

2012/2013

sawi ✓
WO PRAXIS SCHULE MACHT.

Social Media Marketing

Mit SAWI-Diplom





Vorteile am SAWI

Diese Faktoren sprechen für eine Weiterbildung am SAWI:

- / über 40 Jahre Erfahrung im Weiterbildungsbereich in den Branchen Marketing, Werbung und Verkauf
- / überdurchschnittlich hohe Erfolgsquoten bei den eidg. Fachausweisen und Höheren Fachprüfungen
- / über 20'000 Studenten seit der Gründung
- / begrenzte Klassengrössen und dadurch hoher Interaktionsgrad zwischen Dozenten und Studenten
- / hochkarätige Dozenten von Universitäten und Fachhochschulen sowie praxiserprobte Profis von führenden Unternehmen
- / individuelle und persönliche Betreuung der Klassen
- / grosse und helle Schulräume mit leistungsfähigem WLAN-Zugang
- / 18 PC-Workstations mit Gratis-Internetzugang
- / diverse Räume für Gruppen- oder Einzelarbeiten
- / Lounge mit Automatenverpflegung, Kühlschrank und Kochmöglichkeit
- / Kantine mit warmer Küche
- / Tiefgarage mit diversen Parkplatzmöglichkeiten (gebührenpflichtig)

Die wichtigsten Lehrgangs-Fakten in Kürze:

Gesamtdauer:	6 Monate
Anzahl Lektionen:	105 Lektionen
Abschluss:	SAWI-Diplom



Inhaltsverzeichnis

Ausbildungsziele	4
Teilnehmende / Zulassungsbedingungen	5
Ausbildungsmethodik / Ausbildungsinhalte	6 / 7
Lehrgangsattest / SAWI-Diplom	8
Organisation	9
Lehrgangsort / Lehrmittel / Anmeldung / Kontakt	10

Hinweis zur Lesbarkeit

Wir verwenden der leichten Lesbarkeit halber die männliche Form bei Personenbezeichnungen; die weibliche Form ist integriert.



Ausbildungsziele

Social-Media ist mittlerweile nicht nur für Privatpersonen ein bestimmendes Alltagsthema geworden sondern das zielgerichtete Management von Social-Media-Aspekten ist heutzutage für jedes Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Als spezialisiertes Ausbildungsinstitut im Bereich Marketing und Kommunikation hat sich das SAWI deshalb zum Ziel gesetzt, einen Lehrgang zum Thema Social Media Marketing anzubieten.

Bei der Umsetzung wird der Grundsatz aller Lehrgänge am SAWI berücksichtigt: Neuste theoretische Forschungsergebnisse und aktuelle Trends werden kombiniert mit einem hohen Anwendungsnutzen für die Studierenden. Das Resultat ist ein praxisorientierter Lehrgang.

Sich mit dem Thema Social-Media auseinander zu setzen heisst letztlich den Kommunikationsmix zu ergänzen und zu optimieren. Die Social-Media-Plattformen haben die klassischen Kommunikationsinstrumente ergänzt und teilweise deren Form und Einsatz auch verändert. Das SAWI als Kommunikationsfachschule will mit dem geplanten Lehrgang die methodischen und praktischen Grundlagen aufzeigen, wie soziale Medien und Plattformen zeitgemäss und erfolgreich mit dem klassischen Marketing kombiniert werden können.

Ausbildungsziele

Die Absolventen des Lehrgangs lernen die wichtigen und relevanten Social-Media-Plattformen kennen und den Nutzen für die Zielgruppen des Unternehmens abzuleiten. Zudem können die Absolventen auf Basis der vorgegebenen Unternehmensstrategie eine Social-Mediastrategie im Sinne der integrierten Kommunikation entwickeln. Die Studenten lernen das Grundwissen bezüglich rechtlicher Aspekte zum Thema sowie die Tools und Hardware, welche einen zielgerichteten und erfolgreichen Einsatz von Social-Media-Instrumenten ermöglicht.

Die Studenten werden befähigt, Chancen und Risiken von Social-Media-Plattformen innerhalb des Kommunikationsmix zu beurteilen und deren Einsatz systematisch zu planen, zu gestalten und umzusetzen.



Dozenten / Teilnehmende / Zulassungsbedingungen / Label

Dozenten

Der Dozentenstab besteht wie bei allen Lehrgängen am SAWI aus erfolgreichen und namhaften Persönlichkeiten aus der Praxis oder Wissenschaft.

Teilnehmende

Der Lehrgang richtet sich an alle Mitarbeitende in Unternehmen mit direktem oder indirektem Bezug zum Thema Social-Media-Management. Darin sind alle Mitarbeiter in Grossunternehmen, KMU's, Dienstleistungsfirmen in der Kommunikationsbranche, öffentlichen Betrieben sowie auch Nonprofit-Organisationen zu verstehen.

Es sind vor allem auch Kommunikationsprofis angesprochen, die den Kommunikationsmix als sich verändernden immer neu auszurichtenden Management-Prozess verstehen und diesen auch gezielt steuern.

