

Datum	Unterricht / Lernziele	eTutor / Experte
<p>25. April 2014</p> <p>16-20 h</p>	<p>Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Einführung in die Arbeit mit Moodle • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben • Informationen zur Facharbeit/ zum Abschlusstest 	<p>Eva Ihnenfeldt und Marie Huchthausen</p>
<p>30.04. bis 07.05.14</p>	<p>Grundlagen Web 2.0 / Social Media, Zielgruppen, Nutzverhalten, Trends, B2B und B2C</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition/ Erwartungsabfrage • Begriffssammlung zu „Social Media“ • Vom Web 1.0 zu Web 2.0 • Wandel in der Mediennutzung • Aktuelles Social Media Prisma • Vorstellung von Social Media Tools • Best-Practice Kampagnen 	<p>Marie Huchthausen und Holger Rohde</p>
<p>07.05. bis 14.05.14</p>	<p>Social Media Recht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Social Media Rechts, wie: Persönlichkeitsrechte, Internetrecht, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Medienrecht, Presserecht, Datenschutzrecht, Arbeitsrecht.. • 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>Marie Huchthausen und Maik Swienty</p>

<p>14.05. bis 21.05.14</p>	<p>Informationsrecherche und -management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Informationsrecherche • Vergleich verschiedener Suchmaschinen und Formate • SEO und Suchmaschinenoptimierung • Google Alerts • RSS News Feeds • Feed Reader: systembasiert, plattformübergreifend, mobile, webbasierte • Newsletter • Mailverteiler 	<p>Marie Huchthausen und Birgit Schultz</p>
<p>21.05. bis 28.05.14</p>	<p>Social Media Networks: Facebook – Xing - Co</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anmeldeprozesse • Sicherheitseinstellungen/ Privatsphäre • Logo- und Profildgestaltung • API's - automatische Vernetzungen • Risikoabwägung beim Einsatz • Zusammenspiel der Tools <p>• Facebook Fanpage/ -Gruppen</p> <p>• Facebook Tools</p> <p>• Facebook Strategien</p> <p>• Facebook AGB</p> <p>Xing/ Google+</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xing-und Google+ Profil • Xing-und Google+ Kontakte • Xing-und Google+ Events/ Recruiting/ Gruppen • Xing-und Google + Strategie 	<p>Marie Huchthausen und Milena Teske</p>
<p>28.05. bis 04.06.14</p>	<p>Tiwtttern und Bloggen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anmeldeprozesse • Sicherheitseinstellungen/ Privatsphäre • Logo- und Profildgestaltung • API's - automatische Vernetzungen • Risikoabwägung beim Einsatz • Grundlagen des Follows und Twitterns • Einführung in das Unternehmensblog • Blogformen/ Blog-Themen • Erfolgreiche Blogs • Schreibtechniken/ Online-Redaktion • Blog einrichten/ Blogredaktion • Umgang mit Word Press 	<p>Marie Huchthausen und Birgit Schultz</p>



<p>04.06. bis 11.06.13</p>	<p>Social Media Nutzen für Unternehmen: Tool-Management und Monitoring und Analyse</p> <ul style="list-style-type: none">• Anmeldung HootSuite• Vorteile des Hoot-Suite-Managements• Besonderheiten: Automatisiertes Hosten etc.• AGB's <p>Monitoring/ Analyse</p> <ul style="list-style-type: none">•Unique Visitors,•Page Impressions,•Follower, Friends,•Likes,•CPM, CPC,•Marktanalyse•Besucheranstieg, Branding, Lead-Generierung, Kampagnen/ Gewinnspiele•Zieltracking: quantitativ und qualitativ	<p>Marie Huchthausen und Ralf Wenda</p>
<p>11.06. bis 18.06.14</p>	<p>Social Media - Marketing (im Unternehmen)</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 mit Yelp, Foresquare• Budget: Personal-Ressourcen, externe Ressourcen, Technik-Ressourcen• Corporate Culture & Change Prozesse• Identifikation von Stakeholdern• ROI• Vision - Ziel - Strategie• Strategieentwicklungsprozesse• Machbarkeitsstudie anhand von Beispielen• Unternehmensstrategie und Zielgruppen	<p>Marie Huchthausen und Eva Ihnenfeldt</p>

<p>18.06. bis 25.06.14</p>	<p>Social Media im Unternehmen: Interne Kommunikation und Guidelines</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Enterprise 2.0: Entwicklungen • Community Management: Schulung und Richtlinien • Community Management Tools und ihre Vorzüge • Technisches Know-How und Social Media Kommunikations-Kompetenz Vermitteln • Der „Krisen-Plan“ • Social Media Guidelines 	<p>Marie Huchthausen und Marc Böhler</p>
<p>25.06. bis 02.07.14</p>	<p>Abschlussarbeit & Präsentation: Die eigene 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>Plus</p> <p>Abschlussarbeit (20-30 Stunden) - 19.02.2014 Abgabe (Nur eine Woche)</p>	<p>Marie Huchthausen und Eva Ihnenfeldt</p>
<p>05. Juli 2014 9:30 -16:30</p>	<p>Abschlußveranstaltung Projektbesprechung Projektvortrag Zertifikat-Ausgabe Lehrgangsende</p>	<p>Maria Huchthausen und Eva Ihnenfeldt</p>
	<p>Lehrgangsende</p>	