

Social Media Manager (IHK) Oktober - Dezember						
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in	
11.10.2024	Fr	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	
KW 41/42	11.10.2024 – 15.10.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen		
15.10.2024	Di	18.00 – 20.00		Expertenchat zum Thema Social Media Recht, Medienrecht Präsentation sowie Klärung offener Fragen zum Thema Social Media Recht, Medienrecht		Dozent*in
KW 42/43	16.10.2024 – 22.10.2024 Expertenchat Dienstag, 22.10.2024 18.00-20.00 Uhr		10	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 • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 1 	Dozent*in	
KW 43/44	23.10.2024 – 29.10.2024 Expertenchat Dienstag, 29.10.2024 18.00-20.00 Uhr		10	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	

			<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 2 	
KW 44/45	<p>30.10.2024 – 05.11.2024</p> <p>Expertenchat Dienstag, 05.11.2024 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<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/ Fanpage/ Administration • Praktische Umsetzung des Contents, Postingformen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Möglichkeiten des Social Recruitings • Rechtliche Rahmenbedingungen • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 3 	Dozent*in
KW 45/46	<p>06.11.2024 – 12.11.2024</p> <p>Expertenchat Dienstag, 12.11.2024 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<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, Postingformen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Visual Storytelling und Virales Marketing • Marketing mit Foto und Video • Rechtliche Rahmenbedingungen • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 4 	Dozent*in
KW 46/47	<p>13.11.2024 – 19.11.2024</p> <p>Expertenchat Dienstag, 19.11.2024 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<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) • Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern • Trends und Entwicklungen erkennen, beobachten und bewerten • Rechtliche Rahmenbedingungen • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 5 	Dozent*in
KW 47/48	<p>20.11.2024 – 26.11.2024</p> <p>Expertenchat Dienstag,</p>	10	<p>Social-Media-Controlling und -Monitoring</p> <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 	Dozent*in

	26.11.2024 18.00-20.00 Uhr		<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 6 		
KW 48/49	27.11.2024 – 03.12.2024 Abgabe der Abschlussleistungen: Dienstag, 03.12.2024 (bis 12.00 Uhr)	6	<p>Facharbeit* und Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation <p>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen 		
09.12. 2024	Mo	10.00 – 15:15	6	<p>Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
		80	Lehrgangsende		
KW 41-48	11.10.2024 – 03.12.2024	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in			