



Social Media Manager

Der beliebteste Job im Internet

Der Online-Lehrgang mit zertifiziertem Abschluss.

Social Media Manager

Mit dem Online-Lehrgang zum Social Media Manager bietet die Social Media Akademie ihren Teilnehmern die Möglichkeit, sich offiziell zum Social Media Manager zertifizieren zu lassen.

Der Einstieg in das dynamische Themenfeld Social Media erfolgt anhand eines Überblicks über die gegenwärtig wichtigsten und innovativsten Social Networks, Communities und Online-Tools. Basierend auf den sich bietenden Handlungsoptionen wird der Einsatz von Social Media im Unternehmen vertieft.

Die einzelnen Vorlesungen behandeln unter anderem den Aufbau der eigenen Präsenz im Social Web, den Dialog mit den Kunden als Unternehmen und Marke inklusive Zielgruppentargeting und Erfolgsmessung

der eigenen Maßnahmen. Außerdem wird der interne Einsatz im Unternehmen zum Ziel von Wissensmanagement, Recruiting etc. vorgestellt. Es wird mit realen Business Cases gearbeitet und neben dem Schwerpunkt Marketing werden auch die in diesem Zusammenhang relevanten rechtlichen Aspekte beleuchtet.

Der Lehrgang schärft den Blick für die eigene Corporate Social Media Strategie und ermöglicht den Teilnehmern schnell und effizient den Aufstieg zum zertifizierten Social Media Manager. In realen Social Media Umfeldern, wie z.B. Facebook lösen die Teilnehmer theoretische und praktische Lernaufgaben unter professioneller Anleitung.

Ihr Lehrgang im Überblick

- Praxisbezogenes und umfassendes Wissen in allen Social Media Disziplinen
- alle Online-Vorlesungen in HD-Qualität
- Regelmäßige Chattermine mit Experten
- Individuelles, zeitlich unabhängiges eLearning im realen Social Media Umfeld
- Persönliche Ansprechpartner zu technischen und inhaltlichen Fragen
- Bei Arbeitgebern anerkanntes Abschlusszertifikat und Kompetenzsiegel
- Erarbeiten eines umfassenden Social Media Konzeptes anhand realer Briefings
- 6 Monate Zugriff auf alle Videovorlesungen und Lernmaterialien
- Lehrgang staatlich zugelassen durch ZFU (Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht)

Informationen zur Teilnahme

- 6 Monate uneingeschränkter Zugriff zu allen Online-Vorlesungen in HD-Qualität
- Lernmaterialien können als PDF heruntergeladen, gespeichert und ausgedruckt werden
- Lebenslanger Zugang zu unserer Lerncommunity und den Expertenchats
- Teilnahmegebühr: EUR 3.590,- Euro.



Jetzt gleich anmelden!
www.socialmediaakademie.de

Noch Fragen? Kontaktieren Sie uns einfach:
☎ +49 621 180 695 210 ✉ beratung@socialmediaakademie.de

Ihre Vorteile im Überblick



Online Vorlesungen

Alle Vorlesungsvideos sind rund um die Uhr on demand in HD-Qualität verfügbar. So oft Sie wollen.



Social Learning

Mehr Lernerfolg durch kollaborativen Austausch mit der social learn methode® in der Online-Community.



Individuelle Betreuung

Video-Chat, Dialog und Vernetzung mit erfahrenen Experten. Stellen Sie Ihre Fragen direkt in den Expertenchats!



Zertifizierter Abschluss

Karrieresprung durch zertifizierten Abschluss und bei Arbeitgebern anerkanntes Zertifikat.



Top Dozenten

Von erfahrenen Profis aus der Praxis lernen. Profitieren Sie vom Know-how der besten Experten.



Individuelles Lerntempo

Ob schneller oder gemütlicher Lerntyp - Bestimmen Sie den Zeitpunkt für Ihre Abschlussprüfung selbst.



Persönlicher Ansprechpartner

Persönliche Betreuung durch Tutoren zu allen technischen und organisatorischen Fragen.



