

# **Social Media-Manager/ Social Media-Managerin (IHK)**



## **Social Media-Manager/Social Media-Managerin (IHK) - Einsatz von Kommunikationsmitteln im Unternehmen**

„Unternehmen müssen sich damit auseinander setzen, denn etliche Akteure sind dort schon unterwegs. Viele Firmen sind jedoch noch nicht aktiv in Social Media, sei es weil sie Angst haben, die Kontrolle zu verlieren, aus Unwissen über die Potenziale oder weil sie noch unsicher sind, ob und wie sie dort aktiv werden können und welche Vorgehensweise sich am besten eignet. (Dabei) werden unter sozialen Medien Online-Plattformen und -Applikationen verstanden, die den Austausch von nutzergenerierten Inhalten ermöglichen. Diese Inhalte können zum Beispiel Fotos, Videos, Texte oder Kommentare sein. Blogs, Mikroblogs, Wikis, Soziale Netzwerke, Plattformen zum Mediasharing und Social Bookmarking sowie Foren sind verschiedene Formen sozialer Medien.“

(Auszug aus dem „Leitfaden Social Media“ des BITKOM, kostenfreier Download)

Laut BITKOM gehören 7 Social Media Seiten zu den 20 meistbesuchten Seiten deutscher Nutzer, weitere Quellen geben an, dass Facebook zu den 5 meistbesuchten Seiten der Welt gehört. Wenn man Nutzer = Einwohner setzt, hat Facebook mit 2 Milliarden aktiven Nutzern heute weltweit die meisten „Einwohner“. Instagram verzeichnet steigende Nutzerzahlen (700 Mio im Oktober 2017, davon 15 Mio in Deutschland; Quelle: heise online) und in Deutschland erreichen Prominente Follower-Zahlen im zweistelligen Millionenbereich.

Das klingt sehr verlockend nach einem viel versprechenden Vertriebsweg für das eigene Unternehmen. Doch auch hier heißt es: kein Erfolg ohne Strategie! Bisher haben nur wenige Unternehmen professionelles Know-How aufgebaut, um die Möglichkeiten der Social Media intern und extern zu nutzen. Unprofessionelle Gehversuche schrecken potenzielle Kundinnen und Kunden jedoch eher ab.

Social Media-Manager/innen sind daher nicht nur für die technische Umsetzung, sondern auch für die strategische Einbettung in das unternehmerische Marketingkonzept verantwortlich. Es gilt, Zielgruppen und Einsatzmöglichkeiten zu definieren, Aufwände zu kalkulieren und die kontinuierliche Betreuung der Medien zu gewährleisten. Social Media-Manager/Social Media-Managerinnen (IHK) wissen, welche Chancen und Risiken der Einsatz von Social Media bringt und was bei der Einführung und dem Einsatz bei B2C und B2B beachtet werden muss.

### **Zielsetzung:**

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen den Nutzen und die Risiken von Social Media. Sie beherrschen die Techniken und kennen die rechtlichen Rahmenbedingung zur Nutzung dieser Techniken. Sie können Social Media-Marketing in die unternehmenseigene Marketing-Strategie einbetten und die Social Media-Strategie selbstständig betreuen und umsetzen. Das Seminar vermittelt Kenntnisse und praktische Fähigkeiten bei der Umsetzung von unternehmensbezogenen oder persönlichen Social-Media-Projekten. Nach Abschluss sind Sie in der Lage, die Chancen und Risiken eines Social-Media-Einsatzes in einer Organisation einzuschätzen, Strukturen im Unternehmen aufzubauen und Kampagnen zu organisieren.

### **Zielgruppe:**

- Akademiker/innen aller Fachrichtungen
- Fach- und Führungskräfte z.B. in den Bereichen Projektmanagement, Marketing/Vertrieb, PR, interne Kommunikation, Recht, IT, Personal u.a.
- Projekt- und Qualitätsmanager/-innen mit Aufgaben in der Kundenkommunikation, Datenschutzbeauftragte

### **Voraussetzungen:**

Erweiterte Internet-Anwenderkenntnisse und ein routinierter Umgang mit Kommunikationsmedien werden vorausgesetzt. Da in dem Lehrgang eine Lernplattform genutzt wird, sind ein Internetzugang sowie das Vorhandensein oder die Einrichtung einer Mailadresse, die regelmäßig und tagesaktuell abgerufen wird, zwingend erforderlich.

