

CAS Social Media & Content Marketing

HWZ

Sie wollen neue Kundengruppen erschliessen? Erfahren, was die Öffentlichkeit im Netz über Sie und Ihre Tätigkeiten sagt? Wie Ihre Marke im Kampf um Aufmerksamkeit besteht? Lernen Sie, wie Sie Technology, Business und Culture erfolgreich managen und einsetzen können.

Social Media hat unsere Gesellschaft und unser Leben wesentlich verändert.

Social Media & Content Marketing ist mittlerweile für jede Organisation ein Thema. Exzellenz in diesem Bereich wird zum Wettbewerbsvorteil und Erfolgsfaktor. Mit Social Media umzugehen heisst, den Kommunikationsmix zu optimieren; dies kann aber auch bedeuten, manches bewusst zu unterlassen, oder auch, sich markanten Rückwirkungen auf Prozesse und Organisationskultur auszusetzen.

Durch den richtigen Einsatz relevanter Inhalte erreichen Sie einen zeitgemässen Umgang mit Ihren Kunden, potenziellen Mitarbeitenden sowie weiteren Stakeholdern lokal und global.

Der CAS Social Media & Content Marketing ist ein in sich geschlossener Zertifikatslehrgang mit Leistungsnachweis. Studierenden mit MAS-Zulassung kann er als Wahlmodul an den MAS Digital Business angerechnet werden.

Ihr Nutzen

- ✓ Anrechnung an den MAS Digital Business der HWZ
- ✓ Ganzheitlicher strategischer Blick auf Social Media
- ✓ Insights zu aktuellen Best Practices
- ✓ Aufnahme in die Social Media Community
- ✓ IAB-Switzerland-Association-zertifiziert

Facts & Figures

Abschluss

«Certificate of Advanced Studies (CAS) in Social Media & Content Marketing»

Anerkennung

15 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Studienbeginn ist jeweils im August.
Die Studiendaten finden Sie auf der Website.

Dauer

1 Semester (18 Tage)

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 24 Teilnehmende.

Studienort

Das Studium findet im Gebäude «Sihlhof» im Herzen von Zürich statt. Der «Sihlhof» befindet sich direkt beim Hauptbahnhof, im trendigen Stadtteil der Europaallee.

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Blog

www.hwzdigital.ch

Website

www.fh-hwz.ch/cassmcm

Strategien für Social Media und Content Marketing

Ziele und Perspektiven

Sie werden befähigt, aus der Perspektive der integrierten Kommunikation eine Social-Media-Strategie für Ihre Organisation zu entwickeln, diese zu implementieren sowie zu überwachen. Sie haben das erforderliche Grundwissen bezüglich rechtlicher Aspekte sowie hinsichtlich der Tools und Hardware, welche für bzw. den Einsatz von sozialen Medien sowie die Produktion und Distribution von Inhalten benötigt werden. Sie sind in der Lage, den Kontext, die Chancen und die Risiken der sozialen Medien für Ihre Organisation abzuschätzen. Insbesondere verstehen Sie, wie Social Media die Gesellschaft wesentlich verändert hat und wie Unternehmen mit relevanten Inhalten ihre Zielgruppen erreichen.

Teilnehmende

Der Studiengang richtet sich an Mitarbeitende mit direkten Verantwortlichkeiten oder indirekten Bezügen zum Management von Social Media in Grossunternehmen, KMUs, Beratungs- und anderen Dienstleistungsfirmen des Kommunikationsbereichs, öffentlichen Betrieben und Non-Profit-Organisationen.

Zulassung

Zugelassen werden Personen mit einem Hochschulabschluss oder äquivalenten Abschluss und mindestens zwei Jahren Berufserfahrung.

Personen mit anderen Bildungsabschlüssen wie zum Beispiel TS, HF und höheren Fachprüfungen mit eidg. Abschluss können «sur dossier» aufgenommen werden.

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Die Themen «Technologie», «Business» und «Culture» sind die zentralen Treiber des CAS Social Media & Content Marketing. Insbesondere werden auf den Themen «Culture» und «Business» Schwerpunkte gesetzt.

Strategisch und vernetzt

Es gilt zu verstehen, wie Social Media unser tägliches Leben und unsere Gesellschaft verändert haben (Culture). Darauf aufbauend wird die Frage thematisiert, wie Unternehmen und Organisationen auf die Veränderungen bestmöglich reagieren sollen. Wie sollen Unternehmen im digitalen Zeitalter mit ihren Kunden interagieren? Welche Content-Marketing-Strategie ist zielführend, um bei der Zielgruppe wahrgenommen zu werden und zugleich die wichtigsten Botschaften zu vermitteln?

