

Social Media Manager (IHK)

September – November

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
03.09. 2025	Mi	18.00 – 21.15	4	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen • 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 36/37	04.09.2025 – 10.09.2025			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
10.09. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	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	Dozent*in
KW 37/38	11.09.2025 – 17.09.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 1	
17.09. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	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	Dozent*in

KW 38/39	18.09.2025 – 24.09.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 2	
24.09. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Business Communication Networks: Plattformen für den Austausch (Facebook, LinkedIn, XING & 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	Dozent*in
KW 39/40	25.09.2025 – 01.10.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 3	
01.10. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	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	Dozent*in
KW 40/41	02.10.2025 – 08.10.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 4	
08.10. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	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	Dozent*in

KW 41/42	09.10.2025 – 15.10.2025	6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 5	
KW 42-44	15.10.2025 – 28.10.2025		Herbstferien	
29.10. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Social-Media-Controlling und -Monitoring • 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 • Controlling- und -Monitoring-Prozesse, Social-Media-Reports • Auswertung und Interpretation von Kennzahlen • Social Listening • Customer Feedback - Zielgruppenanalyse • Rechtliche Rahmenbedingungen Dozent*in
KW 44/45	30.10.2025 – 05.11.2025	6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Social-Media-Strategie – Teil 6	
KW 45/46	06.11.2025 – 12.11.2025 Abgabe der Abschlussleistungen: Mittwoch, 12.11.2025 bis 12.00 Uhr	6	Facharbeit* und Abschluss • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen	
12.11. 2025	Mi	18.00 – 21.15 Uhr	4	Social Media Recht, Medienrecht Präsentation sowie Klärung offener Fragen zum Thema Social Media Recht, Medienrecht Dozent*in
19.11. 2025	Mi	14.00 – 19.00 Uhr	6	Abschluss • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende

KW 36-46	03.09.2025 – 12.11.2025	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in	
----------	----------------------------	--	--

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