



SOCIAL MEDIA MANAGER*IN (DAPR): CURRICULUM

MODUL 1: DIE GRUNDLAGEN

Tag 1 & 2: Social Media-Plattformen

- Grundlagen: Daten, Fakten, Studien zur Internet- und Social Media-Nutzung
- Trends: Relevante Entwicklungen in der digitalen Welt
- Corporate Blogs: Definition, Plattformen, Sprache, Content-Zentrale
- Twitter: Aktive Medien- und Multiplikatoren-Ansprache, Tools, Monitoring
- Facebook: Algorithmen, Sprache, Fan-Bindung, Monitoring, Werbung, Community Management, Krisenkommunikation
- Business Networks: Xing vs. LinkedIn
- Visuelle Kommunikation: Instagram vs. Pinterest vs. Snapchat

MODUL 2: DIE STRATEGIE

Tag 1: Social Media-Strategie – Die Grundlagen

- Kenntnisse der Strategie-Modelle
- Entwicklung einer Social Media Strategie: Von der Analyse bis zur Evaluation
- Social Media Budgetierung

Tag 2: Social Media-Strategie – Die Praxis

- Praxisübungen in Kleingruppen
- Ergebnispräsentation und -diskussion
- Social Media Monitoring