

Social Media Manager (IHK)					
April					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
08.04.2024	Mo	10.00 – 14.00	8	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
		Ab 14.00 Uhr bis zum 09.04.2024 um 17.59 Uhr		Einführung in das eLearning, erste Übungen	
09.04.2024	Di	18.00 – 21.30 Uhr	3	Expertenchat zum Thema Social Media Recht, Medienrecht Präsentation sowie Klärung offener Fragen zum Thema Social Media Recht, Medienrecht	Dozent*in
10.04.2024	Mi	18.00 - 20.30 Uhr	8	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
		Ab 20.30 Uhr bis zum 11.04.2024 um 17.59 Uhr		Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 1	
11.04.2024	Do	18.00 - 20.30 Uhr	8	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, Posting-Formen, Postingzeiten Nützliche Tools und mobile Nutzung 	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Rahmenbedingungen 	
	Ab 20.30 Uhr bis zum 12.04.2024 um 17.59 Uhr		<p>Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 2</p>	
12.04.2024	Fr 18.00 - 20.30 Uhr	8	<p>Business Communication Networks: Plattformen für den Austausch (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 • Möglichkeiten des Social Recruitings • Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in
	Ab 20.30 Uhr bis zum 13.04.2024 um 17.59 Uhr		<p>Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 3</p>	
Sonntag, 14.04.2024 – Montag, 15.04.2024		6	Eigenständige Überarbeitung der Facharbeit	
15.04.2024	Mo 18.00 - 20.30 Uhr	8	<p>Media Sharing Networks: Plattformen zum Teilen von Bild/Video/Audio (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 • Visual Storytelling und Virales Marketing • Marketing mit Foto und Video • Rechtliche Rahmenbedingungen 	Dozent*in
	Ab 20.30 Uhr bis zum 16.04.2024 um 17.59 Uhr		<p>Vertiefende Onlineübungen + Erstellung Social-Media-Strategie – Teil 4</p>	
16.04.2024	Di 18.00 - 20.30 Uhr	8	<p>Professionalisierung im Social-Media-Management</p> <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) 	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern • Trends und Entwicklungen erkennen, beobachten und bewerten • Rechtliche Rahmenbedingungen 	
		Ab 20.30 Uhr bis zum 17.04.2024 um 17.59 Uhr	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 5	
17.04.2024		Mi 18.00 - 20.30 Uhr	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
		Ab 20.30 Uhr bis zum 18.04.2024 um 17.59 Uhr	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 6	
		Donnerstag, 18.04.2024 bis Donnerstag, 25.04.2024, 12.00 Uhr	Facharbeit und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Eigenständige Fertigstellung der Facharbeit • Eigenständige Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis (25.04.2024 12.00 Uhr)	
26.04.2024	Fr	10.00 – 14.30	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende

KW 15/16	08.04.2024 – 17.04.2024	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in
-------------	----------------------------	--