

Social Media Manager Advanced (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	TT	10.00 – 14.00	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: Mittwoch, 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: Mittwoch, 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 • Best Practice Beispiele • Optimierung der Social-Media-Strategie – Teil 2 	Dozent*in
KW XX/XX	Online-Seminar: Mittwoch, 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 Kampagnen • Optimierung der Social-Media--Strategie – Teil 3 	Dozent*in
KW XX/XX	TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ		8	Facharbeit* und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation 	

	Abgabe der Abschlussleistungen: Mittwoch, TT.MM. JJJJ (bis 12.00 Uhr)		Abgabe der Facharbeit + Präsentation: • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen		
TT.MM. JJJJ	TT	10.00 – 14.30	6	Abschluss • 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: eTutor*in
--------------	----------------------------	--