

| Social Media Manager Advanced (IHK) | | | | | |
|-------------------------------------|---|---------------|----|---|-----------|
| Mai - Juni | | | | | |
| Datum | Tag | Zeit | UE | Module/ Inhalte | Dozent/in |
| 17.05.2024 | Fr | 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 | Dozent*in |
| KW 20/21 | 17.05.2024 – 22.05.2024 | | | Einführung in das eLearning, erste Übungen | |
| KW 21/22 | Online-Seminar: Mittwoch, 22.05.2024 18.00-20.00 Uhr 23.05.2024 – 29.05.2024 | | 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 22/23 | Online-Seminar: Mittwoch, 29.05.2024 18.00-20.00 Uhr 30.05.2024 – 05.06.2024 | | 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 23/24 | Online-Seminar: Mittwoch, 05.06.2024 18.00-20.00 Uhr 06.06.2024 – 12.06.2024 | | 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 24/25 | 13.06.2024 – 19.06.2024 | | 8 | Facharbeit* und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation | |

| | | | | | |
|----------------|--|---------------------|--|---|------------------|
| | Abgabe der Abschlussleistungen: Mittwoch, 19.06.2024 (bis 12.00 Uhr) | | Abgabe der Facharbeit + Präsentation: • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen | | |
| 24.06. 2024 | Mo | 10.00 – 14.30 | 6 | Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende | Dozent*in |
| | | | 50 | Lehrgangsende | |
| KW 20-24 | 17.05.2024 – 12.06.2024 | | eTutor+in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in | | |