

**INTENSIVKURS**

# **SOCIAL MEDIA & ONLINEKOMMUNIKATION**

**IHR WEG ZUM SOCIAL MEDIA MANAGER****MODUL I / 18. – 20. MAI 2017 UND 9. – 11. NOVEMBER 2017****GRUNDLAGEN DER SOCIAL MEDIA:  
STRATEGIEN UND KONZEPTE****MODUL II / 22. – 24. JUNI 2017 UND 30. NOVEMBER – 2. DEZEMBER 2017****SOCIAL MEDIA IN DER PRAXIS  
UND DIE OPTIMALE NUTZUNG****OPTIONALE PRÜFUNG ZUM  
SOCIAL MEDIA MANAGER/IN (SCM)**



## INTENSIVKURS SOCIAL MEDIA UND ONLINEKOMMUNIKATION IHR WEG ZUM SOCIAL MEDIA MANAGER

Eine neue Vielfalt digitaler Medien und Technologien hat unser Kommunikationsverhalten und Medienverständnis in den letzten Jahren grundlegend verändert. Onlinekommunikation und Social Media sind zu einem Massenphänomen unserer Zeit geworden und werden auch in Zukunft das Marketing, die PR und die interne Kommunikation nachhaltig verändern. So ist das Internet bei weitem nicht mehr nur Informationsplattform. Vielmehr ist es Interaktionsmedium, das von den Nutzern selbst mitgestaltet wird. Die neue Dialog- und Partizipationskultur bietet vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten und -formen, gilt aber auch als Herausforderung. Sich als Unternehmen dieser nicht zu stellen, scheint langfristig nicht erfolversprechend. Mit der richtigen Strategie gelingt Ihnen der Dialog mit Ihren Zielgruppen, Kunden, Partnern und Interessenten in den thematisch relevanten Netzwerken oder Blogs.

Mit der Ausbildung der SCM erhalten Sie einen ganzheitlichen Überblick über Social Media und Onlinekommunikation und lernen, die veränderten Kommunikationsmechanismen und -strategien einzustufen, um sie schließlich gewinnbringend einzusetzen. Der Kurs vermittelt Grundlagenwissen rund um Tools, Guidelines und Content Marketing sowie Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing. Sie erhalten wichtige rechtliche Grundlagen und erfahren, wie Sie sich den neuen Anforderungen an die Unternehmenskommunikation – gerade in Krisensituationen – stellen. Darüber hinaus geben unsere Trainer Tipps zur erfolgreichen Zusammenarbeit mit Bloggern und zum Einsatz von Social Media in der internen Kommunikation.

Zögern Sie nicht länger, eine Social-Media-Strategie für Ihr Unternehmen zu entwickeln, um in den verschiedenen Kanälen präsent zu sein und mit dem Bewusstsein für Dos und Don'ts mit Ihrer Zielgruppe auf Augenhöhe zu kommunizieren. Auf diese Weise steigern Sie Ihre Wahrnehmung, Ihre Reputation, stärken Ihre Marke und fördern den Austausch von Wissen und Erfahrungen.

Der Intensivkurs Social Media und Onlinekommunikation analysiert Chancen und Risiken, zeigt sichere und effiziente Wege hin zur optimalen Nutzung von Social Media. Somit

können Sie sich gezielter auf diese neuen Herausforderungen vorbereiten. Mit dem berufsbegleitenden Präsenzkurs ebnen Ihnen unsere Trainer mit ihrem Expertenwissen und den umfangreichen Schulungsunterlagen den Weg zum Social Media Manager. Selbstverständlich können Sie die beiden Module „Grundlagen der Social Media: Strategien und Konzepte“ sowie „Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung“ auch einzeln buchen. Optional kann nach erfolgreicher Teilnahme an beiden Modulen die Prüfung zum Social Media Manager absolviert werden.

