

Manager/-in Digitale Kommunikation/Social Media (BCW)

Ob Werbekampagnen, Krisenkommunikation oder Kundendialog: Die Außendarstellung von Unternehmen findet heute oft zu großen Teilen im Social Web statt. In der digitalen Welt entstehen ständig neue Kanäle, Plattformen sowie Werkzeuge – und im selben Maße entwickelt sich auch das Berufsbild des Kommunikationsprofis rasant weiter.

Die Fortbildung „**Manager/-in Digitale Kommunikation/Social Media (BCW)**“ macht Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Unternehmenskommunikation oder Servicedialog/Customer Care fit für die Arbeit mit sozialen Netzwerken, mobilen Apps und Messenger-Diensten. Wie haben sich die Erwartungshaltung und das Kommunikationsverhalten von Verbrauchern im Netz verändert? Wie lässt sich der Ruf eines Arbeitgebers über alle Kanäle hinweg pflegen und schützen? Wie sieht ein souveräner Umgang mit Kritik aus, welche Rolle spielen Influencer im Marketing-Mix? Diese und viele weitere Fragen werden im Lehrgang ausführlich behandelt.

Als Absolventen des Lehrgangs sind Sie in der Lage, effektive Kommunikationsstrategien in sozialen Netzwerken und neuen Medien zu entwickeln. Dazu gehören selbstverständlich auch der Umgang mit Analysetools zur Auswertung digitaler Kampagnen, das Thema Suchmaschinenoptimierung sowie das Wissen um rechtliche Besonderheiten und Einschränkungen.

Infoveranstaltung

Lernen Sie uns persönlich kennen und klären Sie Ihre Fragen direkt mit unseren Beratern bei einer unserer Infoveranstaltungen. Alle Termine finden Sie unter: www.bcw-weiterbildung.de/infoveranstaltung

Ihr Ansprechpartner



Annika Pototzki

☎ Telefon 0201 81004-363

✉ annika.pototzki@bcw-weiterbildung.de

AUF EINEN BLICK

Essen

abends/samstags

DAUER ca. 3 Monate

UNTERRICHTSZEITEN 1-2 x wöchentlich 18:00 - 21:15 Uhr und 1-3 x im Monat samstags von 08:00 - 15:00 Uhr

LEHRGANGSBEGINN 03.09.2019

Kosten

SEMINAR-/ LEHRGANGSGEBÜHR 1.200 Euro, zahlbar in 5 Monatsraten à 240 Euro (einschl. Lehrmaterialien). Skripte werden in digitaler Form zur Verfügung gestellt.

Fördermöglichkeiten

Es bestehen Fördermöglichkeiten im Rahmen der Bildungsprämie und des Bildungsschecks. Weitere Informationen unter bildungsscheck.nrw.de

DIE LEHRGANGSINHALTE (AUSZUG)

• Einführung

Überblick Elemente digitaler Kommunikation und die einhergehende Veränderung im Kommunikationsverhalten, Überblick vertiefend soziale Netzwerke/ wichtige Kennzahlen, Kennzahlen zu Mobil/ Desktop Nutzung von Endgeräten und der Maßgabe: „mobile first“, Wesen der Netzwerke, Messengerdienste und ihre wachsende Bedeutung, Onlinereputation

• Strategie

Aufzeigen der veränderten Rahmenbedingungen für die Definition von Kommunikationszielen, Ableitung von Kommunikationszielen aus den Unternehmenszielen, Ausloten des Wertbeitrags digitaler Kommunikation unter Berücksichtigung des mobile first Ansatzes zur Erfüllung dieser Ziele, Wichtige KPI zu Messung des Wertbeitrags, Übersicht Maßnahmenoptionen (Vertiefung in Folgemodulen)

• Recht

Persönlichkeitsrechte, Datenschutz, Urheberrecht, Marken- und Wettbewerbsrecht, Rechtliche Stolpersteine

• Unternehmenskommunikation

Kommunikationsziele für die Unternehmenskommunikation, Online-PR und die besondere Bedeutung sozialer Netzwerke, Onlinereputation von Unternehmen, Umgang mit Influencern, Besondere Anforderung an die Krisenkommunikation, Employer Branding/ Social Media Guidelines, Die Bedeutung von Webmonitoring für die Unternehmenskommunikation

• Servicedialog

Kommunikationsziele für den Servicedialog, Die Bedeutung von Servicedialog im Netz, Dialogplattformen und Servicedialog in sozialen Netzwerken, Prozessorganisation für das Communitymanagement, Umgang mit Trollen, Tools, Webmonitoring in seiner Bedeutung für den Servicedialog

• Content

Kommunikationsziele Marketing/ U-Kommunikation, Entwicklung von relevantem Content mit Bezug auf die Kommunikationsziele, Besondere Methoden der Aufbereitung: Storytelling, Bedeutung von Agendasurfing

• Marketing

Kommunikationsziele Marketing, Digitale Kommunikation im Marketingmix (Paid/ Owned/ Earned), Von der Strategie zur Umsetzung einer Kampagne, Digital Analytics: Messen der Wertbeitrags, Bedeutung von Webmonitoring für die digitale Kommunikation im Marketing (Details zu den Inhalten siehe Curriculum)

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

Nachweis mehrjähriger Berufserfahrung in den Bereichen Marketing/Presse/Unternehmenskommunikation und/oder Servicedialog/Customer Care.

Grundlegende Social Media Kenntnisse müssen vorhanden sein.

Anmeldung



Unkompliziert anmelden: Das aktuelle Anmeldeformular für den jeweiligen Lehrgang finden Sie unter www.bcw-weiterbildung.de/anmeldung

Änderungen vorbehalten.

BCW WEITERBILDUNG



Die BCW Weiterbildung hat sich innerhalb der BCW-Gruppe auf praxisnahe Lehrgänge und Seminare für Berufstätige im kaufmännischen und technischen Bereich sowie in den Bereichen IT, Immobilien und Gesundheit spezialisiert. Durchführendes Institut der Qualifizierungen ist das BildungsCentrum der Wirtschaft. Das Institut wurde 1956 gegründet und blickt damit auf viele Jahrzehnte Erfahrung in der Erwachsenenbildung zurück.

Durch die traditionell enge Verbundenheit mit Unternehmen und Verbänden der Region sind die Lehrgänge und Seminare stets am Be-

bcw-weiterbildung.de

darf der Wirtschaft ausgerichtet. Die besondere Praxisnähe spiegelt sich auch im Lehrpersonal wieder. Die Dozenten der Lehrgänge und Seminare sind erfahrene Praktiker, die den Stoff anhand zahlreicher Beispiele aus der eigenen Berufspraxis vermitteln.



Das BildungsCentrum der Wirtschaft wird kontinuierlich von externen Prüfern bewertet und ist nach DIN EN ISO 9001:2015 durch die Certqua zertifiziert.