

KOMPAKTKURS
SOCIAL CONTENT CREATION – BASIC
2020

KOMPAKTKURS SOCIAL CONTENT CREATION - BASIC

Im achttägigen Kompaktkurs Social Content Creation – Basic setzen Sie sich mit den konzeptionellen und strategischen Voraussetzungen für einen erfolgreichen Einsatz von Social Media in Ihrem Unternehmen auseinander. Sie erhalten einen vertieften Einblick in die rechtlichen Aspekte und lernen den Einsatzbereich der Social Media Governance kennen. In einem Praxis-Workshop vermitteln wir die Besonderheiten der schriftlichen Kommunikation in sozialen Medien und zum Abschluss des Kurses geht es um die Analyse Ihrer kommunikativen Daten: Was können Sie mit welchen Tools messen und was die Ergebnisse für die Konzeption neuer Inhalte bedeuten.

Zielgruppe	Marketing- und Kommunikationsfachleute aus Profit- und Non-Profit-Organisationen sowie Agenturen, die sich aktuell oder künftig mit digitalen Medien in der Unternehmenskommunikation beschäftigen.
Lernziele	<ul style="list-style-type: none">_ Sie lernen die grundlegenden Funktionsmechanismen von sozialen Medien kennen und nutzen._ Sie konzipieren die notwendigen Strategien für den erfolgreichen Einsatz von Social Media._ Sie kennen die rechtlichen Grundlagen und wissen mit der Legal Governance umzugehen._ Sie formulieren passende Texte und können redaktionelle Leitlinien für Inhalte in sozialen Medien konzipieren._ Sie messen die Wirkung von Social Media und leiten Verbesserungsmassnahmen ein._ Sie beraten und unterstützen Kolleginnen und Kollegen in Ihrem Unternehmen bei der Einbettung von Social Media.
Inhalte	Modul 1 – Customer Journey – Core Story und Personas Modul 2 – Social Media* - Konzeption, Strategie & Governance Modul 3 – Perfektes Posten* - Schreiben für soziale Medien Modul 4 – Controlling* - Monitoring, Analytics und Reporting * Können als Einzelseminare gebucht werden.
Methode, Aufbau	Die Teilnehmenden profitieren vom intensiven Unterricht in einer kleinen Gruppe (max. 12 Personen).
Dauer/Termine	8 Kurstage zwischen dem 31. August 2020 und 17. Oktober 2020 Daten: 31. August/01. September, 14./15. September, 28./29. September, 16./17. Oktober 2020
Anmeldefrist	31. Juli 2020
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten ein MAZ-Zertifikat, wenn sie mindestens 80% des Präsenzunterrichts besucht haben und ihre Praxisarbeit angenommen wurde.

Leitung	Rafael Azzati, MAZ-Studienleiter, Experte Digitale Kommunikation
Dozierende	Rafael Azzati, MAZ-Studienleiter, Experte in Onlinekommunikation Nathalie Müller, Marketingfachfrau Dominic Stöcklin, Online- und Social-Media-Manager, comparis.ch AG Thierry Li-Marchetti, Experte Strategie, Konzeption und Onlinekommunikation Dr. Oliver Staffelbach Rechtsanwalt Sandro Hostettler, Experte für digitale Medien und Events Weitere Dozierende aus der Praxis, Änderungen vorbehalten
Anzahl Teilnehmende	Max. 12
Kosten	CHF 4'900.–
Kursort	MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern
Kurs-Nr	K107481
Administration	Claudia Meier, claudia.meier@maz.ch , Telefon +41 (0)41 226 33 40

THEMEN UND TERMINE

MODUL 1

31. August und 01. September 2020 (MO-DI)

Customer Journey – Core Story und Personas

Rafael Azzati, MAZ-Studienleiter, Experte in Onlinekommunikation

Nathalie Müller, Marketingfachfrau

In diesem arbeitsintensiven Seminar erfahren Sie, wie Sie Social Media organisatorisch und prozessual in Ihr Unternehmen einführen - oder optimieren, falls Sie bereits aktiv auf diversen Kanälen sind. Dabei spielt die Core-Story eine Schlüsselrolle, die als zentrales Narrativ den Referenzrahmen für die Kommunikationsinhalte im Unternehmen schafft. Jeder Teilnehmer entwickelt am ersten Tag die Core-Story für sein Unternehmen. Der Schwerpunkt am zweiten Tag liegt auf der Customer Journey mit ihren verschiedenen Phasen, wir erkennen die Wichtigkeit der inhaltlichen Abstimmung zwischen den Kanälen und Plattformen. Für das bessere Verständnis von Zielgruppen und Ihren Bedürfnissen erarbeiten wir uns Persona-Modelle, welche wir im weiteren Verlauf des Kompaktkurses für unsere Tätigkeiten verwenden können.

