



## Social Media Strategieentwicklung und Monitoring

### KURSBESCHREIBUNG

Ob Start-up oder alteingesessen – für jedes Unternehmen ist die Präsenz in sozialen Netzwerken heute essentiell. Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube & Co. werden genutzt, um die Produkte oder Dienstleistungen zu vermarkten. Gleichzeitig verändern die sozialen Netzwerke die interne Unternehmenskommunikation. Und auch Kundendialog und Kundenbindung unterliegen dem Einfluss durch die sozialen Netzwerke.

### KURSZIELE

In dieser Weiterbildung lernen Sie, eine Social Media-Strategie systematisch zu entwickeln und Ihre Social Media-Aktivitäten zu bewerten. Die hierzu vorgestellten Konzepte und Modelle aus der aktuellen Forschung werden ergänzt durch zahlreiche Fallstudien und die Möglichkeit, unter fachlicher Begleitung Fragestellungen aus dem eigenen Unternehmen zu bearbeiten.

**Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden Sie in der Lage sein:**

- Die Bedeutung von Social Media für die Kommunikation von Unternehmen und Ihr Produkt- oder Dienstleistungs-Marketing einzuschätzen.
- Potentiale für den Einsatz von Social Media im eigenen Unternehmen zu erkennen und zu bewerten.
- Crossmedial, zielgruppen- und mediengerecht: eine strategische Positionierung im Social Web zu konzeptionieren.
- Die Umsetzung von Social Media-Management systematisch anzugehen.
- Buzz, Engagement, Sentiment: Social Media-Kennzahlen aufzubauen und zu interpretieren.
- Ein professionelles Social Media-Reporting zu erstellen und folgerichtige Schlüsse daraus zu ziehen.

### VORTEILE

- Praxistransfer der erlernten Methoden: Individuelle Fragestellungen werden im Kursverlauf bearbeitet.
- Einsatz der sozialen Medien zugunsten des Unternehmenserfolges.
- Neutrale Qualifizierung auf höchstem Niveau.

## ZIELGRUPPE/N

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Strategisches Management, Marketing und Vertrieb, Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Produkt- und Brandmanagement

## TEILNEHMENDENZAHL

max. 12

## KOSTEN

890 € | Alumni 845 €

## TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN

Hochschulabschluss mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufstätigkeit.

## VERANSTALTUNGSORT

Campus Mönchengladbach

## DAUER

3 Präsenztage | Alle Kursinhalte und Termine unter:  
[www.hs-niederrhein.de/zertifikatskurse](http://www.hs-niederrhein.de/zertifikatskurse)

## PRÜFUNG UND ABSCHLUSS

Die Teilnehmenden erhalten eine Teilnahmebescheinigung, wenn mindestens 75% des Kurses besucht werden. Für ein Zertifikat der Hochschule Niederrhein ist eine Prüfung gemäß Modulbeschreibung abzulegen.

## LEHR- UND LERNFORM

Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Durch Case Studies und Gruppenarbeiten wird das Erlernte sofort mit dem praktischen Wissen verknüpft. Die Begleitung durch eine Online-Lernplattform unterstützt den Lernerfolg.

## PROGRAMM

Grundlagen und Erweiterung der Bilanzanalyse		
Präsenz 1	8h	<b>Chancen und Risiken von Social Media</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundbegriffe</li><li>- Potentiale von Social Media in der Unternehmenskommunikation</li><li>- Risikofaktor Mitmachweb</li></ul> <b>Systematische Social Media-Strategien entwickeln</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Interne und Externe Analyse</li><li>- Zieldefinition und Zielgruppenauswahl</li><li>- Kanalsondierung</li></ul>
Selbstlern-einheit	6h	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vor- und Nachbereitung der Inhalte</li><li>- Unternehmensfallstudie</li></ul>
Präsenz 2	8h	<b>Fallstudie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Erarbeitung einer Social Media-Strategie</li></ul> <b>Metriken und Kennzahlen im Social Web</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ressourcenplanung</li><li>- Die Rolle des Social Media-Managers</li><li>- Key Performance Indicators</li></ul> <b>Reporting und Monitoring</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Monitoring Tools</li><li>- Social Media Guidelines</li></ul>
Selbstlern-einheit	16h	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vor- und Nachbereitung der Inhalte</li><li>- Erarbeitung einer Social Media-Strategie für die Abschlusspräsentation</li></ul>
Präsenz 3	8h	<b>Tools für das Social Media-Management</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Enterprise Social Internets</li><li>- Digitaler Werkzeugkasten</li></ul> <b>Präsentationen der Arbeitsgruppen</b>
Selbstlern-einheit	4h	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nachbereitung der Inhalte</li></ul>

Gesamter Zeitaufwand = 50 h, davon Präsenz = 24 h, 2 ECTS

## IHRE ANSPRECHPARTNERIN

**Britta Benning**  
Zentrum für Weiterbildung  
Hochschule Niederrhein  
Reinarzstraße 49 | 47805 Krefeld  
Tel.: 02151 822-1515  
[weiterbildung@hs-niederrhein.de](mailto:weiterbildung@hs-niederrhein.de)

## IHR DOZENT

**Prof. Dr. Jürgen Karla**  
Wirtschaftsinformatik  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Hochschule Niederrhein



**Hochschule Niederrhein**  
University of Applied Sciences