

Web 2.0 in der Gesamtschau

## Erster Studiengang für Social-Media-Management

**Mitte April 2011 startet die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich den neuen Semester-Lehrgang CAS Certificate of Advanced Studies in Social Media Management. Absolventinnen und Absolventen sollen in 21 Studientagen befähigt werden, aus der Perspektive der integrierten Kommunikation eine Social-Media-Strategie für ihr Unternehmen zu entwickeln, zu implementieren und zu führen.**

Wie ist mit Social-Media in Marketing und Kommunikation umzugehen? Eine differenzierte Beantwortung dieser Frage ist mittlerweile für jedes Unternehmen bedeutsam, eine kluge Umsetzung kann zum Erfolgsfaktor werden. Der neue Lehrgang schliesst die diesbezügliche Qualifizierungslücke im Berufsfeld Marketing und Kommunikation. Die Grundsätze heissen Anwendungsorientierung, Best Practice, ein attraktives Netzwerk sowie eine studierendenzentrierte Lehre. Persönliche Kompetenz in diesem neuen Medienbereich wird vorausgesetzt und kann andernfalls in einer separaten Vorkurs-Werkstatt erworben werden.

Angesprochen sind insbesondere Marketing- und Kommunikationsprofis, die ihre Kompetenzen mit den neusten Entwicklungen im Bereich der interaktiven digitalen Medien ergänzen und so ihre Beratungs- und Umsetzungsfähigkeiten zeitgemäss halten wollen. Die Dozierenden sind namhafte Exponenten aus der schweizerischen und internationalen Social-Media-Szene, darunter Leila Summa (Migros), Ralph Hutter (Namics), Andreas von Gunten (Blogwerk) und Mike Schwede (Goldbach Interactive) sowie Wissenschaftler wie Dr. Christian Hoffmann (Universität St. Gallen) und Kommunikations-Manager wie Frank Bodin (Euro RSCG) und Daniel Graf (Amnesty).

Dieser interdisziplinäre neue Lehrgang des Center for Communications der HWZ beruht auf einer Zusammenarbeit mit dem Center for Marketing und Center for Business Engineering der HWZ, mit der Schweizer Journalistenschule MAZ sowie dem schweizerischen PR-Institut SPRI. Er steht unter dem Patronat der Netzzunft ([www.netzzunft.ch](http://www.netzzunft.ch)); Bildungs-Sponsor ist die Goldbach Group ([www.goldbachgroup.com](http://www.goldbachgroup.com)). Informationsveranstaltungen an der HWZ finden am 21. Dezember 2010 um 8.00 Uhr sowie am 10. und 26. Januar 2011 jeweils um 19.15 Uhr statt.

### Weitere Informationen

- zum Studiengang unter [www.fh-hwz.ch/smm](http://www.fh-hwz.ch/smm)
- über HWZ unter [www.facebook.com/fhhwz](http://www.facebook.com/fhhwz)

### Kontakt

Manuel Nappo, Studienleiter CAS Social Media Management  
Telefon 043 322 26 88, [manuel.nappo@fh-hwz.ch](mailto:manuel.nappo@fh-hwz.ch)

Marc Stutz, Leiter Kommunikation  
Telefon 043 322 26 10, [marc.stutz@fh-hwz.ch](mailto:marc.stutz@fh-hwz.ch)

Die **HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich** ist Teil der Zürcher Fachhochschule. Gegründet wurde sie 1986 als berufsbegleitende HWV Zürich durch den KV Schweiz und die Stiftung Juventus-Schulen Zürich. Mit über 1'800 Studierenden und rund 300 Dozierenden ist die HWZ die grösste ausschliesslich berufsbegleitende Hochschule im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie weist ein einzigartiges Angebot an Studiengängen in den Fachbereichen Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Kommunikation auf Bachelor- und Master-Stufe sowie eine Möglichkeit zum Doktorat auf. Im Weiterbildungsbereich werden auch Zertifikats- und Diplom-Lehrgänge angeboten. Das moderne Hochschulgebäude liegt direkt beim HB Zürich. Mehr unter [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch), [www.facebook.com/fhhwz](https://www.facebook.com/fhhwz) oder [www.twitter.com/fhhwz](https://www.twitter.com/fhhwz)

Das **Center for Communications** an der HWZ mit seinen über 600 Studierenden umfasst neben diversen Zertifikatslehrgängen die Studiengänge "Bachelor of Science in Kommunikation" (8 Semester, berufsbegleitend), "Master of Advanced Studies (MAS) in Business Communications" (5 Semester, berufsbegleitend) sowie den "Master of Advanced Studies (MAS) in Live Communication" (5 Semester, berufsbegleitend). Die HWZ ist führend in der angewandten Forschung im Bereich des strategischen Managements, der Stakeholder-Beziehungen sowie der Corporate Social Responsibility.