

Social Media Manager (IHK) September – November					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
12.09.2025	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 	Patrick Saslona
KW 37/38	13.09.2025 – 16.09.2025			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW 38/39	Online-Seminar Dienstag, 16.09.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung 17.09.2025 – 23.09.2025		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 	Daniel Fitzke
KW 39/40	Online-Seminar Dienstag, 23.09.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung 24.09.2025 – 30.09.2025		10	News Networks: Netzwerke zum Informationsaustausch (Das Blog, X & Co.) <ul style="list-style-type: none"> • 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 	Frederik Schafmeister
KW 40/41	Online-Seminar Dienstag, 30.09.2025 17.30-21.30 Uhr		10	Business Communication Networks: Plattformen für den Austausch (Facebook, LinkedIn & Co.) <ul style="list-style-type: none"> • Übersicht Business Networks (Zahlen, Daten und Fakten) 	Dominic Alimi

	Online-Vertiefung 01.10.2025 – 07.10.2025		<ul style="list-style-type: none"> • 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 	
KW 41/42	Online-Seminar Dienstag, 07.10.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung 08.10.2025 – 14.10.2025	10	<p>Media Sharing Networks: Plattformen zum Teilen von Bild/Video/Audio (Instagram, YouTube, TikTok & 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 	Dominic Alimi
KW 42/43	Online-Seminar Dienstag, 14.10.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung 15.10.2025 – 21.10.2025	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 	Sarah Fonk
KW 43/44	Online-Seminar Dienstag, 21.10.2025 17.30-21.30 Uhr	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 • Plattforminterne Auswertungsmöglichkeiten • kostenfreie vs. kostenpflichtige plattformübergreifende Social-Media-Analyse-Tools • Anforderungen an ein Monitoring Tool definieren 	Philipp Müller

	Online-Vertiefung 22.10.2025 – 28.10.2025		<ul style="list-style-type: none"> • 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 44/45	Online-Seminar Dienstag, 28.10.2025 18.00-20.00 Uhr 29.10.2025 – 04.11.2025 Abgabe der Abschlussleistungen: Dienstag, 04.11.2025 (bis 12.00 Uhr)	8	<p>Online-Seminar zum Thema Social Media Recht, Medienrecht Online-Seminar mit einer Rechtsanwältin/einem Rechtsanwalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation sowie Klärung offener Fragen zum Thema Social Media Recht, Medienrecht mit Rechtsanwältin Esther Roos <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 		
10.11. 2025	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 	Milena Droste
			80	Lehrgangsende*	

KW 37-44	12.09.2025 – 28.10.2025	eTutor für die virtuelle Lernplattform: Patrick Saslona
----------	----------------------------	---

*43 UE synchrone Unterrichtseinheiten (UE) / 37 asynchrone Unterrichtseinheiten (UE)

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