### ZIELGRUPPE

Vornehmlich Verantwortliche und Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation (externe und interne Kommunikation), Verantwortliche und Mitarbeiter aus PR & Marketing, Pressesprecher und Markenverantwortliche, Vertrieb und Human Resources, Projektverantwortliche Internet und Intranet, PR-Agenturen, Mitarbeiter aus NGOs, Verbänden und Institutionen der öffentlichen Hand, die sich mit dem Thema Social Media auseinandersetzen

### METHODIK

Das Seminar verknüpft eine kompakte und intensive Wissensvermittlung mit praktischen Fallbeispielen in Einzel- und Gruppenarbeit. Neben theoretischen Grundlagen geben unsere Trainer Praxistipps.

### SERVICE

Unsere Schwerpunkte setzen wir gemäß Ihren Erwartungen, die wir vorab in einer kurzen Onlineumfrage klären. Sie erhalten Zutritt zum exklusiven Teilnehmerbereich auf der SCM-Webseite mit Vorabinformationen, Präsentationen und Zusammenfassungen zu den einzelnen Modulen. Sie erhalten zur Prüfungsvorbereitung Fragen zum Selbsttest sowie zusätzliche Übungsmaterialien. Und natürlich erhalten Sie auch zu jedem Modul des Intensivkurses ein Teilnahmezertifikat.

# GRUNDLAGEN DER SOCIAL MEDIA: STRATEGIEN UND KONZEPTE

Social Media werden in den meisten deutschen Unternehmen bereits als Kommunikationsinstrumente eingebunden, dennoch fühlen sich noch längst nicht alle Kommunikatoren auch heimisch auf diesem Gebiet. Dieses Seminar soll Grundlagenwissen rund um Guidelines, Tools und Content liefern sowie Strategien und Konzepte vermitteln, damit Sie Social Media gewinnbringend in die Gesamtstrategie des Unternehmens einbinden lassen.

## INHALTE

### GRUNDLAGEN DER SOCIAL MEDIA

- › Grundlagen: vom Web 1.0 zum Web 2.0 - Onlinekommunikation im Wandel
- › Warum nutzen wir eigentlich das Social Web? Entwicklung und Relevanz
- › Grundlagen und Begriffe: Was ist Social Media?
- › Was müssen Unternehmen beachten, bevor sie mit Social Media starten?
- › Regeln und Social Media Guidelines festlegen
- › Nutzen und Ziele von Social Media: Bringt Social Media Mehrwert für mein Unternehmen?
- › Vorstellung der sozialen Netzwerke und Social Media Tools
- › Strategische Einbindung von Social Media im Unternehmen
- › Wie sieht eine persönliche und authentische Kommunikation aus?
- › Qualität versus Schnelligkeit
- › Die Rolle der Multiplikatoren/Influencer
- › Strikte Trennung der Nutzung von Social Media für private und berufliche Zwecke
- › Welchen Einfluss hat Social Media auf die Meinungsbildung?
- › Social Media Optimizing (SMO)
- › Gastvortrag – Social Media in der Praxis

### SOCIAL-MEDIA-STRATEGIEN UND -KONZEPTE

- › Einbindung von Social Media in die Gesamtstrategie und in die Unternehmensziele
- › Praktisch anwendbare Modelle für die strategische Integration von Social Media in die Unternehmenskommunikation und die Kommunikationsstrategie
- › Vernetzung der Online- und Offlinewelt
- › Analyse des Medien- und Konsumverhaltens
- › Definition von Zielgruppen und Themen
- › Festlegen von Kommunikationsthemen: Welche relevanten Themen sollen kommuniziert werden?
- › Welche Social Media Tools/Sites setze ich für welche Zwecke ein?
- › Kosten und Aufwand von Social Media
- › Wie wichtig ist eine Social Media Policy? Festlegung von Kommunikationsrichtlinien
- › Markenführung in Social Media

### GRUPPENARBEIT

Erarbeiten eines Onlinekonzeptes / einer Social-Media-Kampagne

### DAUER

Tag 1: 10.00 – 18.00 Uhr

Tag 2: 9.00 – 17.00 Uhr

Tag 3: 9.00 – 16.00 Uhr

### LERNZIEL

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über Social Media und deren strategische Einbindung in das Unternehmen. Sie lernen, auf was Sie bei der Wahl und dem Einsatz von Social Media achten müssen.