MODUL 2

14. September und 15. September 2020 (MO-DI)

Social Media -Konzeption, Strategie & Governance

Thierry Li-Marchetti, Kommunikations- und PR-Berater

Oliver Staffelbach, Rechtsanwalt und Experte Internetrecht

Warum sind soziale Medien so wirksam in der Unternehmenskommunikation? Wie finde ich die richtige Social Media Strategie für meine Organisation? Wo liegen die Stolpersteine? Welche rechtlichen Aspekte spielen eine Rolle? Wozu braucht es eine Social Media Governance?

Die veränderte Mediennutzung stellt eine grosse Herausforderung für alle Marktteilnehmer dar. Risiken können sich zu Chancen wandeln, sofern strategische und konzeptionelle Voraussetzungen erfüllt sind. Wir erarbeiten uns am ersten Tag in kurzen Workshops die Grundlagen für eine erfolgreichen Social Media Strategie. Am zweiten Tag liegt der Fokus auf den rechtlichen Besonderheiten bei Aktivitäten in sozialen Medien. Mit Übungen lernen Sie die Bild- und Persönlichkeitsrechte näher kennen und skizzieren dabei die Social-Media-Governance für Ihre Organisation.

MODUL 3

28. September und 29. September 2020 (MO-DI)

Perfektes Posten – Schreiben für soziale Medien

Sandro Hosettler, Experte für digitale Medien und Events

Sie haben eine Botschaft. Sie haben etwas zu sagen. Im zweitägigen Seminar lernen Sie, wie Sie es in sozialen Medien sagen. Die Herausforderung für alle Autorinnen und Autoren ist stets gleich: Es gilt, die Leserinnen und Leser zu fesseln, zu binden, ihr Wohlwollen zu gewinnen und zum Denken anzuregen. So kommen sie immer wieder zu Ihnen zurück und wollen mehr davon. Wir zeigen Ihnen: Welche Besonderheiten bei der schriftlichen Kommunikation in sozialen Medien müssen Sie berücksichtigen? Das sind im Kurs unsere Stichwörter: Storytelling, Dialog, Mehrwert, Unterhaltung. Und das ist der Weg: Wir schauen auf Ihre Texte. Wir analysieren, üben, verfeinern.

MODUL 4

16. Oktober und 17. Oktober 2020 (FR-SA)

Controlling – Monitoring, Analytics und Reporting

Dominic Stöcklin, Online- und Social Media Manager

Ein erfolgreiches Engagement in Sozialen Medien besteht aus einem fortlaufenden Prozess des Zuhörens, Analysierens und Optimierens. Dafür gibt es prozessuale und organisatorische Voraussetzungen. Im zweitägigen Seminar führen wir Sie durch das Universum der digitalen Analysetools für soziale Medien. In kurzen Übungen vermitteln wir Sicherheit im Umgang mit diesen Werkzeugen und helfen Ihnen, die Situation im eigenen Unternehmen mit den richtigen Kennzahlen zu bestimmen. Daraus können Sie Optimierungsziele formulieren und diese an die richtigen Stellen adressieren.

Änderungen vorbehalten.

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen an für Medienschaffende. Die Abteilung Kommunikation | Rhetorik trainiert Führungskräfte in Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie Kommunikationsverantwortliche in professioneller Medienarbeit.

Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter www.maz.ch.

MAZ-Team Direktor: Diego Yanez; Geschäftsleitung: Beatrice Brenner, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Rafael Azzati, Reto Camenisch, Beat Glogger, Frank Hänecke, Bernd Merkel, Jeannette Nagy, Beat Rüdt, Reto Schlatter, Oliver Schroeder, Alexandra Stark, Barbara Stöckli, Dominique Strebel, Elmar zur Bonsen; Marketing: Nathalie Müller; Administration: Madeleine Grüter, Theres Huser, Magalie Jost, Noreen Koch, Lise Kerkhof, Claudia Meier, Jae-in Moon, Anne Schibli, Barbara Trauffer, Technik: Stefan Wäfler.