Meta Ads

Social Media Marketing · Anbieter: Distart Education GmbH

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein, Zuschuss bei der Qualifizierung Beschäftigter, Qualifizierungsgeld zur Förderung der beruflichen Weiterbildung Beschäftigter, Arbeitslosengeld bei beruflicher Weiterbildung, KOMPASS - Förderung der beruflichen Weiterbildung von Solo-Selbstständigen

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Zeitgebunden
Dauer	9 Wochen in Vollzeit oder 18 Wochen in Teilzeit
Umfang	430 Unterrichtseinheiten
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet jeden Tag
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Inklusive	Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

Distart Education GmbH
Petersstraße 35, 04109 Leipzig
Telefon: 0341 9288039
E-Mail: hallo@distart.de
Web: https://www.distart.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Der Kurs "Meta Ads" vermittelt methodisches Wissen zur Planung, Umsetzung und Auswertung von Werbeanzeigen im Meta-Ökosystem (Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network). Behandelt wird die Einordnung von Meta Ads in das digitale Marketing mit Fokus auf Kampagnenarchitektur, Ausspielungslogik und Metriken. Ziel ist die Befähigung zur strukturierten Arbeit mit dem Ads Manager, vom Briefing über die Kampagnenerstellung bis zur Auswertung. Zudem werden rechtliche und technische Rahmenbedingungen adressiert, die den Anzeigenbetrieb beeinflussen.

Lernziele

Analyse der Kampagnenstruktur im Meta Ads Manager mit Abgrenzung von Kampagne, Anzeigengruppe und Anzeige

Identifikation geeigneter Kampagnenziele, Platzierungen und Zielgruppensignale für definierte Briefings

Durchführung der technischen Einrichtung inklusive Pixel- beziehungsweise Conversions-API und Ereigniskonfiguration

Erstellung von Bild- und Video-Varianten sowie Textbausteinen für unterschiedliche Anzeigenformate

Implementierung von A/B-Tests zur Prüfung von Creatives, Zielgruppen und Gebotsstrategien

Bewertung von Kampagnenergebnissen anhand definierter KPIs und Ableitung konkreter Anpassungsschritte

Berufsperspektiven

Die Kursinhalte finden Anwendung in Berufsfeldern wie Social-Media-Management mit Schwerpunkt Anzeigenschaltung auf Facebook und Instagram. Typische Tätigkeitsfelder umfassen Performance-Marketing mit Fokus auf Kampagnenplanung, Budgetsteuerung und Reporting im Meta-Umfeld. Der Kurs adressiert Inhalte für Tätigkeiten wie Digital-Marketing-Consulting mit Einrichtung von Tracking, Attribution und Auswertungen für Meta Ads. Ebenfalls anschlussfähig ist die Arbeit im Bereich Content-Produktion für Anzeigenmotive und Kurzvideoformate.

02 Lehrplan & Module

Gesamtumfang **430 Unterrichtseinheiten* in 11 Modulen**

* Eine Unterrichtseinheit entspricht 45 Minuten.

1. Einführung in Meta Ads

25 Unterrichtseinheiten
(ca. 6% vom Gesamtumfang)

Entwicklung von Meta Ads
Überblick über die Meta-Werbeplattformen
Funktionsweise des Meta-Algorithmus und Content-Distribution
Vorteile und Einsatzmöglichkeiten von Meta Ads

2. Der Business Manager & Werbeanzeigenmanager

20 Unterrichtseinheiten
(ca. 5% vom Gesamtumfang)

Vorstellung Business Manager
Funktionen des Business Managers
Einrichtung des Business Managers
Aufbau und Funktionen des Werbeanzeigenmanagers

