

Forschungscamp Marketing & Kommunikation:

„Web 2.0 – Toolbox für Anwender“

am Mittwoch, 20.10.2010 an der FH Mainz

Programm

ab 8:30 Uhr	Ausgabe der Tagungsunterlagen
09:00 - 09:15 Uhr	Begrüßung durch die Vize-Präsidentin der Fachhochschule Mainz Prof. Dr. Andrea Beyer, Vizepräsidentin, FH Mainz
09:15 - 09:30 Uhr	Eröffnung des 1. Forschungscamp Marketing- und Kommunikation durch Prof. Dr. Lothar Rolke und Prof. Dr. Oliver Kaul
09:30 - 10:00 Uhr	Internet als Change Agent der Markt- und Unternehmenskommunikation Prof. Dr. Lothar Rolke, FH Mainz
10:00 – 10:45 Uhr	Corporate Blogging – Krisenkommunikation im Netz Uwe Knaus, Manager Corporate Blogging & Social Media Strategy, Unternehmenskommunikation, Daimler AG, Stuttgart
10:45 - 11:15 Uhr	Kaffeepause
11:15 - 12:15 Uhr	Workshop1 bis 4
	Workshop 1: Konzeption integrierter Kampagnen: Einbindung digitaler Medien bei Nestlé Referentin: Tina Beuchler, Head of Media Communication, Nestlé Deutschland AG, Frankfurt am Main Moderation: Prof. Dr. Oliver Kaul, FH Mainz
	Workshop 2: Marketing- und Kommunikationsstrategien im Web Referent: Alexander Körner, Geschäftsführer, Lemon 5 – fresh consulting GmbH, Offenbach Moderation: Prof. Dr. Andrea Beyer, FH Mainz
	Workshop 3: Social Media – neue Wege des Kundendialogs? Referent: Marco Fischer, Geschäftsführer, Die Firma GmbH-Innovative Kommunikation, Wiesbaden Moderation: Prof. Dr. Heinrich Holland, FH Mainz
	Workshop 4: Webmonitoring für die Unternehmenskommunikation Referent: Christian Heinisch, Geschäftsführer, NEWBASE GmbH, Hamburg Moderation: Prof. Dr. Lothar Rolke, FH Mainz

12:15 - 13:15 Uhr	Mittagsbuffet
13:15 - 14:15 Uhr	Workshop1 bis 4
	<p>Workshop 1: Konzeption integrierter Kampagnen: Einbindung digitaler Medien bei Nestlé Referentin: Tina Beuchler, Head of Media Communication, Nestlé Deutschland AG, Frankfurt am Main Moderation: Prof. Dr. Oliver Kaul, FH Mainz</p> <p>Workshop 2: Marketing- und Kommunikationsstrategien im Web Referent: Alexander Körner, Geschäftsführer, Lemon 5 – fresh consulting GmbH, Offenbach Moderation: Prof. Dr. Andrea Beyer, FH Mainz</p> <p>Workshop 3: Social Media – neue Wege des Kundendialogs? Referent: Marco Fischer, Geschäftsführer, Die Firma GmbH-Innovative Kommunikation, Wiesbaden Moderation: Prof. Dr. Heinrich Holland, FH Mainz</p> <p>Workshop 4: Webmonitoring für die Unternehmenskommunikation Referent: Christian Heinisch, Geschäftsführer, NEWBASE GmbH, Hamburg Moderation: Prof. Dr. Lothar Rolke, FH Mainz</p>
14:15 - 14:45 Uhr	Kaffeepause
14:45 - 15:30 Uhr	<p>Optimierung der Web-Präsenz durch Integration von Social Media bei Pricewaterhouse Coopers AG Ralf Déus, Prokurist Marketing & Communications, PricewaterhouseCoopers WPG AG, Frankfurt am Main</p>
15:30 - 16:15 Uhr	<p>Social Media im FMCG Bereich: ich-liebe-kaese.de Thorsten Rudeck, Marketing-Geschäftsführung, Bongrain Deutschland GmbH, Wiesbaden</p>
16:15 - 17:00 Uhr	<p>Wie sich das eigene Kundenpotential durch Social Media maximieren lässt Michael Buck, Director Global SMB Online Business, Dell GmbH, Frankfurt am Main</p>
17:00 – 17:15 Uhr	<p>Fazit und Perspektiven Prof. Dr. Oliver Kaul, FH Mainz</p>
17:15 Uhr	Offizielles Ende des 1. Forschungscamp Marketing- und Kommunikation
17.15 – 18.15	Get Together bei Wein, Sekt und Snacks