

Digitale Strategie für die externe online Kommunikation

Zugeweilte Projekte:

1. **BildungsSache:** „Like & Share“ – Mehr Follower*innen für BildungsSache
2. **Kunststück Familie e.V.:** Mehr Sichtbarkeit für „Sichtweise“



Verpflichtende Termine:

1. Auftaktveranstaltung: Mittwoch, 20.04.2022, 18:00 – 20:00 Uhr (Zoom)
2. Begleitveranstaltung: Samstag, 23.04.2022, 10:00 - 17:00 Uhr (HumF (214), Seminarraum S167); donnerstags, 05.05. (Zoom), 19.05. (vor Ort s.o.), 02.06. (Zoom), 23.06. (vor Ort s.o.) und 07.07.2022 (Zoom), 17:00 - 20:00 Uhr
3. Abschlussveranstaltung: Donnerstag, 20.07.2022, 18:00 – 20:30 Uhr (Ort: tba.)

Zusätzlicher Workload:

Neben den obigen Terminen arbeiten die Teilnehmenden eigenständig außerhalb des Seminars noch circa 50 Zeitstunden mit ihrem jeweiligen Projektteam zusammen.

Kurzbeschreibung der Veranstaltung:

Die Veranstaltung vermittelt das Fachwissen, um eine eigenständige **digitale Strategie** zu entwickeln. Hierbei wird sowohl auf theoretische Methodik als auch praxisorientierte Anwendung Wert gelegt. Der Fokus liegt dabei auf der zielgruppengerechten Kommunikation, die klar definierte Ziele erfüllen soll. In der Veranstaltung werden sowohl netzwerkspezifische Content-Formate als auch technische Aspekte, wie z.B. Algorithmen analysiert. Am Ende wird ein Leitfaden erarbeitet, der passgenau und praxisnah das **Projekt digital zum Erfolg** bringen kann.

Ziele der Veranstaltung bzw. zu erwerbende Kompetenzen:

- Digitale Ziele: KPIs richtig lesen
- Persona: Zielgruppenanalyse und Ableitungen
- Social Media Algorithmen: Visibilität
- Community Management: Reputationsmaßnahmen
- Social Media Marketing: Organische Posts vs. Promoted Ads
- Krisen-Kommunikation: Vorbereitung
- Content-Formate: Welche Formate gibt es und welche Formate sind die richtigen

Prüfungsleistung der Begleitveranstaltung:

Für alle Studierende:

- Ergebnispräsentation bei der Service Learning Abschlussveranstaltung

Für Studierende der Uni Köln:

- Abgabe einer kurzen, vorgegebenen Reflexionsbroschüre

Für Studierende der TH Köln:

- F01: Abgabe einer kurzen, vorgegebenen Reflexionsbroschüre
- F03: Abgabe eines Portfolios im Seminar von Prof. Linde; Möglichkeit der mündlichen Reflexion oder freiwillige Abgabe der selbigen Reflexionsbroschüre als Portfolio-Ergänzung

Kurzprofil des Dozierenden:

Markus Brandl arbeitet seit 14 Jahren im Bereich der digitalen Unternehmenskommunikation. Im Jahr 2013 begann er seine Tätigkeit bei der Bayer AG und kümmerte sich zunächst um den Aufbau der Social-Media-Kanäle – später entwickelte er die Community Management Strategie für das Unternehmen, die bis heute eingesetzt wird. Seit 2021 verantwortet er alle digitalen Kanäle des Bereichs *Bayer Pharmaceuticals*. Als Dozent ist Markus Brandl seit 2015 an der TH Köln für das Fach *Unternehmenskommunikation* verantwortlich. Markus Brandl lebt mit seiner Familie in Leverkusen, ist Vater von drei Söhnen und schreibt in seiner Freizeit Blogs zum Thema „Vater sein.“