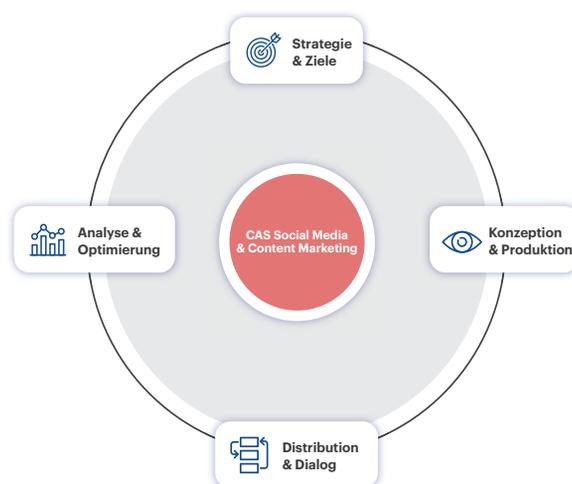
Der CAS Social Media & Content Marketing orientiert sich am HWZ-Modell für Social Media und Content Marketing mit folgenden Schritten bzw. Themenbereichen:

- Strategie & Ziele
- Konzeption & Produktion
- Distribution & Dialog
- Analyse & Optimierung

Zu jedem dieser Themenbereiche werden hochkarätige Dozierende, hauptsächlich aus der Praxis, eingeladen. Insgesamt sind mehr als 25 verschiedene Dozierende im Einsatz.

Schlüsselinhalte

- Psychologie im Social Web
- Social Media Governance
- Paradigmenwechsel durch Web 2.0
- Content Marketing
- Storytelling und Bewegtbild
- Markenführung im Web 2.0
- Personal Branding
- Influencer Marketing
- Ideenfindung und Konzeption von Inhalten
- Content & Community Management
- Recht im Social Web
- Social Search, Google & SEO
- Reporting & ROI
- Sharing & Curation
- PR im Social Web
- Social Commerce
- Insights zu Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube und Co.
- Snackable Content
- Creative Copywriting



Ihre Experten

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihren bisherigen Kompetenzen und Fähigkeiten aus Aus- und Weiterbildung sowie aus Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengestellten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen können.

Dozierende

Die Dozierenden sind namhafte Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus der digitalen Wirtschaft und Wissenschaft. Mit ihrer Unterrichtserfahrung in Master-Studien stellen sie einen aktuellen, praxisnahen und anwendungsorientierten Unterricht sicher und tragen damit entscheidend zu einer hohen Qualität des Studiums bei.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Thomas Hutter

Inhaber und Geschäftsführer,
Hutter Consult GmbH

Livio Dainese

Chief Creative Officer und Co-CEO,
WIRZ BBDO

Peter Erni

CEO, Brain & Heart Communication

David Cappellini

Gründer

Institute for Digital Business

Das Institut realisiert massgeschneiderte Kurse und Workshops mit Unternehmen, Verbänden und Verwaltungen. Es stellt kostenlos Wissen in Form von White Papers, Checklisten, Anleitungen usw. zur Verfügung. Im Bereich der angewandten Forschung arbeitet das Institut an Projekten für Auftraggeber aus der Wirtschaft, der öffentlichen Verwaltung oder für NGOs. Dabei kommt eine der grossen Stärken der HWZ zum Tragen: die lösungsorientierte Arbeitsweise, die auch im Unterricht hervorgehoben wird.

www.fh-hwz.ch/idb

Ihr Kontakt



Studiengangsleiter

Dominic Stöcklin

Leiter Social Media, Schweiz Tourismus

Dominic Stöcklin hat einen Master-Abschluss an der HSG Universität St. Gallen. Seit gut zehn Jahren arbeitet er an digitalen Kommunikations- und Marketingprojekten – mit Fokus auf Digital und Social Media. Aktuell arbeitet er als Leiter Social Media bei Schweiz Tourismus. Daneben unterrichtet er seit mehreren Jahren an der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich sowie an weiteren Bildungsinstitutionen zu diesem Thema. 2017 hat sich Dominic an der PH Zürich in Hochschuldidaktik weitergebildet.

Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte an das Master-Sekretariat: 043 322 26 88, master@fh-hwz.ch.

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Vereinbaren Sie online oder telefonisch einen Termin über das Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/cassmcm

Dominic Stöcklin

dominic.stoecklin@fh-hwz.ch



«Spannende Experten vermitteln in diesem CAS fundiertes Wissen aus der Praxis, mit welchem ich den aktuellen Herausforderungen im Social Web auf Augenhöhe begegnen kann.»

Cédric Baumgartner
Managing Director bei EQS Group AG