

<h2>Social Media Manager (IHK)</h2> <p>Januar - März</p>					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
17.01.2024	Mi	18.00 – 21.15	4	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 03/04	18.01.2024 – 24.01.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
24.01.2024	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Social Media im Unternehmen - Perspektivwechsel <ul style="list-style-type: none"> Einsatzbereiche für Social Media für Unternehmen Unterschiede der unternehmerischen zur privaten Nutzung von Social Media 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 Qualitätskriterien guter Social-Media-Arbeit Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in
KW 04/05	25.01.2024 – 31.01.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 1	
31.01.2024	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	News Networks: Netzwerke zum Informationsaustausch (Das Blog und X) <ul style="list-style-type: none"> Übersicht Blogformen/ Blog-Themen Das Unternehmensblog/ Corporate Blogging Blog-Content und Blogredaktion Übersicht Mikrobloggingdienst X (Zahlen, Fakten, Zielgruppen) Anmeldeprozesse und Profilgestaltung Sicherheitseinstellungen, Privatsphäre, Datenschutz Unternehmensprofil/ Administration Praktische Umsetzung des Contents, Postingformen, Postingzeiten Nützliche Tools und mobile Nutzung Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in

KW 05/06	01.02.2024 – 07.02.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 2	
07.02. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Business Communication Networks: Plattformen für den Austausch (Facebook, XING und LinkedIn) <ul style="list-style-type: none"> • Übersicht Business Networks (Zahlen, Daten und Fakten) • Zielgruppen Business Networks • Anmeldeprozesse und Profilgestaltung • Sicherheitseinstellungen, Privatsphäre, Datenschutz • Unternehmensprofil/ Fanpage/ Administration • Praktische Umsetzung des Contents, Postingformen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Möglichkeiten des Social Recruitings • Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in
KW 06/07	08.02.2024 – 14.02.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 3	
14.02. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Media Sharing Networks: Plattformen zum Teilen von Bild/Video/Audio (Instagram, YouTube, Pinterest & Co.) <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, Postingformen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Visual Storytelling und Virales Marketing • Marketing mit Foto und Video • Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in
KW 07/08	15.02.2024 – 21.02.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 4	
21.02. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Professionalisierung im Social-Media-Management <ul style="list-style-type: none"> • Social-Media-Arbeit planen, strukturieren und verteilen • Planung von Social-Media-Aktivitäten mit Hilfe von Redaktionsplänen • Kundenorientierte und markengerechte Inhalte • Community Aufbau und Management • Automatisiertes Publishing von Beiträgen • Cross-Promotion vs. Cross-Posting • Arbeiten mit Steuerungs-Tools (z.B. HootSuite) • Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern • Trends und Entwicklungen erkennen, beobachten und bewerten • Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in

KW 08/09	22.02.2024 – 28.02.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 5	
28.02. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Social-Media-Controlling und -Monitoring <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Differenzierung Social-Media-Monitoring und -Controlling • Key Performance Indicators (KPI): Kennzahlen zur Analyse von Social-Media-Auftritten • Plattforminterne Auswertungsmöglichkeiten • kostenfreie vs. kostenpflichtige plattformübergreifende Social-Media-Analyse-Tools • Anforderungen an ein Monitoring-Tool definieren • Controlling- und Monitoring-Prozesse, Social-Media-Reports • Auswertung und Interpretation von Kennzahlen • Social Listening • Customer Feedback - Zielgruppenanalyse • Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in
KW 09/10	29.02.2024 – 06.03.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 6	
KW 10/11	07.03.2024 – 13.03.2024 Abgabe der Abschlussleistungen: Mittwoch, 13.03.2024 bis 12.00 Uhr		6	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 	
13.03. 2024	Mi	18.00 – 21.15 Uhr	4	Social Media Recht, Medienrecht Präsentation sowie Klärung offener Fragen zum Thema Social Media Recht, Medienrecht	Dozent*in
20.03. 2024	Mi	14.00 – 19.00 Uhr	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende	
KW 03-10	17.01.2024 – 06.03.2024		eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in		