

# STUDIENBESCHREIBUNG

## Social Media und Content im Sport (IST)



**Hinweis:**

Um die Lesbarkeit dieser Studienbeschreibung zu erhalten, wurde auf das Nebeneinander verschiedener Personen- und Berufsbezeichnungen verzichtet. Dafür bitten wir alle Leser (m/w/d) um Verständnis.



**Christoph Iglhauser:** *„Ein Handwerker, der in seinem Werkzeugkasten nur einen Hammer hat, kann keine gute Arbeit verrichten, ist schnell mit Problemen konfrontiert und kann damit nur eine bestimmte Nische bedienen. Mit der neuen Ausrichtung des Kurses wird dieser digitale Werkzeugkoffer mit vielen neuen Arbeitsmitteln und Denkweisen gefüllt, die zum einen für ein wichtiges digitales Fundament sorgen, zum anderen aber auch auf die umfassenden und stetig steigenden Anforderungen in der Praxis vorbereiten. Diese unterschiedlichen Facetten, gekoppelt mit zukünftigen medialen Trends, runden diese äußerst spannende Ausbildung ab.“*



**Mario Leo:** *„Die Digitalen Medien sind ein strategischer Baustein im Sport, heute und zukünftig! Nicht nur in der Kommunikation, sondern auch im Bereich Marketing, Vertrieb, Strategie, Merchandising, Ticketing sowie im CSR und der Nachhaltigkeit – den zentralen Zukunftsthemen! Deshalb haben wir in der Erstellung des Kurses bisherige Entwicklungen, aktuelle Bedürfnisse und zukünftige Trends integriert. Inhalte – also dem Content – kommt eine wichtige Bedeutung zu, denn die Zielgruppe braucht Nachvollziehbarkeit und eine direkte Ansprache, die ihren Erwartungen und Wünschen entspricht! Aus der Praxis, für die Bildung und die Praxis!“*

## Der Markt

Welche Botschaft soll über welche Kanäle welche Wirkung erzeugen?

Durch das Internet hat sich die gesamte kommerzielle Kommunikation, die gesamte Werbung schlagartig verändert. Heutzutage reicht es nicht mehr aus, mit plumpen Werbebotschaften Kunden zu gewinnen oder gar zu binden. Auch aus dem Sportbusiness sind die Social-Media-Kanäle nicht mehr wegzudenken. Die zunehmende Digitalisierung führt dazu, dass Unternehmen, Vereine und Verbände noch mehr auf die digitalen Kanäle bei Marketingaktivitäten setzen müssen. Instagram, Twitter, YouTube, Facebook – heutzutage bieten die Social-Media-Kanäle eine sehr gute Möglichkeit, Fans und Mitglieder anzusprechen, zu informieren und mit Content zu bespielen. Ob informative Webtexte, Action-Fotos oder kurze, emotionsgeladene Videoclips, die Möglichkeiten im Sport sind vielfältig. Gelungenen, erfolgreichen und nachhaltigen Content zu produzieren, stellt jedoch gerade in der heutigen Zeit der sich wandelnden, stetig wachsenden und immer digitaler werdenden Kommunikationskanäle viele Unternehmen, Sportvereine und Verbände vor große Herausforderungen.

## Aufgaben und Tätigkeitsfelder

Mit dem IST-Abschluss Social Media und Content im Sport qualifizieren Sie sich für eine Tätigkeit in dem breiten Marketing- und Kommunikationssektor des Sports, vor allem im Bereich der Social-Media-Kanäle und der Contenterstellung und -nutzung!

Welche Aufgaben übernimmt ein Social Media und Content Manager denn nun genau?

- ▶ Social-Media-Strategie und -Guidelines entwickeln
- ▶ Redaktionspläne erstellen und Kommunikationsstrategien entwickeln
- ▶ Beiträge (Posts und Tweets) verfassen und veröffentlichen
- ▶ Fortlaufende Storys, beispielsweise bei Instagram, verfassen
- ▶ Mit Nutzern und Kunden schnell und strategisch kommunizieren
- ▶ Themen finden, einordnen und usergerecht verpacken
- ▶ Aktuelle Trends erkennen
- ▶ Analysen durchführen und regelmäßige Reportings erstellen
- ▶ Suchmaschinenoptimierung
- ▶ Neue Plattformen testen und Potenziale analysieren
- ▶ Shitstorms erkennen und steuern (Krisenkommunikation und -management)
- ▶ Contentplanung, -produktion und -nachbereitung

## Zielgruppen:

Der Kurs richtet sich an:

- ▶ Mitarbeiter von sponsernden Unternehmen, Agenturen, Marktforschungsunternehmen, Verbänden, Sportartikelherstellern, Profi- und Breitensportvereinen
- ▶ Sportjournalisten
- ▶ Sportler
- ▶ Influencer
- ▶ Blogger
- ▶ Sportfachhändler
- ▶ Sportwissenschaftler
- ▶ Quereinsteiger
- ▶ IST-Absolventen

## Studienübersicht

Das IST-Studieninstitut bietet die 6-monatige Weiterbildung Social Media und Content im Sport in Form eines Fernstudiums mit drei Studienheften, drei Präsenzphasen und drei Online-Vorlesungen/Podcasts an. Diese Unterrichtsform bringt Ihnen viele Vorteile: Das Fernstudium bietet Ihnen die Möglichkeit, die Weiterbildung problemlos berufsbegleitend oder neben dem Leistungssport durchzuführen und die meiste Zeit orts- und zeitunabhängig zu lernen. Der Versand der Studienhefte erfolgt modular, d. h., Sie erhalten die Studienhefte „paketweise“ und können sich so Ihre Lernzeit noch freier einteilen. Des Weiteren stellen wir Ihnen die Studienmaterialien zusätzlich zu den gebundenen Studienheften in Ihrem Online-Campus als PDF-Dokumente zur Verfügung, sodass Sie sich diese auf Wunsch herunterladen und dann jederzeit an Ihrem Computer ansehen bzw. ausdrucken können. Die Teilnehmer, die das gesamte Studium onlinegestützt durchführen möchten, d. h. auf gedruckte Studienhefte verzichten, erhalten eine Ermäßigung von 5 % auf die Studiengebühren.

## Lehrplan

Im Folgenden sehen Sie eine Aufstellung der verschiedenen Studieninhalte:

Idealverlauf	Versandmonat	Studienheft	Präsenzphase*	OV/Podcast
1	1	Social Media im Sport		OV: YouTube, Facebook, Twitter, Instagram und Co. – richtig posten!
2	2	Social-Media-Monitoring		Podcast: Mario Leo zu aktuellen Trends und digitalen Entwicklungen im Sport
3			Social Media im Sport	OV: Blog, Vlog und Podcast – Chancen der digitalen Kanäle
4			Social-Media-Konzeption	
5	2	Content-Marketing im Sport		
6			Workshop: Contenterstellung und -nutzung	

\* Es stehen Ihnen frei wählbare Termine im Online-Campus zur Verfügung.

## Studienhefte

Nachfolgend möchten wir Ihnen die Inhalte der einzelnen Studieneinheiten vorstellen:

### Studienheft 1

#### **Social Media im Sport**

- Die sozialen Medien
- Einordnung und Stellenwert der sozialen Medien für den Sport
- Erscheinungsform und Einsatz von Social Media
- Social Media im Sport
- Strategische Überlegungen

### Studienheft 2

#### **Social-Media-Monitoring**

- Übersicht des Social-Media-Monitoring
- Die Social-Media-Balanced-Scorecard
- Tipps und Tools für die Praxis
- Strategien zur Optimierung
- Grundsätzliche Strategien von Sportorganisationen

### Studienheft 3

#### **Content Marketing im Sport**

- Grundlagen der kommerziellen Kommunikation
- Die Entwicklung des Content Marketing im Sport
- Der Weg zur optimalen Content-Marketing-Strategie
- Vom Fußballclub zum Medienhaus
- Zukunftstrend im Content Marketing

## Online-Vorlesungen und Webinare

- ▶ YouTube, Facebook, Twitter, Instagram und Co. – richtig posten!
- ▶ Mario Leo zu aktuellen Trends und digitalen Entwicklungen im Sport
- ▶ Blog, Vlog und Podcast – Chancen der digitalen Kanäle

## Präsenzphasen

Der begleitende Unterricht besteht aus drei Präsenzphasen, die zweitägig geplant sind. Die Präsenzphasen geben den Teilnehmern die Möglichkeit, den Inhalt der Studienhefte zu vertiefen und in die Praxis zu transferieren. Es ist für uns selbstverständlich, dass die Präsenzphasen von praxiserfahrenen Dozenten durchgeführt werden, die über ein fundiertes Wissen in den verschiedenen Themenbereichen sowie langjährige Erfahrungen in der Erwachsenenbildung verfügen. Die Themen der einzelnen Präsenzphasen werden im Folgenden kurz vorgestellt:

### Präsenzphase 1

#### **Social Media im Sport**

- Entwicklungen und strukturelle Veränderungen
- Herausforderungen und Potenziale in den sozialen Medien des Sports
- Mobile Kommunikationskanäle im Sport
- Stärken der sozialen Medien
- Praktische Anwendungsbeispiele

### Präsenzphase 1

#### **Social-Media-Konzeption**

- Social-Media-Kampagnen planen
- Social-Media-Kanäle im Sport nutzen
- Überlegungen für die Zukunft
- Monitoring-Maßnahmen
- Auswertungsmöglichkeiten
- Kennzahlen zur Optimierung strategisch einsetzen

### Präsenzphase 1

#### **Workshop Contenterstellung und -nutzung**

- Contentarten
- Contenterstellung
- Contentaufbereitung
- Contentnutzung
- Zielgruppenanalyse und -ansprache
- Kreative Ideen entwickeln und praktisch umsetzen

## Prüfungen

### Lernerfolgskontrolle

Grundsätzlich werden in jedem Studienheft am Ende eines jeden Kapitels Lernkontrollfragen gestellt, die sich auf den vorangegangenen Text beziehen. Die Antworten zu diesen Fragen finden Sie immer am Ende des Heftes. Somit haben Sie die Möglichkeit, Ihren Lernerfolg selbst zu überprüfen.

### Einsendearbeit

Der Lehrgang beinhaltet eine Einsendearbeit, die Sie im Online-Campus vorfinden und im Anschluss korrigiert zurückerhalten. Die Einsendearbeit besteht aus Aufgaben, die sich auf die Inhalte der Studienhefte beziehen. Für die Bearbeitung der Einsendearbeit haben Sie bis zum Ende Ihres Studiums Zeit.

#### Einsendearbeit

- Social Media im Sport
- Social-Media-Monitoring
- Content Marketing im Sport

## Studienabschluss

Nach erfolgreichem Abschluss des Fernstudiums erhalten Sie das IST-Zertifikat:

**Social Media und Content im Sport (IST)**



## Wir sind für Sie da!

Während der gesamten Dauer Ihres Fernstudiums steht Ihnen das Team der IST-Studienberatung für Fragen zum Aufbau, zum Ablauf und zur Organisation Ihrer Weiterbildung zur Verfügung. Wir informieren Sie frühzeitig über die Termine Ihrer Präsenzphasen und laden Sie zu jeder Präsenzphase mit einem persönlichen Schreiben unter Angabe der genauen Zeiten sowie der Anreise- und Übernachtungsmöglichkeiten ein. Bei den Präsenzphasen stehen Ihnen immer persönliche Ansprechpartner des IST zur Verfügung, die Ihnen alle Fragen rund um Ihr Fernstudium beantworten und Ihnen zusätzliche Informationen geben. Für alle fachlichen Fragen zu Ihren Studienmaterialien oder Präsenzphasenthemen steht Ihnen unser Beratungsteam für den Fachbereich Sport & Management zur Verfügung. Sprechen Sie uns an, wir freuen uns auf Sie. Sie erreichen uns deutschlandweit kostenlos unter 0800 478 0800 oder per E-Mail an [Sport@ist.de](mailto:Sport@ist.de).

## Auch im Anschluss an Ihr Fernstudium kümmern wir uns weiter um Sie:

Mithilfe der IST-Jobbörse [www.joborama.de](http://www.joborama.de) können Sie sich kostenfrei über offene Stellen in den Branchen Kommunikation, Event, Medien und Wirtschaft sowie Sport, Fitness, Gesundheit, Wellness, Tourismus, Hotellerie und Gastronomie informieren oder gezielt nach einer Stelle suchen.

Unser monatlicher Online-Newsletter, der Ihnen per E-Mail zugeschickt wird, enthält aktuelle Informationen zu Entwicklungen der Branche, zu Messen und Ausstellungen sowie zu neuen IST-Angeboten. Bestellen Sie diesen unter [www.ist.de](http://www.ist.de).

Über den Besuch der IST-Aufbaumodule haben Absolventen die Möglichkeit, Zusatzqualifikationen zu attraktiven Sonderkonditionen (verkürzte Studiendauer, ermäßigte Preise) zu erwerben, um sich so in ihrem jeweiligen Fachbereich zu spezialisieren. Zum anderen gibt es für alle, die bereits eine Weiterbildung am IST-Studieninstitut belegt haben und sich für ein weiteres IST-Angebot entscheiden, einen **Treue-Rabatt**.