Praxisnahe Lernaufgaben

Entwickeln Sie ein umfassendes Social Media Konzept anhand eines realen Unternehmensbriefings.



Lebenslanges Lernen

Auch nach dem Abschluss unbegrenzter Zugang zur Lerncommunity und den Expertenchats.

Was unsere Absolventen sagen

„Die SMA gibt mit ihrem Curriculum eine facettenreiche Übersicht zum neuesten Status Quo der Social Media Welt: Alle relevanten Aspekte und betroffenen Bereiche werden in angemessener Tiefe dargestellt. Durch die vielfältigen Diskussionen im Chat sowie in den virtuellen Lerngruppen kann jeder sein Wissen und sein Netzwerk individuell weiterentwickeln - one strength of weak ties!!“



Hermin Charlotte Hainlein
Manager Consumer Communications
Coca-Cola Deutschland

„Bezüglich Social Media berate ich derzeit vornehmlich Unternehmen, die einen Immobilien Bezug haben. Das Immobiliengeschäft ist auch ein Kommunikationsgeschäft und die Ausbildung zum Social Media Manager ist daher sehr wertvoll für mich. Die SMA Lernplattform hat mir eine flexible, hochwertige und praxisorientierte Fortbildung ermöglicht, die ich nicht nur für Social Media Zwecke nutzen kann.“

Oliver Küppers
Küppers Consulting



Wie Sie bei der SMA lernen

Geballtes Social-Media-Wissen

Den zentralen Bestandteil des Lehrgangs bilden die Online-Vorlesungen mit ausgewiesenen Fachexperten. Hier erlernen Sie theoretisches und praktisches Wissen über die Aufgabengebiete und Arbeitsweise eines Social Media Managers.

Sie haben sechs Monate lang Zugriff auf alle Videos: Von jedem Ort, zu jeder Zeit und so oft Sie wollen!



Mehr Spaß mit der social learn methode®!



Gemeinsam mit anderen Teilnehmern lernen und diskutieren Sie in einer geschlossenen Lerncommunity.

Der Austausch mit anderen Studierenden fördert dabei nicht nur den Lernerfolg, sondern auch die Motivation und vor allem den Spaß!

Stellen Sie Fragen an Ihre Dozenten in den Expertenchats!

Zu jedem Vorlesungsthema finden regelmäßige Chattermine mit Experten statt. Hier haben Sie die Möglichkeit Ihre Fragen zu den Vorlesungen und auch darüber hinaus zu stellen.

Sollten Sie nicht am Chat teilnehmen können, senden Sie Ihre Fragen einfach an Ihren persönlichen Tutor. Er stellt diese gerne für Sie! Und die Aufzeichnung des Chats können Sie sich bequem im Nachhinein ansehen - so oft Sie wollen!



Profitieren Sie von der individuellen Betreuung durch ausgebildete Tutoren!



Egal ob in der Lerncommunity, per Email oder Telefon - Sie haben immer einen persönlichen Ansprechpartner, der Sie in Ihrem Lernprozess unterstützt und Ihnen bei allen technischen und organisatorischen Fragen zur Seite steht.

Zudem werden Sie von Ihrem Tutor stets mit den Neuigkeiten rund um Social Media in Ihrer Lerncommunity versorgt.

Ihre Vorlesungen

Der Lehrplan zum erfolgreichen Social Media Manager *



Vorlesung 1: Social Media Landkarte

- Überblick über die Social Media Landkarte
- Steckbriefe der relevantesten Social Media Kanäle
- Definition von Zielgruppen
- Funktion und Aufgaben der Kanäle
- Alleinstellungsmerkmale
- Nutzergruppen



Vorlesung 2: Social Media Strategieentwicklung

- Was ist eine Strategie?
- Definition und Ziele einer Strategie
- Online- vs. Kommunikationsstrategie
- Die Stufen der Social Media Strategieentwicklung
- So entwickeln Sie Schritt für Schritt eine Social Media Strategie



