

Die Social Media Akademie bestätigt hiermit, dass

**Friederike Gonzalez Schmitz**

die Online-Weiterbildungsmaßnahme

**Social Media Marketing**

erfolgreich absolviert hat.



### **Weiterbildungsstruktur und Lernzeit:**

Der Lehrgang bestand aus insgesamt 8 Online-Vorlesungen à ca. 2,5 Stunden. Die Teilnehmer erfüllten darüber hinaus zwei theoretische schriftliche Lernaufgaben (die Beobachtung und Bewertung von Social Media Marketing Kampagnen), beteiligten sich aktiv an fachlichen Diskussionen in der lehrgangsinternen Xing- und Facebook-Gruppe und absolvierten einen Online-Abschlusstest mit Erfolg. Für die Lösung der theoretischen Lernaufgabe mussten sich die Teilnehmer intensiv mit relevanten Fragestellungen aus dem Bereich Social Media Marketing auseinandersetzen.

**Die Weiterbildung fand in der Zeit vom 09. Februar 2012 bis 11. Mai 2012 statt.**

|   |            |
|---|------------|
| Vorlesungen/ Chat mit den Dozenten:                         | 20 Stunden |
| Lösung theoretischer Aufgaben (2 Kampagnen-Beobachtungen) : | 25 Stunden |
| Selbstlernzeit/ Online-Test:                                | 25 Stunden |
| Lernzeit gesamt:  | 70 Stunden |

### **Lernziele des Lehrgangs:**

Durch die Teilnahme an dem Lehrgang "Social Media Marketing" lernen die Teilnehmer:

- ❖ Welche neuen Möglichkeiten das Social Web für das Marketing bietet und wie sie Social Media Marketing in den klassischen Marketing-Mix integrieren können.
- ❖ Wie man eine Social Media Marketing Kampagne konzipiert und umsetzt.
- ❖ Welche Rolle Word of Mouth, Viralmarketing, Buzzmarketing und Seeding spielen.
- ❖ Was sie bei Mediaplanung, Monitoring und Erfolgsmessung beachten müssen.
- ❖ Welche Rolle Produkt-Communities und Marketing im B2B Bereich spielen.

### **Vorlesungen des Lehrgangs:**

- ❖ Grundlagen Social Media Marketing
- ❖ Integration in den klassischen Marketing Mix
- ❖ Konzeption einer Social Media Marketing Kampagne
- ❖ Die Wirkung von Word of Mouth Marketing und Storytelling
- ❖ Mediaplanung im Social Web
- ❖ Monitoring und Erfolgsmessung von Social Media Kampagnen
- ❖ Wie Produkt-Communities helfen können, Produkte erfolgreich in den Markt einzuführen
- ❖ Social Media Marketing im B2B Umfeld