### STIMMEN UNSERER TEILNEHMER

„Das Seminar bietet eine gute Mischung aus Theorie und Praxis. Besonders das Handout ist ein super Nachschlagewerk, das man zukünftig immer wieder für die eigene Arbeit nutzen kann.“

**INA ALBERSMEIER**

*enwor - energie & wasser vor ort*

„Sehr gutes und informatives Seminar. Nette und qualifizierte Schulungsleitung. Hilfreich für die weitere Arbeit im Social Media Bereich.“

**SINEM NURALI**

*ARBURG GmbH + Co. KG*

„Meine Erwartungen wurden voll und ganz erfüllt. Überblickswissen, Theorie und praxistaugliche Tipps bildeten einen guten Mix, den ich künftig als Toolbox sowie strategisch anwenden kann.“

**STEPHAN SCHLÜTER**

*takefive-media GmbH*

### TEILNAHMEGEBÜHR

Die Kursmodule sind einzeln buchbar.

› Einzelkurs: 900 EUR

› Gesamter Intensivkurs (zwei Module): 1.600 EUR

### TRAINER



Ira Reckenthäler  
wildcard communications



Björn Seum  
wildcard communications

# SOCIAL MEDIA IN DER PRAXIS UND DIE OPTIMALE NUTZUNG

Dieses Seminar geht gezielt auf die effiziente Nutzung von Social Media in der internen und externen Unternehmenskommunikation ein. Es wird vermittelt, wie Sie Netzwerke, Newsrooms oder das Intranet rechtlich abgesichert und auf die Unternehmensreputation bedacht nutzen und wie Sie den verschiedenen Zielgruppen relevante Themen kommunizieren. Die Trainer verraten Ihnen, welche Chancen und Risiken die Nutzung von Social Media bergen und welche Anforderungen diese an die Unternehmenskommunikation – gerade in Krisensituationen – stellen. Darüber hinaus vermittelt das Seminar die Grundlagen von Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing.

## INHALTE

### SOCIAL MEDIA IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- › Social Media & Corporate Communications
- › Voraussetzungen für ein professionelles Auftreten im Social Web: Organisation, Ressourcen, Haltung, Change Management
- › Newsrooms als Schnittstelle zwischen interner und externer Kommunikation
- › Social-Media-Strategieentwicklung: Der Weg ins Social Web in Theorie und Praxis
- › Mit Content Marketing zu mehr Reichweite und Nutzerinteraktion
- › Content mit Mehrwert: Themenmanagement und Redaktions-Workflow

### PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 2.0

- › Influencer Relations: Integration von Multiplikatoren in die Unternehmenskommunikation
- › Content-Formate entwickeln und vermarkten
- › Einsatz von Social Media Monitoring Tools
- › Erfolgskontrolle und Steuerung

#### TEILNAHMEGEBÜHR

Die Kursmodule sind einzeln buchbar.

- › Einzelkurs: 900 EUR
- › Gesamter Intensivkurs (zwei Module): 1.600 EUR

### TRAINER & REFERENTEN



Björn Thar  
Profilwerkstatt



Tom Neubert  
Profilwerkstatt



Dr. Markus Robak  
JONAS



Matthias Lorentz  
Kammann Rossi



Christian Seifert  
Avenit

### KRISENKOMMUNIKATION IM SOCIAL WEB

- › Grundlagen der Krisenkommunikation und des Social Media Crisis Managements
- › Social Media Governance und Online Crisis Management Tools

### SOCIAL MEDIA IN DER INTERNEN KOMMUNIKATION

- › Enterprise 2.0
- › Social Intranet, Kollaboration und Partizipation

### SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO) UND SOCIAL MEDIA MARKETING

- › Grundlagen von Suchmaschinenoptimierung
- › Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing – per Tandem zum Erfolg!

### DAUER

Tag 1: 10.00 – 18.00 Uhr

Tag 2: 9.00 – 17.00 Uhr

Tag 3: 9.00 – 13.00 Uhr

### LERNZIEL

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Social Media für die Unternehmenskommunikation. Sie lernen, wie Ihnen ein Kommunikationsmix aus klassischer Pressearbeit und Social Media gelingt und erlernen die Grundlagen von Suchmaschinenoptimierung und Social Media Marketing und Recht.