### **Inhalte des Lehrgangs:**

- Der Routenplaner für den Web 2.0 Datenhighway
- Einführung und Begriffsabgrenzungen
- Chancen und Ziele von Social Media
- Risiken von Social Media
- Benimmregeln im Web
- Divergenz - digitale Kommunikation und Face to Face Kommunikation
- Social Media Marketing: Was ist virales Marketing und Word of Mouth
- Social Media in der Personalarbeit
- Nutzen der Social Media Kanäle für das eigene Unternehmen
- Social Media-Plattformen, Anwendung (Tools) und Nutzen
- Keine Angst vor der Technik:
  - Installation eines Wikis
  - Installation eines Blogs
  - Facebook-Seiten und Twitter
- Einbettung von Social Media in die Unternehmensstrategie
- Handlungs- und Rechtssicherheit
- Monitoring und Controlling/Messbarkeit von Social Media: Welche Monitoring- und Controlling Instrumente gibt es?
- Planung einer Social Media-Strategie/Präsenzaufbau im Social Web: Wie wird eine Social Media-Strategie geplant? Wie werden Kompetenzen entwickelt und Milestones gesetzt?
- Projektarbeit und Präsentation

### **Abschluss:**

Für den Erhalt des Zertifikates „Social Media-Manager/Social Media-Managerin (IHK)“ müssen die Lehrgangsteilnehmer/-innen folgende Anforderungen erfüllen:

#### **1. Anwesenheit**

Voraussetzung zum Erhalt des Zertifikates ist die Anwesenheit zu mindestens 80% der Unterrichtszeit.

#### **2. Lehrgangsinterner Test**

Der Lehrgang schließt mit einem schriftlichen Test/einer Projektarbeit ab. Alle Testbestandteile müssen mindestens mit der Note „ausreichend“ bestanden werden

Bitte beachten Sie, dass es sich bei dem Abschluss „Social Media-Manager/Social Media-Managerin (IHK)“ nicht um einen Beruf nach dem Berufsbildungsgesetz handelt.

### **Teilnehmeranzahl:**

max. 16 Teilnehmer/-innen

### **Dozentinnen und Dozenten:**

Referententeam MarcanT  
Thorsten Ising, Projektleiter online-Marketing  
Julia Mamerow, Rechtsanwältin

**Förderung:**

Es besteht unter bestimmten Voraussetzungen die Möglichkeit, eine Förderung durch das Programm „Bildungsscheck NRW“ (Informationen unter [www.bildungsscheck.nrw.de](http://www.bildungsscheck.nrw.de)) zu erhalten. Bitte beachten Sie, dass die Beantragung einer Förderung unbedingt VOR der Kursbeginn erfolgen muss.

**Anmeldung und Auskünfte:**

Stefanie Pohl  
IHK-Akademie Ostwestfalen GmbH  
Stedener Feld 14  
33104 Paderborn  
Telefon: 05251 1559-30  
Telefax: 05251 1559-530  
E-Mail: [stefanie.pohl@ihk-akademie.de](mailto:stefanie.pohl@ihk-akademie.de)

Dr. Anja Padberg  
MarcanT AG  
Herforder Straße 163 a  
33609 Bielefeld  
Telefon: 0521 95945-0  
Telefax: 0521 95945-18  
Email: [info@marcant.net](mailto:info@marcant.net)

**Datum:**

Mo., 11.02.2019 - Fr., 22.02.2019  
Unterricht montags bis freitags jeweils 09:00 - 17:00 Uhr,  
Abschlusspräsentationen Freitag, 22.02.2019, 09:00 - 13:00 Uhr  
80 Ustd. à 45 Min.

**Veranstaltungsort:**

IHK-Akademie Ostwestfalen  
Elsa-Brändström-Str. 1 - 3  
33602 Bielefeld

**Teilnahmeentgelt:**

1.850,00 € (nach § 4 Nr. 22 a bzw. § 4 Nr. 21 a UStG umsatzsteuerfrei)  
inkl. Unterlagen

IHK-Akademie Ostwestfalen GmbH  
z. H. Stefanie Pohl  
Postfach 10 03 63  
33503 Bielefeld

Per Fax: +49 5251 1559-530

Ich melde mich zur Teilnahme an dem nachfolgenden näher bezeichneten Lehrgang verbindlich an:

**11528 Social Media-Manager (IHK) - Einsatz von Kommunikationsmitteln im Unternehmen**  
vom 11.02.2019 - 22.02.2019 in Bielefeld

**Lehrgangsbewerber(in):**

Name: \_\_\_\_\_ Geburtsdatum: \_\_\_\_\_  
Vorname: \_\_\_\_\_ Geburtsort: \_\_\_\_\_  
Straße: \_\_\_\_\_ Abgeschlossene Berufsausbildung/Studium als  
Wohnort: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Berufstätigkeit \_\_\_\_\_ Jahre  
E-Mail: \_\_\_\_\_ Mobilnr.: \_\_\_\_\_

-----  
**Arbeitgeber**

Name/Firma \_\_\_\_\_  
Straße: \_\_\_\_\_  
Ort: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_

-----  
**Rechnungsstellung:**  Arbeitgeber  Privat

**Besuch des Lehrgangs:**  im Auftrag und auf Veranlassung  
des Arbeitgebers  nicht im Auftrag  
des Arbeitgebers

Ich bestätige die Richtigkeit vorstehender Angaben. Die Allgemeinen Teilnahmebedingungen der IHK-Akademie Ostwestfalen GmbH sowie die jeweiligen Zulassungsvoraussetzungen bei Lehrgängen sind mir/uns bekannt und werden von mir/uns als verbindlich anerkannt.

\_\_\_\_\_  
Ort/Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift des Teilnehmers/der Teilnehmerin  
Bei Rechnungsstellung an Arbeitgeber FA-Stempel + FA-  
Unterschrift erforderlich