

## Modulbeschreibung „Social Media – Strategieentwicklung und Monitoring“

Modultitel	Social Media – Strategieentwicklung und Monitoring
Kürzel/Modulnummer	---
Fachbereich	08 Wirtschaftswissenschaften
Modulverantwortlicher/	Prof. Dr. Jürgen Karla, <a href="mailto:juergen.karla@hs-niederrhein.de">juergen.karla@hs-niederrhein.de</a>
Dozent/in	Prof. Dr. Jürgen Karla, <a href="mailto:juergen.karla@hs-niederrhein.de">juergen.karla@hs-niederrhein.de</a>
Modultyp	Hochschulzertifikatskurs der WWB
Dauer	ca. 3 Termine in 2 Monaten
Häufigkeit des Angebots	Voraussichtlich jährlich und auf Nachfrage (Inhouse)
Zielgruppe(n)	Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Strategisches Management, Marketing und Vertrieb, Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Produkt- und Brandmanagement
Angestrebte Lernergebnisse/ Learning outcomes	<p>Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein:</p> <p>// Die Bedeutung von Social Media für die Kommunikation von Unternehmen und ihr Produkt- oder Dienstleistungs-Marketing einzuschätzen.</p> <p>// Potentiale für den Einsatz von Social Media im eigenen Unternehmen zu erkennen und zu bewerten.</p> <p>// Crossmedial, zielgruppen- und mediengerecht: eine strategische Positionierung im Social Web zu konzeptionieren.</p> <p>// Die Umsetzung von Social Media-Management systematisch anzugehen.</p> <p>// Buzz, Engagement, Sentiment: Social Media-Kennzahlen aufzubauen und zu interpretieren.</p> <p>// Ein professionelles Social Media-Reporting zu erstellen und folgerichtige Schlüsse daraus zu ziehen.</p>
Inhalte	<p>// Chancen und Risiken von Social Media</p> <p>// Systematische Social Media Strategien entwickeln</p> <p>// Fallstudie zur Erarbeitung einer Social Media Strategie</p> <p>// Metriken und Kennzahlen im Social Web</p> <p>// Reporting und Monitoring</p> <p>// Tools für das Social Media-Management</p> <p>// Präsentationen der Arbeitsgruppen</p>
Lehrformen	<p>// Präsentation</p> <p>// Case Study</p> <p>// Gruppenarbeit</p> <p>// Online-Lernplattform</p>
Unterrichtssprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Hochschulabschluss mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung.
Abschluss	Hochschulzertifikat (Prüfungsteilnahme) oder Teilnahmebescheinigung (bei 75% Anwesenheit)
Prüfungsleistung(en)	Präsentation (15-20 Min.) und schriftliche Ausarbeitung (20 S.) einer Social Media-Strategie
Leistungspunkte	2 ECTS
Workload/Arbeitsaufwand	50 h Gesamtstunden
Kontaktzeit	24 h Präsenz

Selbststudium	26 h (Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung)
Geplante Gruppengröße	max. 12 Teilnehmende
Verwendbarkeit des Moduls	---
Literatur	wird bei Bedarf in der Veranstaltung hinzugezogen