

Social Media Manager Advanced (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM.JJJJ	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 Erstellung einer Strategie Informationen zum Abschluss Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW XX/XX	Online-Seminar: TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ		10	Customer Relations und Community Management <ul style="list-style-type: none"> Einführung in das Thema „Communities im Web“ Aufbau von Gruppen im Web/ Gruppenprozesse Shitstorms & Krisenmanagement Proaktiver Kundenservice Customer Journey im Social Web Guidelines Tools zum Auffinden von Erwähnungen/ Kommentaren Optimierung der Social-Media--Strategie - Teil 1 	Dozent/in
KW XX/XX	Online-Seminar: TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ		10	Contentoptimierung im Social Web <ul style="list-style-type: none"> Organische Reichweite ausbauen - Tools zur Contentoptimierung Sichtbarkeit auf den Plattformen erhöhen Storytelling: Grundlagen, Aufbau, Formate Virale Posts und Trends in den Sozialen Netzwerken Organische Posts bewerben - Planung und Umsetzung Einführung in Facebook und Instagram Ads 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Best Practice Beispiele • Optimierung der Social-Media--Strategie - Teil 2 		
KW XX/XX	Online-Seminar: TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	10	Influencer Marketing für Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Influencer Marketings • Zahlen, Daten Fakten „Influencer Marketing“ • Influencer Marketing vs. Influencer Relations • Influencer Marketing vs. Product Placement • Die passenden Influencer identifizieren • Kontaktaufnahme zu Influencern • Planung und Umsetzung von Influencer Kamapgnen • Optimierung der Social-Media--Strategie - Teil 3 	Dozent/in	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ Abgabe der Abschlussleistungen Mittwoch. TT.MM.JJJJ (bis 12.00 Uhr)	8	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
			50	Lehrgangsende	

KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin
-------------	----------------------------	---