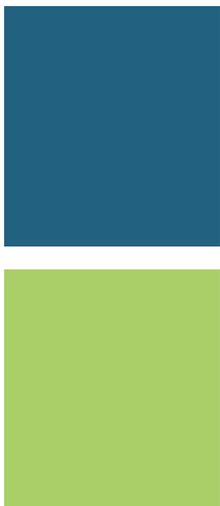


Hochschullehrgang

Social Media Management für Schulen

6 ECTS-AP



Hochschullehrgang SKZ: 711 051

Version II

Genehmigt durch das Rektorat am 5. Juli 2023

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

| | |
|---------|--|
| D | Deutsch |
| ECTS-AP | ECTS-Anrechnungspunkte |
| HAUP | Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien |
| HSL | Hochschullehrgang |
| idgF | in der geltenden Fassung |
| LN | Leistungsnachweis |
| LV | Lehrveranstaltung |
| PI | prüfungsimmanent |
| PM | Pflichtmodul |
| SE | Seminar |
| SWS | Semesterwochenstunden, 1 SWS entspricht 15 Unterrichtseinheiten mit jeweils 45 Minuten |
| SPR | Sprache |
| WL | Workload |

1. Allgemeines

1.1. Inhaltsverzeichnis

| | | |
|------|---|----|
| 1. | Allgemeines | 3 |
| 1.1. | Inhaltsverzeichnis | 3 |
| 1.2. | Datum der Genehmigung durch das Rektorat | 4 |
| 1.3. | Umfang und Dauer des Hochschullehrgangs | 4 |
| 2. | Qualifikationsprofil | 4 |
| 2.1. | Zielsetzung des Hochschullehrgangs und zu erwartende Kompetenzen..... | 4 |
| 2.2. | Lehr-Lern-Beurteilungskonzept | 5 |
| 2.3. | Abschluss des Hochschullehrgangs | 5 |
| 3. | Zielgruppe und Zulassungsvoraussetzungen..... | 6 |
| 4. | Reihungskriterien | 6 |
| 5. | Modulübersicht | 7 |
| 5.1. | Modulraster | 7 |
| 5.2. | Modulübersicht | 8 |
| 6. | Modulbeschreibungen | 9 |
| 6.1. | Modul 1 | 9 |
| 6.2. | Modul 2 | 11 |
| 6.3. | Modul 3 | 13 |
| 6.4. | Modul 4 | 15 |
| 7. | Inkrafttreten | 16 |

1.2. Datum der Genehmigung durch das Rektorat

05.07.2023

1.3. Umfang und Dauer des Hochschullehrgangs

Der Hochschullehrgang umfasst 6 ECTS-Anrechnungspunkte bei einer Dauer von 1 Semester, ist modular aufgebaut und berufsbegleitend organisiert. Sollte der Hochschullehrgang in der doppelten Mindeststudienzeit nicht abgeschlossen werden, kann ein Abschluss nicht gewährleistet werden bzw. haben die Studierenden in das dann aktuelle Curriculum überzutreten.

2. Qualifikationsprofil

Die Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik ermöglicht eine wissenschaftlich fundierte und berufsfeldbezogene Aus-, Fort- und Weiterbildung gemäß den einschlägigen Bestimmungen des Hochschulgesetzes 2005 idGF. Sie bietet für Lehr- und Beratungskräfte im Agrar- und Umweltbereich bedarfsorientierte und aktuelle Fort- und Weiterbildungen an, um den vielfältigen Anforderungen der Zukunft gerecht zu werden. Die Teilnehmenden erwerben und vertiefen pädagogische, fachliche und persönliche Schlüsselkompetenzen.

Da sich Social Media in den letzten Jahren zum führenden Kommunikationsmedium entwickelt hat, sind auch Schulen gefordert diesem Trend zu folgen und sich auf verschiedenen Social Media Plattformen zu präsentieren und zu positionieren.

