

**KOMPAKTKURS
SOCIAL MEDIA FÜR ENTSCHEIDER
HERBST 2020**

KOMPAKTKURS SOCIAL MEDIA FÜR ENTSCHEIDER

Sind Sie für die strategische Ausrichtung der Kommunikation verantwortlich? Fragen Sie sich, wie Sie mit dem Einsatz von Social Media Ihre kommunikativen Ziele besser erreichen? Wollen Sie sich einen Überblick über die für Sie relevanten Themen verschaffen?

Im viertägigen Kompaktkurs Social Media für Entscheider erarbeiten wir mit Ihnen Antworten auf diese Fragen. Der Kurs umfasst drei Module, die Sie auch einzeln besuchen können. Im zweitägigen Modul I machen Sie sich mit den grundlegenden Funktionsmechanismen von digitalen sozialen Medien vertraut und reflektieren die strategischen Voraussetzungen für einen erfolgreichen Einsatz von Social Media. Das eintägige Modul II gibt Ihnen einen Überblick über relevante Netzwerke und Plattformen sowie deren Einsatz in der Praxis. In Modul III evaluieren Sie in einem Tag die Wirkung von Social Media auf Kommunikation und Organisation und überprüfen dabei Ihre inhaltliche Ausrichtung.

Zielgruppe	Führungskräfte, die für die strategische oder operative Ausrichtung der Unternehmenskommunikation verantwortlich sind und Ihre Kenntnisse zur Wirkungsweise, Inhaltsgestaltung und Controlling erweitern und vertiefen wollen
Lernziele	<ul style="list-style-type: none">_ Sie sind mit aktuellen Trends der Digitalisierung vertraut._ Sie kennen die notwendigen Voraussetzungen für den erfolgreichen Einsatz von Social Media._ Sie überblicken die Social-Media-Landschaft und stellen Bezüge zur Kommunikationspraxis her._ Sie analysieren und optimieren Social Media bezüglich Ziele und Organisation.
Dauer/Termine	Die drei Module umfassen insgesamt 4 Tage. Die Module können einzeln besucht werden. Modul 1 (2 Tage): 05. und 06. Oktober 2020 Modul 2 (1 Tag): 26. Oktober 2020 Modul 3 (1 Tag): 23. November 2020
Abschluss	Die Teilnehmenden erhalten beim Besuch aller Module ein MAZ-Zertifikat.
Leitung	Rafael Azzati, MAZ-Studienleiter, Experte in Onlinekommunikation
Dozierende	Rafael Azzati, MAZ-Studienleiter, Experte in Onlinekommunikation Irène Messerli, Expertin Strategie, Konzeption und Onlinekommunikation Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation Mike Schwede, Strategie- und Kommunikationsberater Oliver Staffelbach, Dr.iur., Rechtsanwalt und Experte Internetrecht Weitere Dozierende aus der Praxis, Änderungen vorbehalten
Anzahl Teilnehmer	Max. 8 In trainingsintensiven Modulen wird in Kleingruppen gearbeitet.
Kosten	Komplette Seminar-Reihe: CHF 4500.- Modul 1: CHF 2300.- Modul 2: CHF 1200.- Modul 3: CHF 1200.-

Kursort MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern

Kurs-Nr. K107549

Administration Claudia Meier, claudia.meier@maz.ch, Telefon +41 (0)41 226 33 40

THEMEN UND TERMINE

MODUL 1

05. Oktober und 06. Oktober 2020 (MO-DI)

Social Media für Entscheider – Design Thinking

Rafael Azzati, MAZ-Studienleiter, Experte in Onlinekommunikation

Irène Messerli, Expertin Strategie, Konzeption und Onlinekommunikation

Oliver Staffelbach, Dr.iur., Rechtsanwalt und Experte Internetrecht

Erfolgreiche Unternehmenskommunikation in sozialen Medien umschifft die bekannten Risiken mit einer klaren strategischen Ausrichtung und auf die Customer Journey ihrer Zielgruppe angepassten Inhalten. Mit „Design Thinking“ bietet sich ein simples Instrument zur Optimierung von Themen und Inhalten an. Wir vermitteln, wie Sie Ihre Social Media Kommunikation für Ihre Zielgruppen entwickeln. In kurzen Workshops optimieren wir die Distributionsstrategie für Ihr Publikum und für Sie relevante Medien. Zudem erhalten Sie einen Überblick zu rechtlichen Aspekten bei der Unternehmenskommunikation in Sozialen Medien sowie für die Gestaltung Ihrer eigenen Social Media Governance.

MODUL 2

26. Oktober 2020 (MO)

Social Media für Entscheider - Netzwerke

Chris Beyeler, Experte für Online- und Social Media Kommunikation

In diesem Seminar bieten wir Ihnen einen Gesamtüberblick über die Möglichkeiten von Blogs, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram etc. und diskutieren deren Einsatz in der Kommunikationspraxis anhand von Best Practice Beispielen. Weitere Schwerpunkte sind die Pflege Ihrer Marke als Arbeitgeber (Employer Branding) sowie die breite Wirkung der Fürsprache durch die Mitarbeitenden (Employee Advocacy). Nach einer Standortbestimmung für Ihr Unternehmen erfahren Sie, was Arbeitgeber Bewerberinnen und Bewerber in sozialen Netzwerken attraktiv macht und wie Sie Ihr digitales Recruiting von Fachkräften optimieren können.

MODUL 3

23. November 2020 (DO)

Social Media für Entscheider - Analytics

Mike Schwede, Unternehmer, Strategie- Kommunikationsberater

Der Aufwand für Social Media lohnt sich nur, wenn man eine klare Strategie verfolgt, die passenden Plattformen einsetzt und attraktive und interaktionstaugliche Inhalte zur Verfügung stellt. Erst dann lässt sich überprüfen, ob die beabsichtigte kommunikative Wirkung überhaupt erreicht wird. In unserem eintägigen Seminar zeigen wir Ihnen, was attraktiv und interaktionstauglich für Ihre Organisation bedeutet, wie Sie die Community ins Zentrum Ihrer Aktivitäten stellen und wie Sie für Ihr Engagement im Social Web ein effektives Controlling aufbauen. Darüber hinaus diskutieren wir, wie Sie Social Media optimal im Unternehmen organisieren.

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.