

Kurs: Social Media Marketing

Dozent(in)	Dr. Stephen Hahn
Teilnahmevoraussetzungen	Formal:
	Inhaltlich:
Prüfungsleistung	ELN - Präsentation von Fallstudien und Erfahrungsberichten, Dauer ca. 2 Stunden
Prüfungsvorleistung	Anwesenheitspflicht
Bewertung der Prüfungsleistung	endnotenbildend
Bestehenserblich	ja
Qualifikationsziele / Lernergebnisse	Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul kennen Sie die wichtigsten Werkzeuge und Plattformen in Social Media. Sie sind in der Lage, ihre Zielgruppen in den sozialen Medien zu recherchieren, Social-Media-Ziele und –Strategie zu formulieren, diese im Rahmen eines Marketing-Mix umzusetzen und schließlich zu kontrollieren.
Inhalte	Einführung, Social Media Strategie, Social Media Monitoring, Foren und Bewertungsplattformen, Blogs, Twitter, Soziale Netzwerke, Social Sharing, Mobile Social Marketing, Social Commerce, Crowdsourcing/Crowdfunding Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte vom Start-up bis zum Global Player
Medien	Beamer mit Laptop, Internetzugang, Tafel, Flipchart
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bernecker, Michael, Social Media Marketing, 2012. • Weinberg, Tamar, Social Media Marketing, 2012. • Pein, Vivian, Der Social Media Manager, 2013. • Kruse-Wiegand, Malina, Wir machen dieses Social Media, 2013. • Schwenke, Thomas, Social Media Marketing und Recht, 2012. • Aßmann, Stefanie, Social Media für Unternehmen, 2013. • Zarella, Dan, Das Social Media Marketing Buch, 2012.