Vorlesung 3: Social Media im Unternehmen

- Warum Social Media?
- Berufsbild Social Media
- Anforderungsprofil eines Social Media Managers
- Arbeitsalltag eines Social Media Managers
- Einführung von Social Media Aktivitäten im Unternehmen



Vorlesung 4: Krisenmanagement in Social Media

- Was ist eigentlich eine „Krise“?
- Verschiedene Arten von Kritik
- Entstehung von Krisen in Social Media
- So gehen Sie mit Krisen in Social Media um
- Best Practice Beispiele



Vorlesung 5: Community Management Teil I

- Ausrichtung und Strategie
- Aufbau einer Community
- Planung und Setup
- Methoden und Prozesse
- Technologie
- Wachstum und Betrieb

Ihre Vorlesungen

Der Lehrplan zum erfolgreichen Social Media Manager



Vorlesung 6: Community Management Teil II

- Berufsbild eines Community Managers
- Ressourcen für die Community
- Umgang mit speziellen Nutzergruppen
- Verwaltung und Erfolgskennzahlen



Vorlesung 7: Facebook. Einblicke in das größte Social Network

- Was ist ein Social Network?
- Viralität auf Facebook
- Oberflächen auf Facebook
- Die Arbeit mit einer Facebook-Seite
- Der Newsstream und der Facebook-Edgerank
- Kommunikationsanlässe



Vorlesung 8: Facebook Advertising - Werben auf Facebook

- Grundlagen: Auktion und Algorithmus
- Kampagnenstruktur
- Targeting
- Bidding
- Tracking
- Optimierung und Best Practices



Vorlesung 9: Social Media Marketing mit Twitter

- Architektur der Plattform Twitter
- Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Twitter
- Werbemöglichkeiten bei Twitter
- Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- Best Practice Beispiele

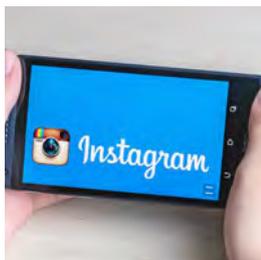


Vorlesung 10: Social Media Marketing mit Youtube

- Architektur der Plattform Youtube
- Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Youtube
- Werbemöglichkeiten bei Youtube
- Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- Best Practice Beispiele

Ihre Vorlesungen

Der Lehrplan zum erfolgreichen Social Media Manager



Vorlesung 11: Social Media Marketing mit Instagram

- Architektur der Plattform Instagram
- Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Instagram
- Werbemöglichkeiten bei Instagram
- Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- Best Practice Beispiele



Vorlesung 12: Social Media Marketing mit Pinterest

- Architektur der Plattform Pinterest
- Funktionsweise, Nutzergruppen und Kommunikationsformen
- Darstellungsmöglichkeiten von Unternehmen bei Pinterest
- Werbemöglichkeiten bei Pinterest
- Tipps und Erfahrungen aus der Praxis für die Praxis
- Best Practice Beispiele



Vorlesung 13: Snapchat - Nutzung für Unternehmen

- Daten und Fakten zu Snapchat
- Aufbau der App
- Die Snapchat Community
- Einsatz von Snapchat in Unternehmen
- Best Practices



Vorlesung 14: Contenterstellung

- Was macht guten Content aus?
- Ideen für guten Content finden und umsetzen
- Tipps für die Erstellung von eigenem Content
- Rechtliche Probleme bei der Nutzung von fremdem Content
- Empfehlungen von Software und Tools für die Contenterstellung



Vorlesung 15: Content Management und Redaktionsplanung

- Was ist Content Management?
- Warum und wie Content Management für Social Media Plattformen eingesetzt wird
- Redaktionspläne erstellen und anwenden
- Statistiken in das Content Management einbeziehen

Ihre Vorlesungen

Der Lehrplan zum erfolgreichen Social Media Manager



Vorlesung 16: Influencer Marketing

- Was ist Influencer Marketing?
- Möglichkeiten in einzelnen Kanälen
- Influencer finden, analysieren und erfolgreich einsetzen
- Ziele und Strategien im Influencer Marketing
- Erfolge messbar machen



