

Der folgende Plan stellt eine grobe Planung dar. Je nach Interessen und Kenntnissen der Teilnehmer/innen können Schwerpunkte anders gesetzt bzw. die zeitliche Abfolge der behandelten Themen geändert werden.

## Bildungsurlaub (21 Unterrichtseinheiten à 45 Minuten)

### **Social Media für Non-Profit-Organisationen und soziale Einrichtungen**

**Zielgruppen:** Verantwortliche für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Führungskräfte in gemeinnützigen Organisationen und / oder sozialen Einrichtungen

**Voraussetzungen:** (1) Die Teilnehmer/innen müssen *ein eigenes Notebook, Tablet oder Smartphone mitbringen*.

(2) Um die Social Media Plattformen aktiv im Seminar nutzen zu können, *sollten Teilnehmende bereit sein, sich bei einigen Plattformen zu registrieren*.

	<b>1. Tag</b>	<b>2. Tag</b>	<b>3. Tag</b>
<b>10:00</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begrüßung, Kennenlernen, Vorkenntnisse, Erwartungen</li> <li>- Einführung in die Grundlagen von Social Media und sozialen Netzwerken: Welche Zielgruppen agieren in welchen Netzwerken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausarbeiten (in den Grundzügen) einer eigenen Facebook-Strategie: Was posten? Wie agieren? Welche Probleme und Chancen werden für die eigene Organisation gesehen? (Gruppen- und Einzelarbeit)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung einer eigenen Social Media Strategie (in den Grundzügen): Netzwerke, Tools, Arbeitsorganisation (Gruppen- und Einzelarbeit)</li> <li>- Auswertung und Präsentation der Strategien, Probleme und Lösungsansätze</li> </ul>
<b>11:30</b>	<i>Kaffeepause</i>	<i>Kaffeepause</i>	<i>Kaffeepause</i>
<b>11:45</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele von Social Media Aktivitäten: Definition und Benennung möglicher konkreter Ziele</li> <li>- Grundlagen der Kommunikation in Social Media: Posten, Liken, Kommentieren, Teilen</li> <li>- Facebook: Seiten (Fan-Pages) einrichten und administrieren (Abgrenzung zu privaten Profilen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Präsentation und Auswertung der Arbeiten zur Facebook-Strategie</li> <li>- Vertiefung Kommunikation in sozialen Netzwerken (speziell Facebook): Welche Inhalte verbreiten? Wie zielgruppen- und zielgerecht schreiben? Kommunikation mit Fotos / Videos und Bedeutung der Algorithmen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationsfallen: Umgang mit Kritik im Netz</li> <li>- Rechtliche Fragen zur Social Media Nutzung</li> </ul>
<b>13:15</b>	<i>Mittagspause</i>	<i>Mittagspause</i>	<i>Mittagspause</i>
<b>14:00</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bearbeitung (Gruppenarbeit) von Fallbeispielen zu Facebook-Seiten: Wie wird kommuniziert? Worauf wird reagiert? Zielgruppenansprache? Vernetzung?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Twitter (Micro-Blogging), Instagram (und Pinterest): Nutzen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Lobbyarbeit</li> <li>- Grundlagen WhatsApp als Tool zur Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Grundlagen Sharing-Plattformen wie Slideshare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedeutung der visuellen Kommunikation in sozialen Netzwerken: Möglichkeiten der Kommunikation mit Fotos und Videos</li> <li>- Ideen zur Entwicklung einer eigenen Bildersprache (Gruppenarbeit)</li> </ul>
<b>15:30</b>	<i>Kaffeepause</i>	<i>Kaffeepause</i>	<i>Kaffeepause</i>
<b>15:45 bis 16:30</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswertung der Gruppenarbeit: Aspekte für die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie auf Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bestandteile einer Social Media Strategie: <ul style="list-style-type: none"> <li>-- Inhalte</li> <li>-- Netzwerke und Tools</li> <li>-- Arbeitsaufwand und Redaktionspläne</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offene Fragen</li> <li>- Auswertung und Abschluss des Seminars</li> </ul>