### STIMMEN UNSERER TEILNEHMER

„Das Seminar war inspirierend und spannend und hat meine Erwartungen weit übertroffen. Der Austausch mit den anderen Teilnehmern war offen und anregend.“

**ESTHER DÖRINGER**

*Adel & Link Public Relations GbR*

„Viel relevanter und anregender Input auf anschauliche und 'leicht verdauliche' Weise vermittelt“

**CLAUDIA HAMANN**

*Oper Stuttgart*

# ABSCHLUSSPRÜFUNG ZUM SOCIAL MEDIA MANAGER/IN (SCM)

## 1. PRÜFUNGSTAG: SCHRIFTLICHE PRÜFUNG

Die schriftliche Prüfung besteht aus einer 90-minütigen Klausur mit Wissensfragen zum Thema Social Media und Onlinekommunikation. Die Prüfung enthält offenen Fragen und Multiple-Choice-Fragen und dauert 90 Minuten.

**Ort:** SCM Seminarzentrum Berlin  
**Kosten:** 325 Euro zzgl. MwSt.  
**Termine:** 15. – 16. September 2017 und 19. – 20. Januar 2018

## 2. PRÜFUNGSTAG: MÜNDLICHE PRÜFUNG

Die Prüfungsteilnehmer präsentieren und verteidigen ein selbstständig erarbeitetes Konzept. Im Anschluss stellen die Prüfer Wissensfragen zum Thema Social Media und Onlinekommunikation.

Nach erfolgreicher Prüfung erhält jeder Teilnehmer ein benotetes Zeugnis und den Titel „Social Media Manager (SCM)“.

## WEITERE SCM-SEMINARE ZUM THEMA ONLINEKOMMUNIKATION

### 1. DIGITALES STORYTELLING IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Geschichten sind eine großartige Erlebniswelt: Wir fiebern mit dem Helden, leiden mit den Opfern, lachen über den Hofnarren, lieben mit den Liebenden. Geschichten sind mal beruhigend, mal genussvoll, mal aufregend, mal elektrisierend. Wie können wir digitale Medien nutzen, um durch deren Besonderheiten eine einzigartige Erlebniswelt aufzubauen? Wie bringen wir unsere User zum lachen, weinen, lieben? Wie sorgen wir für ein herausragendes Erlebnis, das unser Corporate Storytelling ergänzt?

In diesem Workshop zeigt Ihnen Prof. Dr. Dieter Georg Herbst, wie Sie Ihre eigenen digitalen Geschichten erzählen können. Er zeigt die einzigartigen Potenziale und erläutert, wie Sie diese Potenziale für Ihr eigenes Corporate Storytelling nutzen können. Gemeinsam erstellen Sie das Gerüst für die eigenen Geschichten und gestalten wirkungsvolle Erlebnisse im Digitalen Storytelling.

Achtung: Dieser Kurs ist ein Aufbaukurs für jene, die schon über Grundlagen des Storytelling verfügen. Diese werden im Seminar vorausgesetzt.

#### Nächster Termin

22. – 23. Mai 2017 | SCM Seminarzentrum | 950 Euro zzgl. MwSt.

### 2. ONLINEKOMMUNIKATION UND SOCIAL MEDIA IM TOURISMUS

Social Media und Onlinekommunikation sind im Tourismussektor einfach nicht mehr wegzudenken. Rasant entwickeln sich die Technik und die damit einhergehenden kommunikativen Möglichkeiten. Nicht mehr nur junge Menschen teilen ihre Reiseerlebnisse über soziale Netzwerke. Auch Digital Immigrants nutzen mittlerweile Blogs, Foto- und Videoplattformen, um sich zu informieren und auszutauschen.

In diesem Seminar erhalten Sie einen Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten, die das Web zu bieten hat und wie Sie eine erfolgreiche Strategie erstellen. Unsere Experten verraten Ihnen Tipps für guten Content, Suchmaschinenoptimierung und welche Möglichkeiten sich zur Kooperation mit externen Bloggern bieten.

