



Modul	Bezeichnung	Inhalte	Lernziel	Zeitungumfang
Modul 1	<i>Einführung / Grundzüge</i>	Wandel der Mediennutzung Grundlagen der Social Media Was gibt es für Kanäle? Überblick und Merkmale Vernetzung der Plattformen Nutzen für Unternehmen und Privatpersonen Rolle des Social Media Managers	<i>Vermittlung von Grundlagen</i>	8,00 U-Std.
Modul 2	<i>Strategie-Entwicklung</i>	Einbettung in die Unternehmensstrategie Kultur und Verständnis im Unternehmen Social Media Guidelines Definition der Zielgruppe Online- / Kommunikationsstrategie Social Media als Werbe-/Marketinginstrument Definition der Strategie Welche Kanäle möchte ich nutzen ? Entwicklung eines Prozess-Plans Übungen durch Praxisbeispiele	<i>Entwicklung einer Unternehmensstrategie unter Berücksichtigung der Zielgruppe, der Unternehmenskultur in Bezug auf die relevanten Social Media Kanäle</i>	8,00 U-Std.
Modul 3	<i>Umsetzung durch Einrichtung des Medienkanals</i>	Einrichtung Anmeldung, Administration Recht & Verhalten, Impressum Medienrecht, Datenschutz, Urheberrechte, Presserecht, Verhaltenskodex, Haftungsfragen Definition eines Verhaltenskodex Recht: Bildrechte, Datenschutz, Nutzungsbedingungen und Folgen der Nichtbeachtung Grundlage je relevanter Plattformen mit Tools Wie erstelle ich einen Redaktionsplan? Contents / Inhalte erstellen		



Modul	Bezeichnung	Inhalte	Lernziel	Zeitungsumfang
		(Bild-Sprache: Wie schreibe ich einen Post?, Wie spreche ich meine Community an? Welche Bildsprache wähle ich? Wie ertelle ich Bewegtbilder? ... Methoden und Gestaltung von Inhalten unter Berücksichtigung von Foto-, Schreib-, Videobeiträgen Schnittstellen-Kombination der relevanten Medien Technik: Einrichtung von Kanälen, wie baue ich ein Netzwerk auf, wie bekomme ich Follower, wie bewerbe ich (kostenpflichtige) Beiträge Übungen durch Praxisbeispiele	<i>Erstellung von Inhalten / Contents</i>	8,00 U-Std.
Modul 4	<i>Umsetzung durch laufende Pflege & Bearbeitung der Medienkanäle</i>	Nutzung / Anwenden von Tools Umgang mit Word Press Suchmaschinen-Optimierung Laufende Online Redaktion lfd. Kommunikation Erfolgsfaktoren Umgang mit Kritik & Krisenmanagement Übungen durch Praxisbeispiele Regelmäßige Aktivitäten als SM-Manager	<i>Grundlagenvermittlung für das Alltagsgeschäft eines SM-Managers</i>	8,00 U-Std.
Modul 5	<i>Monitoring & Controlling</i>	Sichten und Überprüfen der Maßnahmen mit Plananpassungen Möglichkeiten der Auswertungen Monitoring-Tools HootSuite Management Bewertung der Maßnahmen (Kampagnen) Definition der Konsequenzen Definition der Anpassungsmaßnahmen		



Modul	Bezeichnung	Inhalte	Lernziel	Zeitumfang
	<i>Kommunikation</i>	Pressearbeit 2.0		
		Krisenkommunikation, Umgang mit Shitstorms und Trollen, Kampagnen	<i>Informationsgewinnung über durchgeführte Maßnahmen und deren Bewertung mit der Formulierung von Anpassungsmaßnahmen</i>	8,00 U-Std.
Modul 6	<i>Abschluss</i>	Präsentation eines Projektes mit Kolloquium Verabschiedung		8,00 U-Std.
<u>Gesamtsumme</u>				<u>48,00 U-Std.</u>