



Social Media Manager

Neue Kommunikationswege, neue Chancen

Social Media Manager

Soziale Medien boomen.

Die neuen Kommunikationskanäle funktionieren in beide Richtungen und sind ein mächtiges Instrument – wenn man sie professionell nutzt.

Bislang war Unternehmenskommunikation vor allem eine Einbahnstraße: Klassische Medien funktionieren nur in eine Richtung. Mit dem Aufstieg von sozialen Medien hat sich das geändert. Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing, X, Google+, Instagram oder flickr werden längst nicht mehr nur von Privaten intensiv genutzt. Social Media lassen sich perfekt in der Unternehmenskommunikation einsetzen. Die neuen Kommunikationskanäle unterscheiden sich aber nicht nur technisch, sondern arbeiten nach eigenen Regeln und erfordern einen völlig neuen Zugang – der gelernt werden will.

„Viel wird über Social Media geredet. In diesem Lehrgang geht es um die fundierte Umsetzung.“

Mag. Susanne Stöger,
Lehrgangsleiterin



Das WIFI Tirol

Die Idee dahinter

Wirtschaftlicher und technologischer Fortschritt ist Lebenszeichen einer dynamischen Gesellschaft – und verlangt nach initiativen Menschen mit einem hohen Maß an geistiger Flexibilität und Handlungswissen. Permanente und aktive Lernbereitschaft sind in einer Zeit des ständigen Wandels persönliche und unternehmerische Erfolgsfaktoren.

Das WIFI der Wirtschaftskammer Tirol versteht sich in diesem Sinne als Impulsgeber für Menschen mit klarem Blick in die Zukunft. Als größte österreichische Fortbildungsstätte für Erwachsene hat das WIFI den Wunsch und das Ziel, engagierten Menschen möglichst vielfältige Entfaltungsräume anzubieten. Denn: Wissen schafft Handlungsalternativen – sowohl in privater als auch in wirtschaftlicher Hinsicht.

Unsere Aufgabe

Das WIFI Tirol ist eine Serviceeinrichtung der Wirtschaftskammer. Wir haben den Auftrag, die in der Wirtschaft Tätigen zu unterstützen, damit sie den Aufgaben von heute und den Herausforderungen von morgen besser begegnen können. Unsere Ziele sind eine Verbesserung der fachlichen und unternehmerischen Qualifikationen

sowie Hilfestellung bei unternehmensspezifischen Fragen. Dabei orientieren wir uns an den aktuellen Erfordernissen der Wirtschaft und den Bedürfnissen unserer Kammermitglieder.

Wir verstehen unter Wirtschaftsförderung die...

- Entwicklung von Menschen und Unternehmen durch Qualifizierung
- Unterstützung aller Faktoren eines marktwirtschaftlichen Klimas
- Stärkung der Leistungskraft und Wettbewerbsfähigkeit Tiroler Unternehmen
- Mitgestaltung und Beeinflussung von Märkten
- Hilfe zur Bewältigung des Strukturwandels



Weitere Informationen und Fakten unter www.tirol.wifi.at/ueber-uns oder einfach QR-Code scannen!

Strategie statt Experimente

Unternehmen brauchen kompetente Fachkräfte, die sie bei der Betreuung verschiedenster Kommunikationskanäle unterstützen. Social Media Manager:innen bringen Strategie und Planung in den Online-Auftritt. Sie optimieren die Chancen von Social Media, anstatt diese mit unüberlegten Schnellschüssen zu verbauen. Dabei sein ist nicht alles – das gilt besonders für soziale Medien. Wer weiß, was er tut und warum, spart Zeit und Geld sowie irreparable Imageschäden. Social Media Manager:innen kennen alle technischen, rechtlichen und finanziellen Aspekte. In der Praxis übernehmen die Social Media Managerinnen und -Manager oft auch die direkte Betreuung der Community.