Hier zeigt sich, dass Schulen dies dann erfolgreich umsetzen können, wenn hierfür an Schulen die notwendigen Kompetenzen vorhanden und Zuständigkeiten klar geregelt sind. Social Media sollte daher zukünftig als Schulentwicklungstool mitgedacht und auch dafür genutzt werden. Um den jeweiligen Schulstandort mit einer klaren Marke sichtbar zu machen, braucht es professionell ausgebildete Social Media Manager*innen, die das im Rahmen ihrer Tätigkeit am Schulstandort und in enger Kooperation mit dem gesamten Schulteam umsetzen.

An vielen Schulen im agrarischen Bereich wurde der Unterrichtsgegenstand Social Media eingeführt, um die Schüler*innen dabei zu begleiten, digital Literacy aufzubauen und Social Media Tools in die berufliche Praxis umzusetzen. Dafür benötigt es Lehrkräfte, die diesen Gegenstand praxisorientiert unterrichten können.

Der Hochschullehrgang leistet damit einen wesentlichen Beitrag die landwirtschaftlichen Schulen und ihre Absolvent*innen zukunftsfit zu machen.

2.1. Zielsetzung des Hochschullehrgangs und zu erwartende Kompetenzen

Ziel dieses Hochschullehrgangs ist es, qualifizierte Social Media Manager*innen für Schulen auszubilden. Diese Expert*innen für digitales Marketing werden im Rahmen dieser Weiterbildung dazu befähigt, effektive Social-Media-Kampagnen zu planen und umzusetzen, um die Marke des

Schulstandortes zu stärken und über eine klare Positionierung am Bildungsmarkt auch zukünftig stabile Schüler*innenzahlen zu generieren.

Teilnehmende verstehen die Bedeutung der Zielgruppenanalyse und wissen, wie man gezielte Botschaften erstellt, die auf die Bedürfnisse und Interessen der Schüler*innen, Eltern und Lehrer*innen abgestimmt sind. Sie können diverse Techniken erfolgreich einsetzen, um die Reichweite und Sichtbarkeit ihrer Schule auf Social-Media-Plattformen zu erhöhen.

Die Teilnehmenden des Hochschullehrgangs "Social Media Management für Schulen" werden auch lernen, wie sie hochwertige Inhalte für Social-Media-Plattformen erstellen. Es werden ansprechende Texte, Bilder und Videos produziert, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppen zu gewinnen und zu steigern. Die Absolvent*innen sind in der Lage, die verschiedenen Tools und Plattformen zur Erstellung von Inhalten effektiv zu nutzen, um die besten Ergebnisse zu erzielen.

Darüber hinaus werden die Teilnehmenden User-Generated-Content nutzen, um die Motivation und Begeisterung aller Beteiligten zu fördern. Sie werden befähigt, die Schulgemeinschaft zu ermutigen, eigene Inhalte zu erstellen und zu teilen, um den Schulstandort zu stärken.

Weiters erwerben die Teilnehmer*innen des Hochschullehrganges die Kompetenzen, um den Unterrichtsgegenstand „Social Media“ praxisnah an agrarischen Schulen zu unterrichten.

2.2. Lehr-Lern-Beurteilungskonzept

Das Curriculum basiert auf einer engen Verknüpfung aus Theorie und Praxis. Mit dem Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien sowie offener Lehr- und Lernformen wird selbstbestimmtes und nachhaltiges Lernen nahe an der eigenen Berufspraxis forciert.

Die Beurteilungsformate im Hochschullehrgang basieren auf vorwiegend analytisch-reflexiven Konzepten. Sie unterstützen die Teilnehmenden, ihren persönlichen Entwicklungsprozess zu dokumentieren und dienen dazu, den Lernzuwachs zu verdeutlichen. Besonderer Anspruch besteht bei der Umsetzung handlungsbetonter Kompetenzen, welche eine Transformation des theoretischen Wissens in praxisorientierten Situationen oder Szenarien gewährleisten, wobei ein hoher Grad an Eigenverantwortung eingefordert wird.

