

# Kurs-Dokumentation



**Zentrum für Informatik ZFI AG**

**Workshop Enterprise 2.0 (FENT-0212) -IT**

**Ausbildung nach Mass**

<http://www.zfi.ch/FENT-0212>

Weitere Infos finden Sie unter [www.zfi.ch](http://www.zfi.ch) oder via Adresse:

**Zentrum für Informatik ZFI AG  
Zentralsekretariat  
Technoparkstrasse 1  
CH-8005 Zürich  
Telefon: 044 732 40 00  
Telefax: 044 732 40 09**

**Zürich, Basel, Bern, Zürich, Schweiz**

<b>Titel</b>	<b>Workshop Enterprise 2.0</b>
<b>Untertitel</b>	<b>Social Media Strategien</b>
<b>Einleitung</b>	<p>Social Media sind eine Vielfalt digitaler Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten (User Generated Content). Die Ermöglichung sozialer Interaktionen und Kollaboration in Sozialen Netzwerken gewinnen zunehmend an Bedeutung und wandeln mediale Monologe (one to many) in sozial-mediale Dialoge (many to many). Zudem unterstützt es die Demokratisierung von Wissen und Information und entwickelt den Benutzer von einem Konsumenten zu einem Produzenten. Die Nutzer nehmen durch Kommentare, Bewertungen und Empfehlungen aktiv auf die Inhalte Bezug und bauen auf diese Weise eine soziale Beziehung untereinander auf. Es besteht kein Gefälle mehr zwischen Sender und Rezipienten (Sender-Empfänger-Modell). Als Kommunikationsmittel werden dabei Text, Bild, Audio oder Video verwendet. Das gemeinsame Erstellen, Bearbeiten und Verteilen der Inhalte, unterstützt von interaktiven Anwendungen betont auch der Begriff Web 2.0. Andreas M. Kaplan und Michael Haenlein definieren Social Media als "eine Gruppe von Internetanwendungen, die auf den ideologischen und technologischen Grundlagen des Web 2.0 aufbauen und die Herstellung und den Austausch von User Generated Content ermöglichen. Social Media kommt in verschiedenen B2B-Bereichen zum Einsatz. Schwerpunkt bilden die Bereiche Marketing, Public Relations und Vertrieb. Auch der Bereich Personalmarketing gewinnt durch Social Media als Unterdisziplin der HR an Bedeutung. Im Bereich der Medienbeobachtung für Marketing und PR entwickelt sich das Social Media Monitoring zudem als zusätzliches Geschäftsfeld für Unternehmen. Auch Parteien setzen vermehrt Social Media zur externen Kommunikation ein.</p>
<b>Ihr Nutzen</b>	Die Teilnehmenden werden anhand zahlreicher Beispiele mit den Grundlagen und den heutigen Möglichkeiten des Einsatzes der Social-Media-Technologien vertraut.
<b>Voraussetzungen</b>	gute Kenntnisse als Web-Anwender/in.
<b>Teilnehmerkreis</b>	Führungskräfte, Strategen, Marketing- und HR-Fachleute, Unternehmer.
<b>Unterlagen</b>	ZFI-Kursordner, ev Fachbuch
<b>Folgekurse</b>	
<b>Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientierung</li> <li>- Web 2.0 Begriffe und Definitionen</li> <li>- Web 2.0 Technologien</li> <li>- Web 2.0 Anbieter</li> <li>- Enterprise 2.0</li>   <li>- Enterprise 2.0 in der internen Kommunikation</li> <li>- Use Case 1</li> <li>- Use Case 2</li> <li>- Use Case 3</li> <li>- Wrap up and best practice</li> </ul>

- Enterprise 2.0 in der externen Kommunikation
- Use Case 1
- Use Case 2
- Use Case 3
- Wrap up and best practice
  
- Analyse, Planung, Ausführung und Kontrolle
- Analyse: Welche bestehenden Tools kommen für unser Unternehmen in Frage? "Ab Stange" vs. customized
- Planung: Welche Tools wollen wir wie, warum, wo, wann, durch und für wen einsetzen?
- Ausführung: Was gilt es zu beachten beim Betrieb von Web 2.0 Tools?
- Controlling: Ansätze und Erfolgskontrolle
  
- Wrap up
- Events, Blogs und Literatur zur weiterführenden Bildung

**Beitrag**

Der Teilnehmerbeitrag versteht sich rein netto. Das ZFI ist (gemäss MwSt-Gesetz) nicht Mehrwertsteuerpflichtig und erhebt somit keine MwSt. Bei länger als einen Monat dauernden Lehrgängen ist die Zahlung des Teilnehmerbeitrages in mehreren Raten möglich (pro rata temporis).