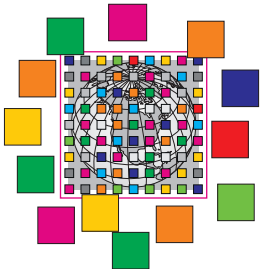


FlexiBi!



Herzlich willkommen!

GBB

Eisenbahnstraße 12
15517 Fürstenwalde (Spree)

fuerstenwalde@gbb.de
www.gbb.de
03361 594610



Grundlagen des Social Media Marketings

mit individuellem und garantiertem Beginn in Voll- und Teilzeit



Inhalt:

Für diesen Kurs benötigen Sie sichere Kenntnisse im Umgang mit Computer und Internet und in schriftlicher Kommunikation. Das notwendige Wissen dafür erwerben Sie anhand der entsprechenden Module, bevor Sie sich mit den Grundlagen des Marketings und wichtiger sozialer Medien vertraut machen.

Solides Wissen über grundlegende Marketingkonzepte, erfolgreiches Marketing im Internet und über den Umgang mit den wichtigsten Online-Medien unserer Zeit schaffen Ihnen die Basis für einen kompetenten Berufseinstieg als Online-PR-Kraft bzw. als Social Media oder Online-Marketing-Fachkraft.

Als solcher sind verantwortlich für Inhalte und Botschaften eines Unternehmens in den sozialen Online-Medien, in denen dieses vertreten ist.

Ihre Arbeit konzentriert sich auf das Social Web und die einzelnen Medien, aus denen sich dieses zusammensetzt. Zu Ihren Aufgaben gehört der enge Kontakt zu Kunden und Geschäftspartnern und damit verbunden die Erstellung von Blogbeiträgen, Statusmeldungen und Foreneinträgen. Die allgemeinen Tätigkeiten umfassen außerdem die Koordination, Steuerung und Überwachung der Unternehmensaktivitäten in sozialen Online-Medien, wie z. B. in Facebook, XING, Twitter, YouTube oder Google+.

ausgewählte Module und Abschnitte:

- Computer-Grundlagen
- Basiskenntnisse Word
- IT-Sicherheit
- Online-Grundlagen
- Bildbearbeitung
- Online-Zusammenarbeit
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- Schriftliche Kommunikation
- Zeit- und Selbstmanagement
- Marketing und Vertrieb/erfolgreiche Marketingkonzepte
- Erfolgreiches Marketing im Internet
- Grundlagen des Social Media Managements
- Jobcoaching

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses kennen Sie sich gut mit den Funktionsweisen verschiedener Social-Web-Dienste aus. Sie wissen um Vor- und Nachteile einzelner Angebote und können abwägen, welche Online-Kommunikationstools für die Strategie des Unternehmens sinnvoll sind.

