

Die Social Media Akademie bestätigt hiermit, dass

Katrin Luber

den Fernlehrgang

Social Media Manager

erfolgreich absolviert hat.



Weiterbildungsstruktur und Lernzeit:

Der Fernlehrgang bestand insgesamt aus 15 Vorlesungen à 60-90 Minuten, die von dem Teilnehmenden mit Hilfe des Lernmaterials vor- und nachbereitet werden konnten. Der Teilnehmende hatte die Möglichkeit, an begleitenden Chats mit den Dozenten teilzunehmen und sich über eine virtuelle Lerncommunity mit anderen Lernenden auszutauschen. Der Teilnehmende erarbeitete während des Fernlehrgangs unterschiedliche Lernaufgaben. Er hat unter Beweis gestellt, dass er in der Lage ist, eine ausführliche Social Media Strategie auf der Grundlage eines realen Briefings für ein Unternehmen zu entwickeln. Der Teilnehmende absolvierte 15 Online-Tests zu den Themen der 15 Vorlesungen.

Die Weiterbildung fand in der Zeit vom 16.09.2014 bis 26.03.2015 statt.

**Der Teilnehmende erreichte in den Online-Tests 119 von 128 Punkte.
Dies entspricht der Note *sehr gut*.**

Vorlesungen und Chats mit Dozenten:	32 Stunden
Lernaufgaben:	200 Stunden
Selbstlernzeit und Online-Test	60 Stunden
Lernzeit gesamt	292 Stunden

Vorlesungen:

- ◆ Kommunikation im Social Web
- ◆ Strategieentwicklung nach dem 7C-Modell
- ◆ Social Media im Unternehmen
- ◆ Social Media Monitoring
- ◆ Rechtliche Rahmenbedingungen
- ◆ Content Management und Redaktionsplanung
- ◆ Community Management
- ◆ Dialog 2.0
- ◆ Aufbau von Marketing Kampagnen im Social Web
- ◆ Facebook - Einblicke in das größte Social Network
- ◆ Corporate Blogging
- ◆ Social Local Mobile - Location Based Services und Social Web
- ◆ Social Enterprise - Das Zeitalter des vernetzten Unternehmens
- ◆ Tools und Tactics I
- ◆ Tools und Tactics II

Lernziele:

Der Teilnehmende lernte:

- ◆ Die wichtigsten Tools, Portale und Anwendungen im Social Web und ihre Funktionsweise kennen.
- ◆ Die verschiedenen Vorgehensweisen, um eine Marken- oder Unternehmenspräsenz und ein eigenes Netzwerk in den sozialen Medien aufzubauen.
- ◆ Analyse, Marktforschung und Monitoring im Social Web.
- ◆ Social Media für PR, Marketing, Vertrieb und die interne Kommunikation effizient zu nutzen.
- ◆ Welche rechtliche Rahmenbedingungen man bei dem Aufbau einer Social Media Präsenz beachten muss.

Mannheim, den 26.03.2015


Milena Schlie (Lehrgangsleitung)