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*.

	1. Tag	**2. Tag**	**3. Tag**
10:00	- Begrüßung, Kennenlernen, Vorkenntnisse, Erwartungen - Einführung in die Grundlagen von Social Media und sozialen Netzwerken: Welche Zielgruppen agieren in welchen Netzwerken - Was ist eine Social Media Strategie?	- Klärung offener Frage aus Tag 1 - Reichweite auf Social Media: Begriffsklärung, Funktionsweise von Algorithmen auf Instagram, Facebook, LinkedIn (Änderungen möglich)	- Rückblick auf Tag 2, offene Fragen - Besonderheiten der Kommunikation in einzelnen sozialen Netzwerken (z.B. Instagram …) - Bedeutung der visuellen Kommunikation (Fotos und Videos), eigene Bildersprache entwickeln (Einzel- oder Gruppenarbeit)
11:30	*Kaffeepause*	*Kaffeepause*	*Kaffeepause*
11:45	- Ziele von Social Media Aktivitäten: Definition und Benennung möglicher konkreter Ziele - Einzelarbeit oder Gruppenarbeit zu konkreten Zielen - Grundlagen der Kommunikation in Social Media: Posten, Liken, Kommentieren, Teilen	- Gruppen- oder Einzelarbeit zu Reichweite und Kommunikation: Wie Reichweite in verschiedenen NPOs erhöhen?	- Auswertung der vorherigen Arbeiten - Unterstützung der Social Media Arbeit durch KI: Texte und Visuals (auch rechtliche und ethische Fragen der KI Nutzung in diesem speziellen Zusammenhang) - Übungen zur Nutzung von text- und bildgenerierenden KIs
13:15	*Mittagspause*	*Mittagspause*	*Mittagspause*
14:00	- Zielgruppen und Personas (Definition, Nutzen) - Erarbeiten von Personas für die eigenen Organisation	- Auswertung der vorherigen Arbeitsergebnisse - Benchmarking als Teil der Social Media Strategie	- Auswertung der Übungen - Kommunikationsfallen: Umgang mit Kritik im Netz
15:30	*Kaffeepause*	*Kaffeepause*	*Kaffeepause*
15:45 bis 16:30	- Auswertung der Arbeit zu Personas: Aspekte für die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie	- Grundlagen Kommunikation in sozialen Netzwerken: Interaktion, Teilen …	- Offene Fragen - Auswertung und Abschluss des Seminars

Dörte Stahl