

# Social Media in der Unternehmenskommunikation

Das interaktive E-Learning-Studium vermittelt Ihnen das Wissen, das Sie für den professionellen Einsatz von Social Media benötigen. Sie erlernen Strategien für eine effektive Unternehmenskommunikation, z. B. für eine erfolgreiche Pressearbeit und Krisenkommunikation. Sie erfahren, welche Instrumente für Ihr Unternehmen geeignet sind und wie Sie diese am besten einsetzen.

Start  
am 9.  
September

## INFORMATIONEN

### Zielgruppe

PR-, Kommunikations-, Marketing- und Social Media- Verantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs

### Zeitraum

Einmal wöchentlich von 17:00 bis 19:00 Uhr live und im Anschluss auch als Aufzeichnung

### Preis

Frühbucherpreis: 820 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)\*  
Normalpreis: 1.040 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

\*gültig bis 29. August 2014

### Paketpreis

Frühbucherpaketpreis: 1.390 Euro  
(zzgl. der gesetzl. MwSt.)\*  
Paketpreis: 1.900 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

\*gültig bis 29. August 2014

### Systemcheck

8. September, 10:00 bis 12:00 Uhr

### Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss des E-Learning Studiums „Social Media in der Unternehmenskommunikation“ erhalten Sie ein Teilnahmezertifikat.

Haben Sie das Paket „Social Media Manager“ gebucht, erhalten Sie nach erfolgreicher Teilnahme das Abschlusszertifikat zum „Social Media Manager (depak)“



## 1 Einführung: Kommunikation im Social Web

9. September



- Nutzen und Ziele von Social Media
- Instrumente aus dem Web 2.0: Wikis, Blogs, Mircoblogs, Podcasts und Bewegtbilder
- Veränderungen und neueste Trends in der Medienlandschaft

Dominik Kupilas

Social Media- und Online-Redakteur, SV Werder Bremen

## 2 Social Media Management

16. September



- Verankerung von Corporate Social Media
- Strategische und operative Aufgaben und Herausforderungen
- Abteilungsübergreifende Steuerung
- Kommunikation zwischen interner und externer Community

Oliver Albiez

Inhaber und Berater, tapintoweb®

## 3 Pressearbeit 2.0

23. September



- Pressearbeit mit dem Online-Kanal: Der Social Media Newsroom
- SEO: Was ist das und wie kann ich es einsetzen?
- Der Wert des Pagerankings und der Rankingverbesserung

Christoph Ringwald

Pressesprecher, Heraeus Holding GmbH

**4 Krisenkommunikation im Web 2.0**

30. September



- Wie kommunikative Krisen entstehen
- Wie die Skandalmaschine Internet funktioniert
- Wie man das Internet und Social Media im Krisenfall einsetzen kann

Harwin Möhrle  
Geschäftsführer, A&B One Kommunikationsagentur

**7 Strategisches Monitoring**

21. Oktober



- Grundlagen des strategischen Monitorings
- Messen und Steuern von Social Media mit Hilfe von Kennzahlen

Ariana Fischer  
Inhaberin, Ariana Fischer Kommunikationsberatung & Organisationsentwicklung

**5 Web 2.0 in der internen Kommunikation**

7. Oktober



- Warum sind Web 2.0 Technologien so spannend für die interne Kommunikation?
- Die gefühlten und wirklichen Herausforderungen der internen Kommunikation 2.0

Frank Wolf  
Managing Consultant, T-Systems Multimedia Solutions

**8 Social Media und Recht**

28. Oktober



- Rechtliche Grundlagen im Internet
- Social Media Guidelines
- Rechtssicherer Umgang mit nutzergenerierten Inhalten
- Rahmenbedingungen bei Facebook, YouTube & Co.