Dieser Lehrgang wird als reiner Live-Online-Lehrgang gestaltet und einem geeigneten Videokonferenzraum abgehalten. Alle Module und ihre Lehrveranstaltungen werden auf der Lernplattform der Hochschule abgebildet und orientieren sich am mediendidaktischen Konzept des Flipped Classroom.

2.3. Abschluss des Hochschullehrgangs

Die Teilnehmer*innen haben den Hochschullehrgang nach der positiven Beurteilung aller im Curriculum vorgeschriebenen Leistungsnachweise und Erfüllung einer Anwesenheitspflicht von 75 % je Lehrveranstaltung sowie nach positiver Beurteilung der fachwissenschaftlich-berufsfeldbezogenen

Arbeit in Form der Erstellung eines Stundenbildes sowie der Präsentation eines lehrgangsbegleitenden E-Portfolios abgeschlossen.

Die teilnehmenden Lehrkräfte erlangen mit dem erfolgreichen Abschluss des Hochschullehrganges ein Abschlusszertifikat.

3. Zielgruppe und Zulassungsvoraussetzungen

Dieses Bildungsangebot richtet sich an Lehrende im agrarischen Schulwesen, die nach Absolvierung des Hochschullehrganges bereit sind, die erworbenen Kompetenzen im Social Media Bereich am Schulstandort einzubringen.

Seitens der Hochschule gibt es keine weiteren Zulassungsvoraussetzungen. Für die Teilnahme am Hochschullehrgang sind keine besonderen Vorkenntnisse notwendig.

4. Reihungskriterien

Pro Hochschullehrgang stehen maximal 25 Plätze zur Verfügung. Die Fixplatzzuweisung erfolgt bei einer Überbuchung in Abstimmung mit den Stakeholdern basierend auf Bundesländerkontingenten.

5. Modulübersicht

5.1. Modulraster

| 1. Semester | |
|--|---------|
| PM1 Theorie und Praxis im Themenfeld Social Media | |
| 1 ECTS-AP | 1,2 SWS |
| PM2 Social Media Marketing | |
| 1 ECTS-AP | 1,2 SWS |
| PM3 Content Production | |
| 1,5 ECTS-AP | 1,8 SWS |
| PM4 Social Media und Schule | |
| 2,5 ECTS-AP | 1,2 SWS |

5.2. Modulübersicht

| | Pflichtmodul 1: Theorie und Praxis im Themenfeld Social Media | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|--|-------------------|----------------|------------|-----------|-----------|------------|
| SMM-GS1-01 | Grundlagen Social Media Management für Schulen | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-DU1-02 | Datenschutz und Urheberrecht in sozialen Netzwerken | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| | Summe Modul 1 | | 1 | 1,2 | 25 | | |

| | Pflichtmodul 2: Social Media Marketing | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|---|-------------------|----------------|------------|-----------|-----------|------------|
| SMM-SG2-01 | Social Media Marketing Grundlagen | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-SP2-02 | Social Media Marketing in der Praxis | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| | Summe Modul 2 | | 1 | 1,2 | 25 | | |

| | Pflichtmodul 3: Content Production | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|---|-------------------|----------------|------------|-------------|-----------|------------|
| SMM-CS3-01 | Content für Social Media | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-FB3-02 | Foto und Bewegtbildformate für Social Media | SE | 1 | 1,2 | 25 | PI | D |
| | Summe Modul 3 | | 1,5 | 1,8 | 37,5 | | |

| | Pflichtmodul 4 Social Media und Schule | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|---|-------------------|----------------|------------|-------------|-----------|------------|
| SMM-ST4-01 | Social Media als Schulentwicklungstool | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-SU4-02 | Social Media unterrichten | SE | 2 | 0,6 | 50 | PI | D |
| | Summe Modul 4 | | 2,5 | 1,2 | 62,5 | | |

6. Modulbeschreibungen

Eine Semesterwochenstunde (SWS) entspricht 15 Unterrichtseinheiten mit jeweils 45 Minuten.

