

Social Media Management (20 Tage)

Ziel

Social Media Manager sind im Unternehmen verantwortlich für den effektiven und effizienten Einsatz von Plattformen und Instrumenten des Web 2.0 für die Kommunikation des Unternehmens mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern. Sie konzipieren die Auftritte des Unternehmens in sozialen Netzwerken, betreuen die Umsetzung operativ und managen den Dialog mit externen Präsenzen.

Im Rahmen des Kurses gewinnen Sie einen Überblick über die aktuelle Social Media Landschaft und die unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten. In einem begleitenden Projekt lernen Sie, Ihre Kenntnisse praxisbezogen umzusetzen.

Einführung und Grundlagen

- Begrifflichkeiten und Funktionsweisen
- Nutzerverhalten im Web 2.0
- Social Media Landschaft national/international
- Einsatzmöglichkeiten verschiedener Social Media Seiten

Aufbau und Umsetzung von Social Media – Präsenzen

- Funktionsweisen Sozialer Netzwerke
- Kommunikationswege und –möglichkeiten
- Verhaltensregeln, rechtliche Rahmenbedingungen
- Vorgehensweise Präsenzaufbau

Programm

Social Media im Unternehmen einführen

- Strategie und Zielsetzungen, Zielgruppen
- Einbindung in die Organisation, Unternehmenskultur
- Ressourcenplanung
- Monitoring Social Media Aktivitäten

Spezialisierung für bestimmte Unternehmensbereiche/-typen

- Personalmarketing 2.0
- Wissensmanagement/e-Learning
- Öffentlichkeitsarbeit
- Marketing und Vertrieb
- Social Media im B2B-Bereich
- Social Media für Kleinunternehmen

Praxis

Unterstützt wird die Wissensvermittlung durch einen wöchentlichen Übungstag.

Zielgruppe

Interessenten, die Kenntnisse im Bereich des Social Media Management erwerben wollen und über gute Englisch- und Internetkenntnisse verfügen.

Kombinations- module

Online Marketing; Webentwicklung; Wirtschaftsenglisch

Zertifikat

Sie erhalten das BTA-Zertifikat mit der Bezeichnung
„Social Media Management“
und der Angabe aller Lehrgangsinhalte