Die Lehrgangabsolventen sind entweder als Projektverantwortliche oder aber auch auf einer übergeordneten Managementstufe innerhalb eines Unternehmens tätig.

Zulassungsbedingungen

Der Lehrgang richtet sich vor allem auch an Personen allen Alters, die sich auf einer grundlegenden Ebene dem Thema auseinandersetzen möchten und die keine oder sehr wenig Erfahrung im Umgang mit dem Themenbereich Social Media mitbringen (sogenannte Social Immigrants). Um einen effizienten Studienbetrieb gewährleisten zu können, ist die Kenntnis von elementaren Begriffen aus dem Welt des Social Media von Vorteil aber keine Notwendigkeit.

Label

Der Lehrgang wird in Zusammenarbeit mit dem Interactive Advertising Bureau Schweiz (iab) durchgeführt. Das iab verleiht durch die Homologisierung des Lehrgang dem Diplom einen höheren Stellenwert in der Berufspraxis. Zudem garantiert das iab, dass die Dozenten die geforderten Qualifikationen und das entsprechende Know-how im Bereich Social Media Marketing aufweisen.

Ausbildungsmethodik / Ausbildungsinhalte

Modul I

Paradigmawechsel im Marketing durch Social Media:

- / Wie hat sich das klassische Marketing durch das Social Media verändert?
- / Wie funktioniert das Social Media Netzwerk?
- / Was bedeutet vernetzte Kommunikation durch Social Media?
- / Welche rechtlichen Aspekte im Zusammenhang mit Social Media sind wichtig?

Modul II

Erscheinungsformen von Social Media:

- / Welche relevanten Social-Media-Plattformen bzw. -Netzwerke gibt es?
- / Wie kommuniziere ich effizient im Social-Media-Netzwerk?
- / Wie nutze ich die Social-Media-Kommunikationsmöglichkeiten?
- / Benötige ich den Einsatz von Social-Media-Plattformen?
- / Wie unterscheide ich private und geschäftliche Nutzung von Social-Media- Plattformen?

Modul III

Einflüsse von Social Media Marketing auf den Aufbau von Marken:

- / Von der Push- zur Pull-Kommunikation
- / Wie positioniere ich meine Marke, mein Produkt mit Hilfe von Social-Media-Instrumenten?
- / Welche Marketingstrategien eignen sich in der Social-Media-Welt?
- / Wie adaptiere ich eine Markenpositionierung in die Welt des Social Media?
- / Welche Ziele kann ich mit Social Media Marketing im Zusammenhang mit differenzierendem Markenaufbau erreichen?
- / Wie entwickle ich eine kommerzielle Facebook-Marken-Applikation?
- / Kann ich mit Social-Media-Marketing kommerzielle Ziele verfolgen?
- / Wie erstelle ich ein Social-Media-Marketingbudget?

Ausbildungsmethodik / Ausbildungsinhalte

Modul IV

Aufbau eines eigenen Netzwerks mit Hilfe von Social Media Marketing:

- / Wie baue ich eine Community auf?
- / Wie schliesse ich mich einer Community an?
- / Wie pflege ich meine Community?
- / Welchen kommerziellen Nutzen kann aus meiner Community gewinnen?
- / Wie kontrolliere ich meinen Markenauftritt in meinem Netzwerk?
- / Welche Soft-Skills gilt es zu berücksichtigen in einem Social-Media-Netzwerk?

Modul V

Social Media im Innovationsmanagement:

- / Wie betreibe ich Crowdsourcing?
- / Wie kann ich Ideen und Mehrwert für mein Unternehmen durch Social Media gewinnen?
- / Herausforderungen für die Einführung von Social Media Marketing



Lehrgangsattest / SAWI-Diplom / Abschluss

Attest

Teilnehmer, welche mindestens 80% der Unterrichtsstunden besucht haben, erhalten ein detailliertes Lehrgangsattest. Dieses Attest ist Voraussetzung für die Zulassung zum SAWI-Diplom.

SAWI-Diplom

Der Lehrgang wird mit einer Diplomarbeit abgeschlossen. Diese wird ca. 2 Monate nach dem Unterrichtsende abgegeben und gemäss separatem Diplomreglement bewertet. Das Thema der Arbeit kann von den Teilnehmenden selbst gewählt werden und sollte ein relevantes Thema oder einen Bereich aus der Arbeitspraxis abdecken. Das separate Merkblatt und Reglement zur Diplomarbeit wird bei Lehrgangstart abgegeben.

Organisation

Lehrgangsleitung



MICHAEL BROGLIN
Leiter Lehrgänge und Verkauf
m.broglin@sawi.com

Der Lehrgangsleiter ist für die fachlich einwandfreie Durchführung der Ausbildung verantwortlich.

Lehrgangsbetreuung



PATRIZIA GILGEN
Lehrgangsbetreuerin
p.gilgen@sawi.com

Die Lehrgangsbetreuerin ist administrativ und organisatorisch für die einwandfreie Durchführung der Ausbildung verantwortlich.