6.1. Modul 1

| | | | | |
|---|--|-----------------|-------------------------|-----------------------|
| <i>Kurzzeichen</i> | <i>Modulbezeichnung</i> | | | |
| PM1 | Theorie und Praxis im Themenfeld Social Media | | | |
| <i>Modulniveau</i> | <i>Modulart</i> | <i>Semester</i> | <i>Voraussetzung/en</i> | <i>Sprache</i> |
| HSL | PM | 1 | - | Deutsch |
| | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL (60min)</i> | <i>Institution/en</i> |
| | 1 | 1,2 | 25 | HAUP |
| <i>Inhalt:</i> | | | | |
| <p>Dieses Modul bietet den Lernenden einen praxisorientierten Einstieg in die Nutzung sozialer Medien in Schulen. Es umfasst Impulsvorträge von Influencer*innen und Social-Media-Beauftragten, die wertvolle Tipps und Tricks für eine erfolgreiche Nutzung der Plattformen geben. Das Modul behandelt auch das wichtige Thema Datenschutz und Urheberrecht, inklusive rechtlicher Beschränkungen und praktischer Hinweise für den Umgang mit Social-Media-Inhalten. Ziel des Moduls ist es, den Teilnehmer*innen ein fundiertes Wissen für sicheres und effektives Social Media Marketing in Schulen zu vermitteln.</p> | | | | |
| <i>Inhaltspunkte:</i> | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Einstieg in Social Media Marketing für Schulen - Impulsvorträge von Influencer*innen und Social-Media-Beauftragten - Tipps und Tricks für erfolgreiche Nutzung sozialer Medien - Konkrete Beispiele für sinnvolle Nutzung sozialer Medien - Urheberrecht in sozialen Medien - Klärung von Fragen zur Nutzung von Medien und Beschränkungen - Hinweise und Tipps zum Umgang mit urheberrechtlich geschützten Werken - Vermittlung von relevanten Informationen für rechtssichere Nutzung und erfolgreiche Vermarktung | | | | |
| <i>Lernergebnisse/Kompetenzen:</i> | | | | |
| <p>Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> - die aktuellen Entwicklungen im Bereich Social Media zu analysieren. - die Herausforderungen und Bedürfnisse von Schüler*innen in Bezug auf Medienkonsum zu erkennen und darauf zu reagieren. - Good Practice Beispiele von Expert*innen aus dem Social Media Bereich auf die eigene Tätigkeit an der Schule umzulegen. - mit sozialen Medien rechtssicher und ethisch korrekt unter Wahrung des Urheberrechts und Creative Commons Lizenzen umzugehen. | | | | |

Lern- und Lehrmethoden:

Präsentations-, Interaktions- und Partizipationsmethoden, Visualisierungsmethoden, praktische Beispiele

Leistungsnachweise:

E-Portfolio, Austausch auf der Lernplattform

| | Pflichtmodul 1: Theorie und Praxis im Themenfeld Social Media | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|--|-----------------------|----------------|------------|-----------|-----------|------------|
| SMM-GS1-01 | Grundlagen Social Media Management für Schulen | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-DU1-02 | Datenschutz und Urheberrecht in sozialen Netzwerken | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| | Summe Modul 1 | | 1 | 1,2 | 25 | | |

6.2. Modul 2

| | | | | |
|---|-------------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------|
| <i>Kurzzeichen</i> | <i>Modulbezeichnung</i> | | | |
| PM2 | Social Media Marketing | | | |
| <i>Modulniveau</i> | <i>Modulart</i> | <i>Semester</i> | <i>Voraussetzung/en</i> | <i>Sprache</i> |
| HSL | PM | 1 | - | Deutsch |
| | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL (60min)</i> | <i>Institution/en</i> |
| | 1 | 1,2 | 25 | HAUP |
| <p><i>Inhalt:</i></p> <p>Dieses Modul behandelt die Grundlagen und praktischen Anwendungen des Social Media Marketings. Es konzentriert sich auf die Nutzung von sozialen Netzwerken zur Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen der Schulen. Durch gezielte Inhalte und Interaktionen mit der Zielgruppe werden Reichweite, Engagement und Umsätze gesteigert. Eine Reflexion der Beiträge und ein Erfahrungsaustausch der Teilnehmer*innen sowie Maßnahmen zur Optimierung des Social Media Marketings der einzelnen Schulstandorte sind ebenso Teil des Moduls.</p> <p><i>Inhaltspunkte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Social Media Marketing als Online-Marketing-Form - Nutzung von sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram, Twitter oder LinkedIn zur Bewerbung von Produkten, Dienstleistungen oder Marken - Gezielte und kreative Inhalte, die auf die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt sind, als Schlüssel zum Erfolg - Interaktionen mit der Zielgruppe zur Erzielung einer großen Reichweite, Steigerung des Engagements und Erhöhung von Traffic und Umsätzen - Erfahrungsaustausch und Professionalisierung | | | | |
| <p><i>Lernergebnisse/Kompetenzen:</i></p> <p>Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - zielgerichtete und kreative Inhalte zu erstellen, um eine erfolgreiche Social Media Marketing-Strategie zu entwickeln und am Schulstandort umzusetzen. - Aktives Community-Management auf den unterschiedlichen Social Media Kanälen zu betreiben. - Mit allen ihren Social Media Aktivitäten die Marke des Schulstandortes zu stärken und über eine klare Positionierung am Bildungsmarkt stabile Schüler*innenzahlen zu generieren. | | | | |

Lern- und Lehrmethoden:

Präsentations-, Interaktions- und Partizipationsmethoden, Visualisierungsmethoden, praktische Beispiele

Leistungsnachweise:

E-Portfolio, Austausch auf der Lernplattform

| | Pflichtmodul 2: Social Media Marketing | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|---|-----------------------|----------------|------------|-----------|-----------|------------|
| SMM-SG2-01 | Social Media Marketing Grundlagen | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-SP2-02 | Social Media Marketing in der Praxis | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| | Summe Modul 2 | | 1 | 1,2 | 25 | | |

6.3. Modul 3

| | | | | |
|--|--|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| <i>Kurzzeichen</i> PM3 | <i>Modulbezeichnung</i> Content Production | | | |
| <i>Modulniveau</i> HSL | <i>Modulart</i> PM | <i>Semester</i> 1 | <i>Voraussetzung/en</i> - | <i>Sprache</i> Deutsch |
| | <i>ECTS-AP</i> 1,5 | <i>SWS</i> 1,8 | <i>WL (60min)</i> 37,5 | <i>Institution/en</i> HAUP |
| <p><i>Inhalt:</i> Dieses Modul vermittelt umfassendes Wissen zur Produktion von ansprechendem Content für Social Media. Es behandelt die Erstellung des idealen Postings, eine professionelle Videoproduktion und Grundlagen der Fotografie für Social Media. Die Teilnehmenden lernen kreative Techniken, nutzen Tools und erhalten praktische Tipps, um hochwertigen und zielgruppenorientierten Content für ihre Schulkanäle zu erstellen. Das Modul ermöglicht eine effektive Nutzung der sozialen Medien durch die Produktion von vielfältigem, attraktivem und kreativem Content.</p> <p><i>Inhaltspunkte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktion von Content für Social Media - Kreatives Denken bei der Content Production für Social Media - Professionelle Produktion von Videos für Social Media - Bedeutung von Fotos für Social-Media-Plattformen und deren Einfluss auf die Zielgruppenansprache - Bild und Foto: Lizenzierungen und Datenbanken | | | | |
| <p><i>Lernergebnisse/Kompetenzen:</i></p> <p>Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktuelle Trends und Entwicklung in der Content Production aufzugreifen und gezielt auf den unterschiedlichen Social Media Kanälen umzusetzen. - kreativen und zielgruppengerechten Content für Social Media mithilfe geeigneter Tools und Programme zu produzieren. - für die Zielgruppe ansprechende Videos und Fotos für Social Media unter Berücksichtigung von rechtlichen Aspekten zu erstellen. | | | | |
| <p><i>Lern- und Lehrmethoden:</i></p> <p>Präsentations-, Interaktions- und Partizipationsmethoden, Visualisierungsmethoden, praktische Beispiele</p> | | | | |
| <p><i>Leistungsnachweise:</i></p> <p>E-Portfolio, Austausch auf der Lernplattform, Medienproduktion und Präsentation im Plenum</p> | | | | |

| | Pflichtmodul 3: Content Production | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|--|-----------------------|----------------|------------|-------------|-----------|------------|
| SMM-ST4-01 | Content für Social Media | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-SU4-02 | Foto und Bewegtbildformate für Social Media | SE | 1 | 1,2 | 25 | PI | D |
| | Summe Modul 3 | | 1,5 | 1,8 | 37,5 | | |

6.4. Modul 4

| | | | | |
|--|--------------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------|
| <i>Kurzzeichen</i> | <i>Modulbezeichnung</i> | | | |
| PM4 | Social Media und Schule | | | |
| <i>Modulniveau</i> | <i>Modulart</i> | <i>Semester</i> | <i>Voraussetzung/en</i> | <i>Sprache</i> |
| HSL | PM | 1 | - | Deutsch |
| | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL (60min)</i> | <i>Institution/en</i> |
| | 2,5 | 1,2 | 62,5 | HAUP |
| <p><i>Inhalt:</i> Dieses Modul behandelt die Nutzung von Social Media als Schulentwicklungstool und den Unterrichtsgegenstand Social Media. Es vermittelt Konzepte für den Einsatz von Social Media zur aktiven Einbindung der Schüler*innen bzw. der gesamten Schulgemeinschaft. Social Media wird als umfassendes Kommunikationswerkzeug betrachtet. Zudem werden kreative Methoden für den Unterrichtsgegenstand Social Media erarbeitet und innovative Unterrichtsbausteine entwickelt.</p> <p><i>Inhaltspunkte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Social Media als Schulentwicklungstool - Schaffung einer gemeinschaftlichen Umgebung durch den konzeptiven Einsatz von Social Media - Nutzung von Social Media zur Information und Kommunikation mit Eltern und anderen Interessierten - Umfassende Betrachtung des Themas Social Media im schulischen Kontext - Methoden und Unterrichtsbausteine für den Unterrichtsgegenstand Social Media | | | | |
| <p><i>Lernergebnisse/Kompetenzen:</i></p> <p>Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Methoden und Ideen für den Unterricht im Bereich Social Media zu entwickeln und zielgruppenspezifisch anzuwenden. - Konzepte zur Integration von Social Media in den Schulalltag zu erstellen. - Social Media als Schulentwicklungstool einzusetzen, um alle Akteure aktiv in die Gestaltung des Schullebens miteinzubeziehen. | | | | |
| <p><i>Lern- und Lehrmethoden:</i></p> <p>Präsentations-, Interaktions- und Partizipationsmethoden, Visualisierungsmethoden, praktische Beispiele</p> | | | | |
| <p><i>Leistungsnachweise:</i></p> <p>E-Portfolio, Austausch auf der Lernplattform, Erstellung eines Unterrichtsbausteines, Abschlusspräsentation</p> | | | | |

| | Pflichtmodul 4 | <i>Art der LV</i> | <i>ECTS-AP</i> | <i>SWS</i> | <i>WL</i> | <i>LN</i> | <i>SPR</i> |
|------------|--|-------------------|----------------|------------|-------------|-----------|------------|
| | Social Media und Schule | | | | | | |
| SMM-ST4-01 | Social Media als Schulentwicklungstool | SE | 0,5 | 0,6 | 12,5 | PI | D |
| SMM-SU4-02 | Social Media unterrichten | SE | 2 | 0,6 | 50 | PI | D |
| | Summe Modul 4 | | 2,5 | 1,2 | 62,5 | | |

7. Inkrafttreten

Genehmigung durch das Rektorat am 5. Juli 2023.