3. Conversion Tracking

30 Unterrichtseinheiten
(ca. 7% vom Gesamtumfang)

Einführung Meta Pixel
Meta Pixel aufsetzen
Grundlagen Conversion Tracking

4. Anzeigenformate und Kreativstrategien für Meta Ads

20 Unterrichtseinheiten
(ca. 5% vom Gesamtumfang)

Anzeigenformate und -platzierungen auf Meta
Best Practices für Meta Ads-Content
Design- und Bearbeitungstools für Meta Ads
Werbebibliothek

5. Zielgruppen-Targeting und -Segmentierung

60 Unterrichtseinheiten
(ca. 14% vom Gesamtumfang)

Grundlagen der Zielgruppenansprache mit Meta Ads
Demographie und Interessen-Targeting
Lookalike Audiences und Custom Audiences
Verschiedene Targeting-Strategien

6. Budgetierung, Bietstrategien und Kampagnenoptimierung

50 Unterrichtseinheiten
(ca. 12% vom Gesamtumfang)

Grundlagen der Budgetierung und Gebotsstrategien
A/B-Testing und Splittesting von Anzeigen
Lernphase und Anzeigenrelevanz

7. Analytics und Reporting

70 Unterrichtseinheiten
(ca. 16% vom Gesamtumfang)

Wichtige KPIs und deren Interpretation
Methoden zur Erfolgsmessung von Meta Ads
Berichte und KPI-Analyse
Nutzung von Analysetools zur Performance-Auswertung

8. Skalierung & Automatisierung von Meta Ads

40 Unterrichtseinheiten
(ca. 9% vom Gesamtumfang)

Strategien zur Skalierung erfolgreicher Kampagnen
Verknüpfung von organischen Inhalten mit Paid Ads

9. Praxisprojekt: Performance Creatives für Meta Ads

50 Unterrichtseinheiten
(ca. 12% vom Gesamtumfang)

Erstellung von 3 Performance Creatives für Meta Ads
Präsentation und Feedback
Anpassung und Verbesserung des Projekts

10. Weiterführende Themen und praktische Anwendungen

40 Unterrichtseinheiten
(ca. 9% vom Gesamtumfang)

Anwendungsfälle und Best Practices
Zukunftstrends und Entwicklungen in der Digitalbranche

11. Prüfungsvorbereitung & Abschlussprüfung

25 Unterrichtseinheiten
(ca. 6% vom Gesamtumfang)

Wiederholung und Prüfungsvorbereitung
Abschlussprüfung

03 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Ein Hauptschulabschluss oder ein höherwertiger Abschluss sind wünschenswert, aber keinesfalls Pflicht.

Persönliche Eignung: Lern- und Leistungsbereitschaft sowie Kontaktbereitschaft,

Gesundheitliche Anforderungen: Nahsehvermögen sowie Sprech- und Hörvermögen,

Mindestalter 18 Jahre bei Vertragsabschluss,

Sprachkenntnisse in Deutsch: vergleichbar B2,

Grundkenntnisse in der Bedienung von Computern,

Begeisterung und vorhandene Affinität zum Themenbereich

Technische Voraussetzungen

Teilnehmende benötigen einen handelsüblichen PC oder Laptop mit Internetanschluss und einem unterstützten Browser (Edge, Firefox, Safari, Chrome). Für die Teilnahme im virtuellen Klassenzimmer wird zusätzlich ein Mikrofon oder eine Webcam mit Mikrofon benötigt. Ein mobiler PC wird bei Notwendigkeit bereitgestellt.

04 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- QuereinsteigerInnen
- WiedereinsteigerInnen
- RehabilitantInnen
- Fachkräfte
- AkademikerInnen
- Selbsständige
- BerufseinsteigerInnen
- Führungskräfte
- Berufstätige
- Ohne Berufsabschluss

Mögliche Berufsbilder: Social Media Advertising Manager, Performance Marketing Manager, Performance Marketing Specialist

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

Distart Education GmbH · Petersstraße 35, 04109 Leipzig
0341 9288039 · hallo@distart.de · https://www.distart.de

Online ansehen