

Social Media Manager

Über 70 Prozent aller Unternehmen nutzen Facebook, Twitter & Co. – so das Ergebnis der Studie Social Media Governance 2011. Doch bei den meisten herrscht nach wie vor Unsicherheit im Umgang mit dem Web 2.0, nur eine Handvoll hat eine ausgereifte Strategie. Abhilfe verspricht der Lehrgang zum Social Media Manager: Die Teilnehmer lernen, eine eigene Social-Media-Strategie zu entwerfen und umzusetzen. Auf dem Lehrplan stehen zum Beispiel die wichtigsten Netzwerke und Werkzeuge sowie die Themen Webmonitoring, Recht, Social Media Marketing und Online Reputation.

Unser Beratungsteam
steht Ihnen für persönliche Fragen
gerne zur Verfügung:
fon 0800 6 959595
(gebührenfrei)
beratungsteam@fom-iom.de

abends/samstags

Essen

Ab dem 17.10.2017 jeweils 1-2 x wöchentlich 18.00-21.15 Uhr und eventuell 1-2 Samstage 08.30-15.30 Uhr.

Voraussetzungen

- Hochschulstudium Betriebswirtschaftslehre (Schwerpunkte Marketing, Marktforschung, PR und angrenzende Bereiche), Informations- und Kommunikationswissenschaften
- Darüber hinaus können Berufstätige/ Selbständige zugelassen werden, deren Verantwortungsbereich Anwendungskennnisse in Social Media erfordern

Beginn und Dauer

Dauer: ca. 3 Monate

Kosten und Förderung

Seminar-/ Lehrgangsgebühr: 998 Euro zahlbar in 4 Monatsraten à 249,50 Euro

Förderung: Bildungsscheck

Referenten

Andrea Lameck (in Essen)

Andrea Lameck ist Betriebswirtin (VWA) und in der Beratung, Strategieentwicklung und im Projektmanagement von Marketing- und Kommunikationsaktivitäten tätig. Sie verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Vermarktung und Umsetzung von crossmedialen Kampagnen. Zu ihren beruflichen Stationen gehören Unternehmen wie Coca-Cola, RTL, Funke Mediengruppe und Schülerhilfe. Andrea Lameck zeichnet für eine Vielzahl an namhaften Digitalprojekten und Kampagnen von Konzernen und mittelständischen Unternehmen verantwortlich. So war sie Projektleiterin der Social Media Plattform lokalkompass.de, einer Bürger Community der Funke Mediengruppe. Bei Konkret Consult Ruhr ist sie für die Beratung, Konzeption und das Projektmanagement für Employer Branding Maßnahmen in der Pflege- und Sozialwirtschaft tätig und berät Unternehmen im Bereich Social Media.

Coco Heger-Mehnert (in Essen)

Coco Heger-Mehnert ist Dipl. Betriebswirtin mit den Schwerpunkten Marketing/Management, sowie Qualitätsmanagerin (DGQ). Seit 2001 ist sie im Bereich Marktentwicklung/Marktforschung beim Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) tätig und betreut dort insbesondere die Themen Auswirkungen der Digitalisierung für den ÖPNV, wie das VRR-weite Projekt „Social Media“. Zudem ist sie Dozentin an der VDV Akademie für die Themen Unternehmens- und Markenkommunikation im Social Web. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Marktforschung, Markenführung, Strategieentwicklung, Digitalisierung.

André Lapehn (in Essen)

Kommunikationsberater André Lapehn berät Unternehmen für eine optimale Positionierung im Social Web. 2011 bildete er die bundesweit ersten "Social Media Manager IHK" aus und ist gefragter Redner zum Thema "Social Media". Neben Unternehmensworkshops und Vorträgen ist er als Dozent beispielsweise auch an der Popakademie Baden Württemberg im Einsatz. Für den TÜV Rheinland konzipierte er mehrere E-Learning-Module, mit dem die Konzern-Mitarbeiter jetzt Social Media Grundlagen und Zusammenhänge erlernen können. Zuletzt war er als Fachgutachter für das Buch "Der Social Media Manager" (Verlag: Galileo Computing) von Vivian Pein tätig. Für das Traumzeit Festival ist er als künstlerischer Berater und Booker tätig.

Philipp Hüwe (in Essen)

Philipp Hüwe ist Fachwirt Online-Marketing (BVDW) und verfügt als klassisch gelernter Werbekaufmann und Fachkaufmann für Marketing über 15 Jahre Erfahrung in Planung und Steuerung von Kommunikationsaktivitäten. Nach Stationen bei der geno kom in Münster und AKOM360 ist er aktuell als Projektleiter Social Media bei metapeople in Duisburg tätig und betreut dort Social Media Aktivitäten in ganz Europa. Als Mitglied in der Fokusgruppe Social Media des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) ist er u.a. auch als Autor des Social Media Kompass tätig.

Torsten Jensen (in Essen)

Torsten Jensen ist Manager Digital Innovation bei Ernst & Young und unterstützt Unternehmen auf dem Weg zur digitalen Transformation. Davor war er geschäftsführender Gesellschafter der Asandoo GmbH, einer Full-Service-Agentur im Bereich IoT und deutschem Pionier in der Beacon-Technologie. Als Dozent an verschiedenen Hochschulen teilt er sein praktisches Wissen vor allem in den Gebieten digitale Geschäftsmodelle, Strategien und Online-Trends. Im Ehrenamt ist Torsten Mitglied des Gesamtvorstands des Bundesverband Deutsche Startups e.V. und Sprecher für NRW. Jensen gehört zudem zum Botschafterkreis der Digitalen Wirtschaft NRW.

Auszug aus den Vorlesungen

(Änderungen vorbehalten)

Social Media Grundlagen

- Nutzen und Ziele von Social Media
- Die wichtigsten Netzwerke und Werkzeuge im Social Web
- Erfolge und Misserfolge aus der Praxis

Webmonitoring

- Erstellung von Suchanfragen
- Visualisierung von Ergebnissen

Social Media Marketing

- Internetnutzung in Deutschland heute. Was sind die Trends für morgen?
- Was muss bezüglich Social Media als Kommunikationsinstrument beachtet werden?
- Was sind die Erfolgsfaktoren für erfolgreiche Kampagnen?
- Welche Kampagnen sind derzeit Benchmark auf dem deutschen und internationalen Markt?

Online Communication

- Funktionsweisen sozialer Netzwerke
- Verhaltensregeln, Gesetzmäßigkeiten und Stolperfallen in Social Networks
- Social Media für Öffentlichkeitsarbeit nutzen
- Krisen-PR 2.0 und Umgang mit Trolls

Online Reputation

- Kernkomponenten einer Social Media Strategie
- Einbindung der Social Media Strategie in die Unternehmensziele
- Virales Marketing und Word-of-Mouth: Praxisbeispiele und Erfolgsfaktoren
- Rechtliche Stolperfallen beim viralen Marketing

Messgrößen

- Definition (Metriken, Indikatoren, Messgrößen, Werttreiber)
- Social Media als Treiber in der Wertschöpfungskette
- Steuerungs- und Kontrollmethoden am Beispiel der Balanced Scorecard
- Typische Quellen für Kennzahlen und Messgrößen im Online-Marketing
- Quantitative & qualitative KPIs

Strategien und Trends

- Strategieprozess Social Media
- Aufbau einer Steuerungslogik
- Integration Social Media in bestehende Geschäftsprozesse

Recht

- Persönlichkeitsrechte
- Datenschutz
- Urheberrecht
- Marken- und Wettbewerbsrecht