Mehrwert für die User

Mit sozialen Medien können Betriebe verschiedenste Ziele verfolgen: Die Palette reicht von einer verstärkten Kundenbindung über höhere Reichweiten bis hin zur Positionierung in bestimmten Zielgruppen. Das Wichtigste ist, den Usern einen Mehrwert zu bieten und die Besonderheiten des Mediums zu beherrschen. Es

geht dabei nicht nur um die Technik, sondern um eine eigene Sprache und maßgeschneiderte Inhalte. Social Media lassen sich nicht mit eindimensionalen Werbebotschaften bespielen, sondern verlangen echte Zweiweg-Kommunikation. Der Umgang mit sozialen Medien lebt von lokalen und persönlichen Botschaften von Insidern. Es geht nicht um perfekte, sondern um authentische Kommunikation.

Zentrale Schnittstelle für alle Beteiligten

Der Lehrgang ist praxisbezogen und unmittelbar im Berufsleben anwendbar. Das WIFI-Trainerteam sorgt für die umfassende Ausbildung und macht Social Media Manager:innen zu Online-Experten und -Expertinnen und zentralen Schnittstellen für alle Beteiligten. Ob Berater oder Fachkraft in größeren Unternehmen, ob EPU mit Spezial-Know-how, ob Strategie, operativer Umsetzer oder Influencer – der Lehrgang vermittelt alle nötigen Kenntnisse für eine erfolgreiche Karriere im Online-Bereich.



Ziel

Als Social Media Manager:in sind Sie der/die zentrale unternehmensinterne oder auch externe Berater:in und Umsetzer:in für Social-Media-Strategien und -Kampagnen in Unternehmen, vom Aufbau der Community bis zur Evaluation.

Ein Konzept zur Einführung von Social Media bzw. für den Ausbau der bisherigen Aktivitäten wird im Lehrgang entwickelt und eine Social-Media-Kampagne wird ausgearbeitet. Sie üben die inhaltliche und technische Umsetzung. Durch die Praxisorientierung sind Sie für künftige Aufgaben bestens gerüstet. Sie trainieren im Lehrgang die Umsetzung von Social-Media-Kampagnen und erhalten einen idealen Mix aus Theorie und Praxis.

Nutzen

- KENNEN der Social-Media-Grundlagen und Strategien
- ANWENDUNGSKOMPETENZ bei den Social-Media-Instrumenten
- KENNEN der Aufgabenbereiche von Social Media Manager:innen
- ANALYSE der eigenen Social-Media-Aktivitäten
- ENTWICKLUNG eines eigenen Social-Media-Konzeptes zur Einführung in Unternehmen oder als Ein-Personen-Unternehmen bzw. zur Adaptierung eines bestehenden Konzeptes
- UMSETZUNG eines neuen/eigenen Social-Media-Konzeptes und Beurteilung aus Expertensicht

Zielgruppe

- Personen, die Social Media für ihre beruflichen Ziele als wichtig erachten
- Ein-Personen-Unternehmen
- Marketing- und Social-Media-Verantwortliche in Unternehmen und Agenturen
- Führungskräfte, die Social Media implementieren möchten
- Studierende und Personen, die sich mit Social Media beschäftigen und im Online-Bereich nebenerwerbstätig sind



Voraussetzungen

- Abgeschlossene Berufsausbildung und mindestens drei Jahre Berufserfahrung oder Matura bzw. gleichwertige Ausbildung (Berufsreifeprüfung, Studienberechtigungsprüfung)
- Interesse an Onlinemedien
- Marketingkenntnisse (Basiskonntnisse)
- Interesse an der technischen Umsetzung
- Fit im Umgang mit dem Computer, Programmierkenntnisse sind nicht erforderlich

Lehrgang

Der Lehrgang besteht aus folgenden Teilbereichen:

- Einführung in den Lehrgang und Bedeutung des Social Web
- Einführung in Corporate Social Media
- Praktischer Einsatz von Facebook, Instagram & Co.
- Online-Medienarbeit: Texten und Posten, Filmen und Schneiden
- YouTube und Verlinkungen sowie Einblick in die Online-Medienwelt
- Implementierung und Umsetzung von Strategieprozessen sowie Konsumentenmarketing
- Rechtliche Gesichtspunkte
- Projektbetreuung bei der Umsetzung eines Social-Media-Konzeptes, Präsentation und Diskussion

Inhalte

Einführung in die Thematik und Bedeutung des Social Web sowie Überlegungen zum praktischen Einsatz von Facebook, X, Corporate Blogging und Co. (Best-Practice-Beispiele)

