

Social Media Manager (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Informationen zur Facharbeit* • Einführung in die Social Media Strategie* • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ		8	Social Media im Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Einsatzbereiche für Social Media für Unternehmen • Zahlen, Daten Fakten zur Social Media Nutzung • Herausforderungen und Chancen bei der Social Media Nutzung • Interne Kommunikation und Prozesse, involvierte Abteilungen, Zuständigkeiten • Compliance, Corporate Culture und Change Prozesse • Social-Media-Guidelines • Content-Strategien, relevanter Content • Agenturleistungen und Briefing • Qualitätskriterien guter Social-Media-Arbeit • Best Practice: Unternehmen im Social Web 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ		8	Medienrecht, Social Media Recht <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Social Media Recht • Persönlichkeitsrecht und Datenschutz • Internetrecht, Medienrecht, Urheberrecht • Umgang mit Bildern, Fotos, Grafiken und Inhalten (Content) • Haftung für Links • Wettbewerbsrecht, Wettbewerber und Produkte • Markenschutz/ Anforderungen an Werbeaussagen • Impressumspflicht 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Verletzung von Nutzungsbedingungen und die Folgen • Einführung: Social Media Richtlinien im Unternehmen • Handlungssicherheit anhand praktischer Beispiele 	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	<p>News Networks: Das Blog und Twitter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übersicht Blogformen/ Blog-Themen • Das Unternehmensblog/ Corporate Blogging • Blog-Content und Blogredaktion • Übersicht Mikrobloggingdienst Twitter (Zahlen, Fakten, Zielgruppen) • Anmeldeprozesse und Profilgestaltung • Sicherheitseinstellungen, Privatsphäre, Datenschutz • Unternehmensprofil/ Administration • Praktische Umsetzung des Contents, Posting-Formen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Best-Practice Unternehmensblog und Twitter 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	<p>Business Networks: Facebook, XING und LinkedIn</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übersicht Business Networks (Zahlen, Daten und Fakten) • Zielgruppen Business Networks • Anmeldeprozesse und Profilgestaltung • Sicherheitseinstellungen, Privatsphäre, Datenschutz • Unternehmensprofil/ Fanseite/ Administration • Praktische Umsetzung des Contents, Posting-Formen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Cross Promotion vs. Cross Posting • Best-Practice Unternehmen in Business Networks 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	<p>Media Sharing Networks: Instagram, YouTube, Pinterest & Co.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übersicht Media Sharing Networks (Zahlen, Daten, Fakten) • Zielgruppen Media Sharing Networks • Anmeldeprozesse und Profilgestaltung • Sicherheitseinstellungen, Privatsphäre, Datenschutz • Unternehmensprofile / Administration • Praktische Umsetzung des Contents, Posting-Formen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Visual Storytelling und Virales Marketing • Mobile Video • Best-Practice: Marketing mit Foto und Video 	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	Kennzahlen, Controlling, Monitoring <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Social-Media-Monitoring und Controlling • Methoden, Anwendungen und Anbieter • kostenfreie vs. kostenpflichtige Tools • Anforderungen an ein Monitoring Tool definieren • Key Performance Indicators (KPI) • Zieltracking: quantitativ und qualitativ • Social Listening • Customer Feedback - Zielgruppenanalyse • Automatisiertes Publishing von Beiträgen • Anwendungsbeispiel Monitoring Tool (z.B. HootSuite) 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ Abgabe der Abschlussleistungen: TT.MM. JJJJ (bis 23:59Uhr)		Facharbeit* und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: <ul style="list-style-type: none"> • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen 	
TT.MM. JJJJ	TT HH.MM - HH.MM	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit* im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
		60	Lehrgangsende	

KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	20	*Facharbeit = Erstellung eines Handlungskonzepts (Strategie) im Verlauf des Lehrgangs zu einem individuell gewählten Anwendungsfall.	
		80		
KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ		eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin	