



## Social Media School Guide (IHK)

### Musterlehrplan

Datum	Lernform	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM.JJJJ	Präsenz	HH.MM – HH.MM	6	<p><b>Kurseröffnung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung/ Begrüßung</li> <li>- Organisatorisches zum Lehrgang</li> <li>- Anmeldung auf der Lernplattform/ Profilgestaltung</li> </ul> <p><b>Einführung in die professionelle Social-Media-Arbeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zahlen, Daten Fakten zur Social-Media-Nutzung</li> <li>- Bedeutung von Social-Media im Kontext von Schule</li> <li>- Unterschiede der unternehmerischen und privaten Nutzung von Social-Media</li> <li>- Qualitätskriterien guter Social-Media-Arbeit</li> <li>- Arbeiten mit einer Social-Media-Strategie</li> <li>- Content-Strategien, relevanter Content</li> </ul>	Business Academy Ruhr GmbH
TT.MM.JJJJ bis TT.MM.JJJJ	Online	2		<p><b>Einführende Aufgaben auf der Lernplattform</b></p>	Business Academy Ruhr GmbH
TT.MM.JJJJ bis TT.MM.JJJJ	Online	8		<p><b>Online-Vertiefung: Professionelle Social-Media-Arbeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachbegriffe im Kontext der professionellen Social-Media-Arbeit</li> <li>- Erstellung eines professionellen Social-Media-Auftrittes</li> <li>- Rechtliche Grundlagen der Social-Media-Arbeit</li> <li>- Analyse und Bewertung von Social-Media-Auftritten von Schulen</li> <li>- Praxisanwendung von Social-Media-Guidelines in Schulen</li> </ul>	Business Academy Ruhr GmbH
TT.MM.JJJJ	Präsenz	HH.MM – HH.MM	6	<p><b>Unterschiede Sozialer Netzwerke</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterscheidung in Information-Based, Networking und Media-Sharing Networks</li> <li>- Blog und Mikroblogging (Twitter)</li> <li>- Facebook, Xing, LinkedIn</li> <li>- Instagram, Pinterest</li> </ul>	Business Academy Ruhr GmbH

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- YouTube, Tiktok</li> <li>- Unterschiede von Privat- und Unternehmensprofilen</li> </ul>	
TT.MM.JJJJ bis TT.MM.JJJJ	Online		8	<p><b>Online-Vertiefung: Soziale Netzwerke</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachbegriffe im Kontext von Social-Media-Plattformen</li> <li>- Auswahl und Einbindung der Netzwerke in eine Strategie</li> <li>- Kontoerstellung, Administration und Profilgestaltung</li> <li>- Postingformate auf den Plattformen</li> <li>- Praxisanwendung eines Contents auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
TT.MM.JJJJ	Präsenz	HH.MM – HH.MM	6	<p><b>Strategische Social-Media-Arbeit: Planen und Messen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeiten mit Tools und -Anwendungen: Content-Entwicklung, Planung und Team-Arbeit</li> <li>- Grundlagen Social-Media-Monitoring und Controlling</li> <li>- Plattformeninterne Auswertungsmöglichkeiten</li> <li>- kostenfreie vs. kostenpflichtige Analyse-Tools</li> <li>- Zieltracking: quantitativ und qualitativ</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
TT.MM.JJJJ bis TT.MM.JJJJ	Online		8	<p><b>Online-Vertiefung: Strategische Social-Media-Arbeit: Planen und Messen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachbegriffe im Kontext von strategischer Social-Media-Planung</li> <li>- Automatisiertes Publishing / Vorplanen von Beiträgen</li> <li>- Praktische Umsetzung einer Redaktionsplanung</li> <li>- Kennzahlen zur Erfolgsmessung und deren Definition</li> <li>- Auswertung und Interpretation von Kennzahlen</li> <li>- Praktische Umsetzung des Controllings</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
TT.MM.JJJJ	Präsenz	HH.MM – HH.MM	6	<p><b>Abschluss</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Übertragung der Social Media Arbeit auf die Schul-Praxis</li> <li>- Tipps zu Abläufen im Team</li> <li>- Ergebnis-Präsentationen</li> <li>- Abschlussfotos</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
			<b>50</b>	<b>Lehrgangsende</b>	