Der Kurs richtet sich an Verantwortliche, Mitarbeiter und Nachwuchskräfte aus der Unternehmenskommunikation, PR und Marketing, Marken- und Vertriebsverantwortliche, Eventmanager, Onlinekommunikatoren, Mobile- und Display-Manager, Social-Media-Manager sowie Kommunikations-Agenturen aus der Reiseindustrie.

#### Nächster Termin

4. – 6. Mai 2017 | SCM Seminarzentrum | 890 Euro zzgl. MwSt.

## MAGAZIN-EMPFEHLUNG



„1 – CONTENT MARKETING FÜR ALLE“ – der Name ist Programm. In unserer ersten Ausgabe liefern wir Praktikern, egal ob Werber, Marketer, PR- oder Vertriebler, hilfreiche wie auch unterhaltsame Informationen rund ums Thema. Unser Magazin fördert die Entwicklung und Verbreitung von Standards und Frameworks, die eine Interoperabilität der Leistungen von Dienstleistern und Unternehmen im Content Marketing gewährleisten („Ein Content Marketing für Alle“).

1 – Content Marketing für Alle (10,90 € inkl. MwSt.)

Jetzt schon die  
2. Ausgabe zum Thema  
„Erfolg und Erfolgsmessung“  
vorbestellen.



## ANMELDEFORMULAR

Die Teilnahmegebühr für den gesamten Intensivkurs beträgt 1.600 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer. Der Preis enthält Pausenverpflegung und Kursmaterialien. Die Module sind auch einzeln buchbar. Die Teilnahmegebühr für ein Modul beträgt 900 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer.

Ich melde mich für den Intensivkurs „Social Media und Onlinekommunikation“ bzw. eines der Module an und akzeptiere die AGB\*.

\*Die AGB finden Sie auf [www.scmonline.de/agb](http://www.scmonline.de/agb)

Hiermit bestelle ich den regelmäßig erscheinenden SCM-Newsletter.

### MODUL I

- 18. – 20. Mai 2017 in Düsseldorf, 900 Euro zzgl. MwSt.
- 9. – 11. November 2017 in Düsseldorf, 900 Euro zzgl. MwSt.

### MODUL II

- 22. – 24. Juni 2017 in Düsseldorf, 900 Euro zzgl. MwSt.
- 30. November – 2. Dezember 2017 in Düsseldorf, 900 Euro zzgl. MwSt.

### GESAMTER KURS

- 18. Mai – 24. Juni 2017 in Düsseldorf 1.600 Euro zzgl. MwSt.
- 9. November – 2. Dezember 2017 in Düsseldorf 1.600 Euro zzgl. MwSt.

### PRÜFUNG

- Prüfung zum Social Media Manager (SCM) am 15. – 16. September 2017
- Prüfung zum Social Media Manager (SCM) vom 19. – 20. Januar 2017

### SEMINAR

- WS Nr.: .....
- WS Nr.: .....

### MAGAZINE

- „1 – CONTENT MARKETING FÜR ALLE“, Ausgabe 1, Themenheft „Strategie“
- „1 – CONTENT MARKETING FÜR ALLE“, Ausgabe 2, Themenheft „Erfolg und Erfolgsmessung“
- Abo 2017 „1 – CONTENT MARKETING FÜR ALLE“, Ausgabe 2 und 3

## IHRE DATEN

.....  
Name | Vorname

.....  
Titel

.....  
Firma | Institution

.....  
Funktion | Abteilung

.....  
Straße | Postfach

.....  
PLZ | Ort

.....  
Telefon | Telefax

.....  
E-Mail

## ABWEICHENDE RECHNUNGSADRESSE

.....  
Name | Vorname

.....  
Titel

.....  
Firma | Institution

.....  
Funktion | Abteilung

.....  
Straße | Postfach

.....  
PLZ | Ort

.....  
Hiermit melde ich eine 2. Person an (5% Ermäßigung):  
Name | Vorname

.....  
Ort | Datum | Unterschrift