- Was sind Nutzen und Ziele von Social Media?
- Wie gehe ich an Social Media bzw. Web 2.0 heran?
- Wie relevant ist Social Media im Internet-Umfeld?
- Welche Besonderheiten des Social Web müssen beachtet werden?
- Wie verändert das Social Web das Verbraucherverhalten?
- Wie kann der Dialog mit den Kunden mitgestaltet und geleitet werden?
- Wie funktioniert Markenbildung im Social Web?
- Welche Rolle hat die/der Social Media Manager:in? Was sind ihre/seine Aufgaben?
- Wie definiere ich die eigene Online-Persönlichkeit?
- Wie bringe ich User zum Mitmachen?
- Wie funktionieren soziale Netzwerke? Social Networks und Viralität am Beispiel Facebook
- Wie unterscheiden sich Foren und Communities?
- Wie erstelle ich eine Facebook-Seite?
- Wo ist meine Community?
- Kommunikation und Motivation in Communities
- Wie funktioniert Mediaplanung im Social Web?
- Welcher Aufwand muss betrieben werden, um Social Media bestens zu bedienen?

Einführung in Corporate Social Media

- Einführung und Hintergründe: Social Media Strategie: Warum sollte Social Media als ganzheitliche Customer Experience aufgefasst werden?
- Auffassung von Unternehmen als Marktteilnehmer mit sozialer Interaktion
- Vorstellung der Strategiemodelle im Social Web
- Strategieelemente für eine gute Social-Media-Strategie

Texten und Posten, Filmen und Schneiden, YouTube und Verlinkungen sowie Einblick in die Online-Medienwelt

- Redaktioneller Aufbau von Medien mit Fokus auf Online-Medien bzw. Redaktionen
- Umgang mit dem Online-Medium
- Praktische Umsetzung: Texten und Posten
- Filmen und Schneiden: Theorie und Praxis zur Umsetzung von Online-Videos sowie praktische Beispiele zum Thema YouTube und Verlinkungen zur Gewährleistung der Onlinepräsenz; Praktische Umsetzung

Implementierung und Umsetzung von Strategieprozessen – Social-Media-Strategieentwicklung, Konsumentenmarketing

- Wen möchte ich mit meiner Social-Media-Strategie erreichen? Überblick über das Zusammenspiel der Zielgruppenauswahl mit den gesetzten Zielen, entwickelten Strategien und genutzten Technologien
- Zieldefinition – Welche Ziele verfolge ich mit der Social-Media Strategie? Überblick über interne und externe Ziele, die verfolgt werden können
- Strategiedefinition – Welche Strategie wird verfolgt? Überblick über mögliche Strategien
- Technologiedefinition – Welche Technologien sollen eingesetzt werden? Überblick über mögliche Technologien aus dem Web (z. B. X, Facebook, Blogs) und dem mobilen Bereich
- Wie wird Social Media in die Markenstrategie eingebunden?

Rechtliche Gesichtspunkte

- Einführung – Social Media aus juristischer Sicht
- Der Begriff „User Generated Content“ und häufige Rechtsverletzungen
- Welche formellen und inhaltlichen Anforderungen gibt es?
- Der Einsatz von X, Facebook und Co. im Unternehmen
- Wie wähle ich den Accountnamen aus juristischer Sicht?
- Was muss bei Bildmaterial und textuellen Inhalten beachtet werden?
- Gibt es eine Impressumspflicht?
- Wie definiere ich Social Media Guidelines?

Projektbetreuung bei der Umsetzung eines Social-Media-Konzeptes und Präsentation der Ergebnisse und Diskussion

- Zielformulierung und Inhalte
- Planung
- Durchführung
- Betreuung und
- Präsentation

Methodik/Didaktik

- Interaktiver Vortrag
- Gruppenarbeit
- Adäquater Medieneinsatz
- Schriftliche Unterlagen
- Feedback, Selbstkontrolle und Selbstbetreuung
- Diskussionen und Besprechungen, Aufarbeitung von Fallbeispielen aus dem Praxiseumfeld der Teilnehmenden
- Projektarbeit

Die für die Abschlussprüfung notwendige Projektarbeit bedeutet das „Gestalten von realen Situationen“. In der Projektarbeit soll ein Vorhaben aus der persönlichen Praxis der Teilnehmenden behandelt werden. Ist dies nicht möglich, soll die Projektarbeit an Aufgaben anderer Organisationen anknüpfen.