Vorlesung 17: Word-of-Mouth-Marketing

- Word-of-Mouth erzeugen - Hilfreiche Regeln
- Ideales Word-of-Mouth - Das Markenepos
- Kleiner Exkurs Neuropsychologie
- Marketing vs. Werbung - Die vier Säulen des Marketing
- Mediaplanung



Vorlesung 18: Corporate Blogging

- Welche Blogtypen gibt es?
- Vor- und Nachteile eines Corporate Blogs
- Die Redaktionsplanung
- Budget- und Zeitplanung
- Vermarktung des Blogs



Vorlesung 19: Social Media Monitoring - Teil I

- Social Media Messgrößen im Überblick
- Auswirkung von Social Media Monitoring
- Tool-Varianten
- Überblick über kostenlose und kostenpflichtige Monitoring-Tools
- Methodik und Vorgehensweise bei der Messung



Vorlesung 20: Social Media Monitoring - Teil II

- Einsatzgebiete von Social Media Monitoring
- Social Media Metrik
- Vorstellung wichtiger KPI's (Key Performance Indikatoren)
- Vielfältige, interessante Praxisbeispiele

Ihre Vorlesungen

Der Lehrplan zum erfolgreichen Social Media Manager



Vorlesung 21: Rechtliche Rahmenbedingungen & Internet-Recht

- Gesetzlicher Rahmen von Social Media
- Regelungsrahmen der einzelnen Plattformen
- User Generated Content – Chance oder Risiko
- Social Media Guidelines
- Der “like-Button” - rechtliche Bedingungen zu Social Ads

Ihre Dozenten

Erfahrene Profis aus der Praxis *



Raoul Haslauer
Head of Social Media, Wunderknaben GmbH

„Social Media Landkarte“ &
„Social Strategieentwicklung“



Pamela Panzer
*Senior Social Media Manager
Hubert Burda Media*

„Social Media im Unternehmen“



Anja Beckmann
Beraterin und Bloggerin

„Corporate Blogging“



Florian Frech
*CEO & Founder
Frech & Freundlich Creative*

„Influencer Marketing“



Yasan Budak
Geschäftsführer, VICO Research & Consulting GmbH

„Social Media Monitoring“



Patrick Wosnitza
*Online Marketing Consultant,
PW Consulting*
„Facebook Advertising“



Dr. Carsten Ulbricht
*Rechtsanwalt & Partner, Kanzlei
Bartsch Rechtsanwälte*

„Rechtliche Rahmenbedingungen und
Internet-Recht“



Markus Roder
Freier Berater, conv[inc]e

„Aufbau von Marketing-Kampagnen im
Social Web/ Word-of-Mouth / Media-
planung“



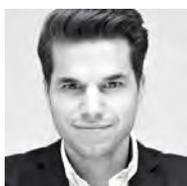
Tom Noeding
Social Media Manager, DER Touristik

„Community Management“



Philipp Roth
Chief Editor & Gründer, AllFacebook.de

„Facebook. Einblicke in das größte
Social Network“



Helge Ruff
Geschäftsführer, 1-2-social.de

„Social Media Marketing mit Twitter,
Youtube, Instagram und Pinterest“



Dominic Alimi
*Geschäftsführender Gesellschafter,
media:meets GmbH*

„Contenterstellung für Social Media“ &
„Content Management und Redakti-
onsplanung“



Social Media Manager SMA

Der beliebteste Job im Internet

Der Online-Lehrgang mit zertifiziertem Abschluss.

Kontakt

webculture GmbH
Social Media Akademie
Melchiorstraße 1
68167 Mannheim

Tel. +49 621 180 695 210
Fax +49 621 180 695 216

beratung@socialmediaakademie.de

sma.
social media akademie

Erfahren Sie mehr über uns auf
unseren Social Media Präsenzen:

