



## Social Media Strategieentwicklung und Management

### KURSBESCHREIBUNG

Ob Start-up oder alteingesessen – für jedes Unternehmen ist die Präsenz in sozialen Netzwerken heute essentiell. Social-Media-Plattformen wie Meta, Twitter, TikTok, 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.

Unternehmen müssen sich mit neuen Fragestellungen auseinandersetzen: Wie soll eine Positionierung im Social Web erfolgen? Wie können die Erfolge der Social-Media-Aktivitäten erfasst werden? Wie können Strategieentwicklung und Social-Media-Management systematisch etabliert werden? Die Weiterbildung bietet einen fundierten Einblick in die systematische Strategieentwicklung und das Management von Social-Media-Aktivitäten. 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.

### KURSZIELE

**Mit erfolgreichem Abschluss des Zertifikatskurses 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.
- Die Grundlagen eines Social-Media-Monitorings aufzubauen.
- Eine Social-Media-Strategie systematisch entwickeln zu können.

### VORTEILE

- Praxistransfer der erlernten Methoden: Individuelle Fragestellungen werden im Kursverlauf bearbeitet.
- Einsatz der sozialen Medien zugunsten des Unternehmenserfolges.
- Neutrale Qualifizierung auf höchstem Niveau.
- Individuelle, professionelle Betreuung und intensiver Austausch in Kleingruppen.

## ZIELGRUPPE/N

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

## TEILNEHMENDENZAHL

ca. 12

## TEILNAHMEENTGELT

890 € | Alumni 845 €

## TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN

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

## VERANSTALTUNGSORT

Campus Mönchengladbach

## DAUER

3 Präsenztage | Alle Kursinhalte und Termine unter:  
[www.hsnr.de/weiterbildung/zertifikatskurse](http://www.hsnr.de/weiterbildung/zertifikatskurse)

## PRÜFUNG UND ABSCHLUSS

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

## 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

Social Media   Strategieentwicklung und Management		
Präsenz 1	8h	<b>Grundlagen Social Media und Social-Media-Strategie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Motivation, Erfahrung, Medien</li><li>- Geschichte von Social Media und besondere Ereignisse</li><li>- Grundlegende Definition und Mechanismen von Social Media</li><li>- Systematische Entwicklung einer Social-Media-Strategie</li></ul>
		<b>Social Media-Strategie in 10 Schritten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Social-Media-Monitoring und Monitoring-Werkzeuge</li><li>- Zieldefinition und Zielgruppenauswahl</li></ul>
		<b>Fallstudie am eigenen Unternehmen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Erarbeitung einer Social-Media-Strategie</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>Social-Media-Strategie in 10 Schritten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Social-Media-Plattformen und Kanalauswahl</li><li>- Social-Media-Organisation und -Ressourcenplanung im Unternehmen</li><li>- Social-Media-Architektur und -Governance</li><li>- Social Media und Recht, Guidelines und Netiquette</li></ul>
		<b>Fallstudie am eigenen Unternehmen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Erarbeitung einer Social Media-Strategie</li></ul>
		<b>Selbstlern-einheit</b>
Präsenz 3	8h	<b>Social-Media-Strategie in 10 Schritten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Social-Media-Advertising und -Automatisierung</li><li>- Moderation</li><li>- Krisenkommunikation und -management</li><li>- Social-Media-Analytics und grundlegende Kennzahlen</li></ul>
		<b>Präsentationen der Arbeitsgruppen</b>
		<b>Selbstlern-einheit</b>

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

## IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Ulrike Schoppmeyer  
Zentrum für Weiterbildung  
Hochschule Niederrhein  
Reinarzstraße 49 | 47805 Krefeld  
Tel.: 02151 822-1561  
[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