Lehrgangsleitung

Mag. Susanne Stöger:

- Studium an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing: PR-Fachwirtin sowie Zertifizierung zum Social Media Manager
- Studium der Wirtschaftspädagogik an der Universität Innsbruck mit Schwerpunkt Tourismus- und Dienstleistungsmanagement, Strategische Unternehmensführung, Kulturmanagement

Tätigkeitsfelder:

- Lehrbeauftragte an verschiedenen Instituten, Rhetorik-Trainerin Land Tirol
- P8 Hofherr Senior Beraterin Journalistisch tätig

Prüfung und Abschluss

Jede/jeder Teilnehmende muss sein Projekt vor der Lehrgangskommission in Form einer Präsentation vorstellen. Die Kommission beurteilt das Projekt.

Voraussetzungen für das Diplom: Positiver Abschluss des Lehrganges (Projekt, Präsentation)


Förderungen

Dieses Kursangebot entspricht den Förderkriterien **Bildungsgeld update** mit dem Sie bis zu 30% der Kurskosten zurückerstattet bekommen können.

Im Falle einer Firmenanmeldung (Selbstständige oder über den Arbeitgeber), können über die **Skills Checks Förderung** bis zu 50% der Kurskosten zurückerstattet werden.

Informationen zum Thema Förderungen finden Sie auf unserer Homepage unter www.tirol.wifi.at/foerderungen.

Organisatorische Details

Beitrag: 2.298 Euro 

Kursangebote, Anmeldung und Organisation

Carlotta Pletzer MA
t: 05 90 90 5-7319
e: carlotta.pletzer@wktirol.at



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Tirol, nachzulesen im WIFI- Kursbuch oder unter www.tirol.wifi.at/agb.

Ergänzungsseminare



Text & Konzept kompakt für Profis **Sommer-Akademie Text & Konzept**

Michael Matthiass. Auf Anfrage 

In der Sommer-Akademie werden Texter:innen und Konzeptioner:innen in den drei entscheidenden Bereichen Strategie, Konzeption und Sprache auf ein neues Level gebracht. Vier intensive Tage lang bearbeiten die Teilnehmenden, gefördert und gefördert von dem erfahrenen Dozenten und ADC-Mitglied Michael Matthiass, alle Stufen des kreativen Prozesses. Von der Headline bis zum Kampagnenkonzept, von Strategie und Briefing bis zum Facebook-Post vermittelt die Sommer-Akademie das Handwerkszeug, das aus guten Kommunikationsprofis sehr gute macht.

Ziel: Kreativschaffende strategisch, kreativ und sprachlich auf das nächste Level zu heben und sie zu befähigen, bessere und erfolgreichere Kreationen zu entwickeln.



Inhalte, Voraussetzungen und Zielgruppe finden Sie unter www.tirol.wifi.at/33149x oder einfach QR-Code scannen.

Schreibwerkstatt für besseres Texten **Kreatives Schreiben für Texter**

Katharina Reitan. 16 Std, 374 Euro

Sie möchten Texte entwerfen und dabei Ihre Ideen sprudeln lassen? Dieses Seminar verhilft Ihnen zu neuen Techniken und kreativen Denkansätzen.

Raus aus der Schreibroutine, raus aus den Sprachfallen! Schreibübungen und Schreibspiele des Kreativen Schreibens bieten neue, ungewöhnliche Zugänge zur Sprache, zu dem Gebrauch von Wörtern und der täglichen Herausforderung des Schreibens. Ihre beruflichen Texte für Produktbeschreibungen, Folder oder Presseausendungen werden griffiger und zielführender.

Zielgruppe: Journalistinnen und Journalisten und PR-Schreibende
Voraussetzungen: Schreiben und Texten als Beruf



Inhalte, Voraussetzungen und Zielgruppe finden Sie unter www.tirol.wifi.at/33145x oder einfach QR-Code scannen.