Dr. Carsten Ulbricht  
Rechtsanwalt, Bartsch Rechtsanwälte

**6 Unternehmenskommunikation 2.0**

14. Oktober



- Strategien, Tools und Plattformen für die Unternehmenskommunikation im Web 2.0
- Vernetzung und Dialogführung
- Aktionen im Netz

Kathrin Faust  
Unit Manager Online Interactive, Fink & Fuchs PR AG

**9 Diskussion: Kommunikation im Web 2.0**

4. November

- Social Media und seine Bedeutung
- Herausforderungen der kommenden Jahre
- Offene Fragen von Teilnehmern



Christoph Ringwald



Oliver Albiez

# Social Media und Community Management

Facebook, Twitter und andere Social Media sind aus dem Alltag der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken. So sind sie auch Teil der Öffentlichkeitsarbeit, da die jeweiligen Zielgruppen unmittelbar in die Diskussion mit der Organisation eintreten können. Das E-Learning-Studium zeigt Ihnen, wie Sie die enorme Gestaltungskraft der Social Media für Ihr Unternehmen nutzen.

Start am  
30. Oktober

## INFORMATIONEN

### Zielgruppe

PR-, Kommunikations-, Marketing- und Social Media- Verantwortliche aus Agenturen, Unternehmen, Institutionen und NGOs

### Zeitraum

Einmal wöchentlich von 17:00 bis 18:30 Uhr live und im Anschluss auch als Aufzeichnung

### Preis

Frühbucherpreis: 690 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)\*  
Normalpreis: 980 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

\*gültig bis 10. Oktober 2014

### Paketpreis

Frühbucherpaketpreis: 1.390 Euro  
(zzgl. der gesetzl. MwSt.)\*  
Paketpreis: 1.900 Euro (zzgl. der gesetzl. MwSt.)

\*gültig bis 29. August 2014

### Systemcheck

29. Oktober, 10:00 bis 12:00 Uhr

### Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss des E-Learning-Studiums „Social Media und Community Management“ erhalten Sie ein Teilnahmezertifikat.

Haben Sie das Paket „Social Media Manager“ gebucht, erhalten Sie nach erfolgreicher Teilnahme das Abschlusszertifikat zum „Social Media Manager (depak)“



## 1 Einführung ins Community Management

30. Oktober



Oliver Albiez  
Inhaber und Berater, tapintoweb®

- Community Management: ein zentraler Baustein von Corporate Social Media
- Wer ist zuständig für die Community-Strategie und was muss beachtet werden?

## 2 Social Media-Strategieentwicklung

6. November



Dr. Christian Chua  
Dialogkommunikation, KfW Bankengruppe

- Von der Analyse bis zur Umsetzung: Das richtige Vorgehen im Social Web und den angrenzenden digitalen Spielfeldern

## 3 Facebook, Twitter, Google+

13. November



Felix Barth  
Berater für Online & Social Media Kommunikation, ORCA van Loon

- Strategien, Themen, Instrumente, Best Cases und Konzepte
- Nutzerverhalten bei Facebook
- Twitter als Medium statt soziales Netzwerk
- Die Rolle von Google+ innerhalb der Google Welt

## 4 Visuelles Social Web

20. November



Katrin Kuch  
Account Managerin, storymaker

- Die Macht der Bilder verstehen und sich zu Nutzen machen
- Grundlagen der Bildkommunikation und ihr praktischer Einsatz
- Formate, Plattformen und ihre Besonderheiten

## 5 Corporate Blogging und Blogger Relations

27. November



- Welche Inhalte sind für Blogs geeignet und wie verfasse ich Blog-Texte?
- Umgang mit Kommentaren und Kritik
- Identifizierung und Ansprache von Bloggern

Jochen Mai

Strategieberater, Blogger und Autor, [karrierebibel.de](http://karrierebibel.de)

## 6 Das mobile Internet

4. Dezember



- Mobile Websites: sinnvoll und erfolgreich einsetzen
- Nutzerverhalten der User und der Unterschied zum klassischen Web
- Mobile Websites, Apps & Co. – Unterschiede in der Anwendung

Tanja Kiellisch

Leitung Marketing & Redaktion, [kernpunkt GmbH](http://kernpunkt GmbH)

## 7 Digitale Kampagnen entwickeln

11. Dezember



- Relevante und passende Kanäle finden
- Engagement der Nutzer
- Product & Brand Appearance
- Controlling: messbare Ziele und Key Performance Indicators

Christian Henne

Gründer und Geschäftsführer, [HenneDigital](http://HenneDigital)