Fachliche Begleitung



iab
Interactive Advertising Bureau Switzerland



Lehrgangsort / Lehrmittel / Anmeldung

Lehrgangsstart

25. Oktober 2012

Lehrgangsdauer

Die Ausbildung umfasst ca. 105 Lektionen an 15 Tagen in 5 Modulen.

Lehrgangstage

Blockweise Unterricht von jeweils Donnerstag bis Samstag von 9 – 16 Uhr

Lehrgangsdokumentation

Die Teilnehmer erhalten umfassenden und praxisorientiert Lehrgangsdokumentationen

Lehrgangsort

SAWI
Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf
Telefon 044 802 25 00
Telefax 044 802 25 25
www.sawi.com, info@sawi.com

Der Lehrgang findet im SAWI Ausbildungszentrum in Dübendorf statt. Nur wenige Gehminuten vom Bahnhof Zürich-Stettbach entfernt, der mit der S-Bahn in acht Minuten ab Hauptbahnhof Zürich erreichbar ist. Mit dem Auto erreicht man das SAWI Ausbildungszentrum in drei Fahrminuten ab Autobahnausfahrt Dübendorf. Im Gebäude des Ausbildungszentrums befindet sich ein kostenpflichtiges Parkhaus.

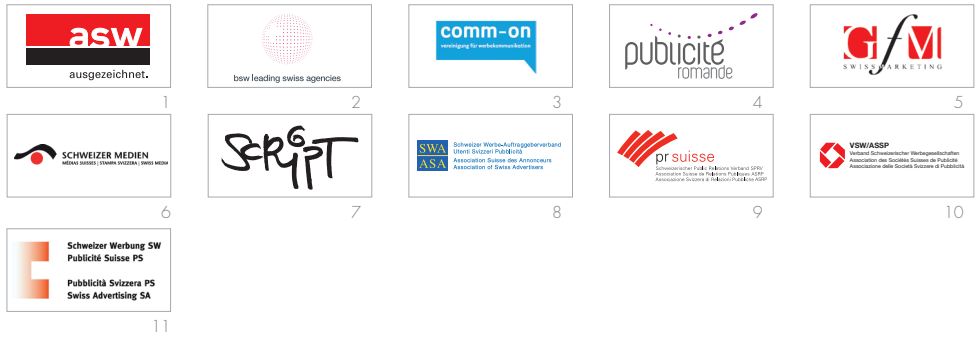
Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt mit beiliegendem Formular. Anmeldungen werden nach Eingang berücksichtigt.

Verantwortlichkeiten

Der Lehrgang wird vom SAWI organisiert und durchgeführt. iab ist offizieller Partner und Label-Geber und bürgt für die Qualität des Lehrgangs.

Trägerschaft



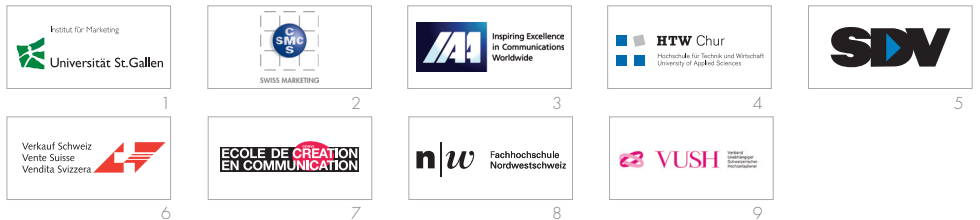
1. Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW 2. BSW leading swiss agencies 3. Vereinigung für Werbekommunikation common 4. Publicité romande
5. Gesellschaft für Marketing GfM 6. Verband Schweizer Medien 7. Script Schweizer Texterinnen- und Texterverband 8. Schweizer Werbeauftraggeberverband SWA
9. Schweizerischer Public Relations Verband SPRV 10. Verband Schweizer Werbegesellschaften VSW 11. Verband Schweizer Werbung SW

Sponsoren



1. APG Allgemeine Gesellschaft 2. iSource 3. Keystone 4. M+K Marketing & Kommunikation 5. NZZ Media 6. Publicitas 7. PubliGroupe SA 8. Publisuisse SA

Kooperationspartner



1. Universität St.Gallen 2. Swiss Marketing 3. IAA International Advertising Association 4. HTW Chur 5. Schweizer Direktmarketing Verband SDV 6. Verkauf Schweiz
7. Ecole de création en communication 8. Fachhochschule Nordwestschweiz 9. Verband Unabhängiger Schweizerischer Hochzeitsplaner VUSH



SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation,
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf/Zürich. Tel. 044 802 25 00, Fax 044 802 25 25.
Ausbildungszentren in Zürich, Bern, Lausanne und Genf.

SAWI Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication,
Maison de la Communication, Av. Florimont 1, 1006 Lausanne. Tél. 021 343 40 60, Fax 021 343 40 61.
Centres de formation à Lausanne, Genève, Zurich et Berne.
www.sawi.com, info@sawi.com