Kompakt-Workshop Unternehmensmedien Corporate Publishing

Katharina Reitan. 16 Std, 374 Euro 

Corporate Publishing liegt im Trend. Alle Medien, die von einem Unternehmen publiziert werden, werden dazu gezählt. Das sind nicht mehr nur Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften, Geschäftsberichte und Newsletter, sondern auch digitale Veröffentlichungen wie Corporate Blogs, Magazin-Apps und Online-Magazine. Die crossmediale Vernetzung (Social-Media-Anwendungen) und die Positionierung innerhalb der integrierten Gesamtkommunikation spielen dabei eine bedeutende Rolle. In diesem Kompaktkurs erfahren Sie alles, was Sie wissen müssen, um eine Unternehmenspublikation herausgeben zu können.



Inhalte, Voraussetzungen und Zielgruppe finden Sie unter www.tirol.wifi.at/33146x oder einfach QR-Code scannen.

Erfolg durch Geschichten

Storytelling – die Kraft von Geschichten

Katharina Reitan. 8 Std, 249 Euro

Storytelling ist ein mächtiges Werkzeug und in aller Munde. Dieser Workshop gibt den dringend notwendigen Einblick.

Wie funktioniert das aber wirklich mit dem Geschichtenerzählen? Der Workshop gibt einen Überblick über das Thema – von der alten Kunst des Erzählens und seinen Tricks über die Ideenfindung bis zur konkreten Umsetzung für den PR-Alltag.



Inhalte, Voraussetzungen und Zielgruppe finden Sie unter www.tirol.wifi.at/33143x oder einfach QR-Code scannen.

Presstexte einfach und kreativ schreiben

Einfache gute Presstexte schreiben

Mag. Karin Bachmann. 4 Std, 141 Euro

Erfolgreiche Pressearbeit steht und fällt mit einem guten Presstext. Er begleitet PR, Pressekonferenzen, Websites, Newsletter und Mailings. Oder er steht als eigene Pressemitteilung für sich.

Doch wie sieht ein guter Presstext aus? Wie verwenden Sie dabei Chat GPT und andere Text-KIs sinnvoll? Und vor allem: Wie schreiben Sie einen guten Presstext mühelos? In diesem Workshop geht es genau darum. Sie lernen, wie Sie Ihr Anliegen strukturiert, zeitsparend und zugleich kreativ aufs Papier bringen.



Inhalte, Voraussetzungen und Zielgruppe finden Sie unter www.tirol.wifi.at/33141x oder einfach QR-Code scannen.

Perfekte Text-Eingaben (KI Tools) für präzise Ergebnisse Prompt Writing – Kompaktkurs für Einsteiger

Mag. Günther Frosch. 8 Std, 398 Euro

Prompting ist eine neue Kulturtechnik und eine der wichtigsten Job-Skills der Zukunft.

Lernen Sie in diesem Kurs: • Was ein Prompt ist • Wieso richtiges Prompten so wichtig ist • Prompt Ideen zu finden • Einsatzmöglichkeiten für Ihren beruflichen Alltag zu finden • Wie Sie richtig prompten • Offene/geschlossene Fragen • Struktur • Kontext • Thema • Do's and Don't • Den KI-Content zu analysieren • Den KI Content zu redigieren und zu kürzen • Und wieso Check - Gegencheck so wichtig sind (Wahrheitsgehalt, Quelle, Aktualität) Der Kurs beinhaltet viele praktische Übungen und daher ist es wichtig, dass Sie Ihren eigenen Laptop mitbringen und ChatGPT bereits vorinstalliert haben.



Inhalte, Voraussetzungen und Zielgruppe finden Sie unter www.tirol.wifi.at/33162x oder einfach QR-Code scannen.





Für Sie da:

WIFI der Wirtschaftskammer Tirol

Egger-Lienz-Straße 116, 6020 Innsbruck

Kursangebote, Anmeldung und Organisation

Carlotta Pletzer MA

t: 05 90 90 5-7319

e: carlotta.pletzer@wktirol.at

Das WIFI erfüllt seit 1995 die jeweils höchsten Qualitätskriterien im Bildungsbereich.

Stand: Juni 2026



Direkt zu den Kursen oder unter
tirol.wifi.at/social