

## Das Curriculum des DAPR-Social-Media-Managers

Das Curriculum des DAPR-Social-Media-Managers besteht aus vier Modulen; einer Einführung als Webinar und einem dreitägigen Strategieblock, der als Präsenzseminar stattfindet.

Einführung:

### Die Grundlagen

(als Webinar)

Per Webinar erhalten Sie Einblick in die Grundlagen und in aktuelle Entwicklungen. Dazu erfahren Sie aktuelle Zahlen und Fakten rund um die Online- bzw. die Social-Media-Nutzung. Zudem werden Ihnen relevante Studien vorgestellt.

Im zweiten Teil des Webinars wird kompakt auf drei Kerninstrumente des Social Web - Blogs, Twitter, Facebook - eingegangen.

Strategieblock Tag 1:

### Die Plattformen

An ersten Tag stehen nochmals die Social-Media-Plattformen und der Umgang mit ihnen im Fokus. Im Unterschied zum Webinar werden auch einzelne Tools sowie Monitoring- und Analyse-Thematiken mitdiskutiert. Neben den erwähnten Twitter und Facebook stehen das Netzwerk Google+, die Business-Plattformen XING und LinkedIn sowie Pinterest und Instagram als Plattformen zur visuellen Kommunikation in kompakter Form im Fokus. Ziel ist es, dass im Anschluss die Teilnehmer die unterschiedlichen Plattformen ziel- und zielgruppengenau einsetzen können.

Strategieblock Tag 2:

### Die Strategie

Am zweiten Tag geht es um die Entwicklung einer Social Media Strategie: Welche Elemente muss sie beinhalten, damit eine Organisation von ihren Social-Media-Aktivitäten tatsächlich profitiert? Dazu wird auch die Vernetzung von Kanälen innerhalb eines Social-Media-Newsrooms sowie die Integration in die Unternehmenskommunikation thematisiert. Anhand einer fiktiven Übung erstellen die Teilnehmer in Kleingruppen selbst eine Social-Media-Strategie, die sie zum Abschluss des Tages der gesamten Gruppe vorstellen.

Strategieblock Tag 3:

### Community Management

Worin bestehen die Aufgaben eines Social-Media-Managers? Worin unterscheiden sich diese von denen eines Community-Managers? Fragen zum Community-Management, zur Relevanz von Social Media Guidelines und zur Krisenkommunikation im Social Web sind die Inhalte des letzten Seminartages. Diese werden anhand zahlreicher Beispiele und kurzer Aufgaben verständlich vermittelt. Der zweite Schwerpunkt dieses Tages liegt auf den Arbeitsfeldern Kalkulation sowie Social-Media-Monitoring. Dazu werden sowohl Methoden und Vorgehensweisen als auch kostenfreie wie kostenpflichtige Tools zur Berechnung von KPIs vorgestellt.