzwerken über Datenschutz und Online-Recht bis zum Social-Media-Monitoring und Cross-Media-Publishing. Jeder Teilnehmer entwickelt während der Weiterbildung ein individuelles Kommunikationskonzept und stellt es mit einer Präsentation vor. Diese Leistung ist Voraussetzung für den Erwerb des Zertifikats: Social-Media-Manager/in (IHK).

Voraussetzung für den Lehrgang ist ein internetfähiges Notebook bzw. Tablet - WLAN ist vorhanden.

Inhalt: siehe Rückseite

Zielgruppe: Führungskräfte im Bereich PR, Marketing, Kommunikation, Journalismus. Werbe- und Kommunikationsagenturen, Studenten und Hochschulabsolventen, Inhaber und Geschäftsführer, Inhaber von Unternehmen im Bereich E-Commerce

Termine: 18.01. – 01.02.2013, Mo – Fr 8:30 – 15:30 Uhr (80 UStd.)

Referenten: Eva Ihnenfeldt, Holger Rohde, Birgit Schulz, Ralf Wenda, Thomas Dörmann, Maik Swienty, Olivera Wahl

Entgelt: 1.290,- €

Ort: Business Academy Ruhr GmbH
Wittener Industrie und Technologie Park
Stockumer Str. 28
58453 Witten

Information: Marc Hüffmann
Fax: 0234/9113-325

Telefon: 0234/9113-125
E-Mail: hueffmann@bochum.ihk.de



Social-Media-Manager/in (IHK)					
Datum	Tag	Uhrzeit	UE	Unterricht + Lernziele	Dozent/in
18. Januar 2013	Fr	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
21. Januar 2013	Mo	08:30 - 15:30	8,0	Social-Media-Networks: Facebook <ul style="list-style-type: none"> • Anmeldeprozesse • Sicherheitseinstellungen/ Privatsphäre • Logo- und Profilstilgestaltung • API's - automatische Vernetzungen • Risikoabwägung beim Einsatz • Zusammenspiel der Tools • Facebook-Fanpage/ -Gruppen • Facebook-Tools • Facebook-Strategien • Facebook-AGB 	Ralf Wenda Wirtschafts-Informatiker
22. Januar 2013	Di	08:30 - 15:30	8,0	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 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 Schulz Marketing-beraterin



23. Januar 2013	Mi	08:30 - 15:30	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
24. Januar 2013	Do	08:30 - 15:30	8,0	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 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
25. Januar 2013	Fr	08:30 - 15:30	8,0	Monitoring + Controlling <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 	Ralf Wenda Wirtschafts-informatiker

28. Januar 2013	Mo	08:30 – 15:30	8,0	<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>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 Folgen 	<p>Maik Swienty Rechtsanwalt</p>
--------------------	----	---------------------	-----	--	---



29. Januar 2013	Di	08:30 – 15:30	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 Diplom-Ökonomin</p>
30. Januar 2013	Mi	08:30 – 15:30	8,0	<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>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>Thomas Dörmann ITIL-Trainer, Betriebswirt</p> <p>Ralf Wenda Wirtschaftsinformatiker</p>

31. Januar 2013	Do	08:30 - 15:30	8,0	Projektarbeit Projektbesprechung Projektvortrag	Eva Ihnenfeldt PR-Beraterin + Holger Rohde IT'ler; + BWL-Kommunikator
1. Februar 2013	Fr	17:30 - 20:45	4,0	Zertifikat-Ausgabe Abschlussveranstaltung Lehrgangsende	Eva Ihnenfeldt PR-Beraterin + Holger Rohde IT'ler + BWL-Kommunikator
			80	Lehrgangsende	

Bitte senden Sie diesen Anmeldebogen postalisch oder per Fax (0234/91 13-325) zurück an:

BildungsCentrum
IHK Mittleres Ruhrgebiet
44782 Bochum

*Online anmelden unter
www.ihk-bic.de*

Anmeldung

Kurs-Nr.	Datum	Teilnehmer/in
SM-10AZ	18.01.13	

- Rechnung an Teilnehmer/in
 Rechnung an Firma

Absender

Name/Vorname _____

Geburtsdatum _____

Firma _____

Postfach/Straße _____

PLZ/Ort _____

Tel. gesch. _____ privat _____

FAX _____

E-Mail _____

Ich/wir bin/sind damit einverstanden, dass meine/unsere Angaben vom IHK-BildungsCentrum zwecks regelmäßiger Zusendung von Informationsmaterialien erfasst werden. Die nebenstehenden Teilnahmebedingungen erkenne/n ich/wir hiermit an.

Datum/Unterschrift _____

Teilnahmebedingungen (Auszug)

1. Zahlungsbedingungen

Das Teilnehmerentgelt ist - unabhängig von den Leistungen Dritter (z. B. Arbeitsamt, Arbeitgeber) - innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum, spätestens bis zum Veranstaltungsbeginn zu begleichen. Andere Zahlungsmodalitäten - z. B. Ratenzahlungen - sind nach schriftlicher Vereinbarung möglich. Kosten für Lernmittel, Tests und Prüfungen etc. werden gesondert berechnet. Der Teilnehmer erhält zur Zahlung sämtlicher Entgelte eine Rechnung, die unter Angabe der vollständigen Rechnungsnummer zu begleichen ist.

2. Rücktritt und Kündigung

Bei Seminaren und kurzzeitigen Lehrgängen (bis 300 UStd.) ist ein Rücktritt vom Vertrag durch schriftliche Erklärung bis fünf Werktage vor Veranstaltungsbeginn möglich. Bei Lehrgängen, die sich über mehrere Semester oder Lehrgangsabschnitte erstrecken, kann der Teilnehmer die Teilnahme an den folgenden Semestern bzw. Lehrgangsabschnitten unter Einhaltung einer Frist von zwei Wochen zum letzten Unterrichtstag eines laufenden Semesters/Lehrgangsabschnitts schriftlich kündigen. Rücktritt und Kündigung müssen schriftlich erklärt werden. Maßgeblich ist der Eingang beim IHK-BildungsCentrum. Eine fristgerechte Abmeldung ist ohne jegliche Kosten für den Teilnehmer möglich. Bei später eingehender Erklärung bis zum Veranstaltungsbeginn wird eine Verwaltungskostenpauschale i. H. v. € 75,- erhoben. Bei Rücktritt bzw. Kündigung nach Veranstaltungsbeginn ist das Entgelt in voller Höhe zu zahlen. Im Übrigen berechtigt die Nichtinanspruchnahme einzelner Lehrgangs-/Seminarstunden nicht zur Ermäßigung des Rechnungsbetrages. Die Stellung von Ersatzteilnehmern ist möglich.

3. Absage von Veranstaltungen

Das IHK-BildungsCentrum hat das Recht, bei ungenügender Beteiligung oder aus anderen wichtigen Gründen Lehrgänge/Seminare abzusagen. Bereits gezahlte Entgelte werden erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Ein Wechsel der Dozenten, Änderungen der Unterrichtstage, des Lehrplanes sowie des Veranstaltungsortes berechtigen den Teilnehmer weder zum Rücktritt vom Vertrag, noch zur Minderung des Entgelts.

4. Datenspeicherung

Durch die Anmeldung erklärt sich der Teilnehmer mit der automatisierten Be- und Verarbeitung der personenbezogenen Daten für Zwecke der Lehrgangs- und Prüfungsabwicklung sowie späterer Informationen im Zusammenhang mit beruflicher Bildung einverstanden (§§ 2, 3 u. 4 Datenschutz G NW).