

Social Media Manager (IHK) Februar - April					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent*in
05.02.2027	Fr	10.00 – 14.00	5	Online-Einführung • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Informationen zur Facharbeit • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben	Dozent*in
05.02.2027 – 09.02.2027		Experten-Session: Dienstag, 09.02.2027 18.00-21.00 Uhr		Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer Social-Media-Strategie	Dozent*in
10.02.2027 – 16.02.2027		Experten-Session: Dienstag, 16.02.2027 18.00-21.00 Uhr		Modul 1: Social Media im Unternehmen - Perspektivwechsel • 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
17.02.2027 – 23.02.2027		Experten-Session: Dienstag, 23.02.2027 18.00-21.00 Uhr		Modul 2: News Networks: Netzwerke zum Informationsaustausch (Das Blog, X & Co.) • Übersicht Blogformen/ Blog-Themen • Das Unternehmensblog/ Corporate Blogging • Blog-Content und Blogredaktion • Übersicht Mikrobloggingdienste (Zahlen, Fakten, Zielgruppen) • Anmeldeprozesse und Profilgestaltung • Sicherheitseinstellungen, Privatsphäre, Datenschutz • Unternehmensprofil/ Administration • Praktische Umsetzung des Contents, Postingformen, Postingzeiten • Nützliche Tools und mobile Nutzung • Rechtliche Rahmenbedingungen • Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 2	Dozent*in

24.02.2027 – 02.03.2027 Experten-Session: Dienstag, 02.03.2027 18.00-21.00 Uhr	10	Modul 3: Business Communication Networks: Plattformen für den Austausch (Facebook, LinkedIn & Co.) • 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
03.03.2027 – 09.03.2027 Experten-Session: Dienstag, 09.03.2027 18.00-21.00 Uhr	10	Modul 4: Media Sharing Networks: Plattformen zum Teilen von Bild/Video/Audio (Instagram, YouTube, TikTok & Co.) • 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
10.03.2027 – 16.03.2027 Experten-Session: Dienstag, 16.03.2027 18.00-21.00 Uhr	10	Modul 5: Professionalisierung im Social-Media-Management • 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
17.03.2027 – 23.03.2027 Experten-Session: Dienstag, 23.03.2027 18.00-21.00 Uhr	10	Modul 6: Social-Media-Controlling und -Monitoring • Grundlagen und Differenzierung Social-Media-Monitoring und -Controlling • Key Performance Indicators (KPI): Kennzahlen zur Analyse von Social-Media-Auftritten	Dozent*in

				• 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	
24.03.2027 – 04.04.2027			4	Facharbeit und Abschluss • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis Sonntag, 04.04.2027 (23.59Uhr)	Dozent*in
05.04.2027	Mo	10.00 – 15.00	6	Online-Abschluss • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Lehrgangsende	Dozent*in
			80	Lehrgangsende	

eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:
Dozent*in

Angesichts der dynamischen Veränderungen in digitalen Themen behalten wir uns vor, unsere Lehrpläne flexibel an aktuelle Entwicklungen anzupassen.

Anzahl der synchronen Unterrichtseinheiten: 43 UE (53%)
Anzahl der asynchronen Unterrichtseinheiten: 37 UE (47%)