# Bildungsmanagement und -marketing

Bildungsmanagement · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

**FÖRDERUNG & KOSTEN**

## Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

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

## Kursdaten auf einen Blick

| | |
|---|---|
| **Durchführung** | Online |
| **Lernformat** | Self-Paced |
| **Dauer** | 4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit |
| **Unterrichtssprache** | Deutsch |
| **Kursstart** | Startet alle 14 Tage |
| **Vorkenntnisse** | Keine Vorerfahrung |
| **Abschluss** | Zeugnis auf Hochschulniveau |
| **Inklusive** | Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen) |

## Bildungsträger & Kontakt

**IU Akademie IU Internationale Hochschule**

Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Telefon: 030 22027283

E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de

Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

## 01 Kursbeschreibung

Individuelle Lernpfade, E-Learning, lebenslanges Lernen – alles wichtige Themen für eine moderne Bildungsberatung. Es geht um die gezielte Förderung und Optimierung von Bildungsprozessen, um den steigenden Anforderungen an (Weiter-)Bildungsangeboten gerecht zu werden. Und um eine zielsichere Vermarktung. Mit Deiner Weiterbildung Bildungsmanagement und -marketing bist Du hier gut aufgestellt.

Deine Weiterbildung gibt einen umfassenden Einblick in das Bildungsmanagement und macht Dich fit in der Organisation, Planung und Durchführung von Bildungsangeboten. Dazu gehört die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Konzepten genauso wie die Anwendung moderner Lehr- und Lernmethoden. Ein weiterer Fokus: Das Bildungsmarketing. Hier baust Du Deine Fähigkeiten im Bereich der zielgerichteten Vermarktung von Bildungsangeboten aus. Vor allem auch im Onlinemarketing. Du beschäftigst Dich mit Content-Marketing, Social Media Marketing und Onlinewerbung, um Bildungsangebote erfolgreich zu positionieren. Außerdem erhältst Du ein tiefergehendes Verständnis für die Bildungsprozesse bei Erwachsenen. In einem Projekt lernst Du die kultur- und medienpädagogische Arbeit kennen. Ob es darum geht, E-Learning-Materialien zu konzipieren oder einen Ausstellungsraum kindgerecht aufzubereiten – am Ende kannst Du solche Projekte souverän konzipieren, durchführen und evaluieren.

## 02 Lehrplan & Module

## 1. Bildungsmanagement

Mit zunehmender Bedeutung von lebenslangem Lernen nimmt das Gewicht des strategischen Bildungsmanagements zu. Dies bringt eine Reihe von Aspekten mit sich, welche Einfluss auf die Tätigkeiten sowie auf die Anerkennung von Bildungsmanagement als eigenständiges Aufgabenfeld und als Profession haben.
In diesem Kurs wird ein Überblick über das professionelle Bildungsmanagement gegeben und es werden die wesentlichen Herausforderungen diskutiert. Als Grundlage dienen die wichtigsten theoretischen Aspekte des Bildungsmanagements.
Grundlegende Kenntnisse über didaktische Konzepte, die im Bildungsmanagement relevant sind, zeichnen professionelles Bildungsmanagement aus. Sie bilden die Basis für das Recruiting von Lehrenden und unterstützen die Argumentation gegenüber Auftraggebern und Stakeholdern.
Um Bildungsmanagement in Unternehmen zu implementieren oder in die Personalentwicklung einzubinden, ist eine strategische Vorgangsweise erforderlich. In diesem Kurs wird das notwendige Handwerkszeug unter Berücksichtigung von Unternehmenszielen oder Bildungsauftrag vermittelt.
Kursinhalte
Einführung ins Bildungsmanagement Definition Bildungsmanagement
Im Spannungsfeld zwischen Bildung und Management
Theoretische Konzepte des Bildungsmanagements (Bildungsbetriebsmanagement und Bildungsprozessmanagement)
Professionalisierung des Berufsfeldes Handlungsfelder
Aufgaben und Rollen
Kompetenzprofile im Bildungsmanagement
Didaktische Grundlagen Bildungsmanagement Grundlagen der Andragogik/Erwachsenenbildung
Relevante didaktische Prinzipien in der Erwachsenenbildung
Qualitätsmerkmale von Bildungsprozessen
Strategisches Bildungsmanagement Grundlagen strategisches Bildungsmanagement
Zielorientierung
Qualitätsmanagement
Wissensmanagement
Rahmenbedingungen und Konsequenzen
Wesentliche Analysewerkzeuge Bildungsbedarfsanalyse
Marktanalyse
Zielgruppenanalyse
Ziele und Einflussfaktoren für die strategische Rahmenplanung Zielorientierung und Bildungsauftrag
Ressourcenplanung
Infrastruktur
Rechtliche Faktoren
Ablauf von Bildungsveranstaltungen und Gestaltung von Lernumgebungen Lehr- und Lernformate
Curriculumentwicklung
Recruiting von Lehrenden
Bildungsmarketing
Kalkulation und Finanzierung
Durchführen und Begleiten von Bildungsveranstaltungen
Informelle Lernprozesse organisieren und begleiten Selbstgesteuerte/selbstorganisierte Lernprozesse
Training on the Job
Lernkooperationen und Lernnetzwerke ermöglichen und begleiten
Mentoring und Lernbegleitung
Einsatz digitaler Medien
Kompetenzentwicklung von Lernenden Kompetenzbegriff
Kompetenzmodelle
Kompetenzprofile
Bildungscontrolling Evaluierung
Revision
Bildungstransfer
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

## 2. Planung von Bildungsprozessen bei Erwachsenen

Die Gestaltung komplexer Bildungsdienstleistungen ist die Kernaufgabe erwachsenenbildnerisch Tätiger und an voraussetzungsreiche Bedingungen gekoppelt, um pädagogisch professionelles Handeln zu ermöglichen. Hierfür wird fundiertes Fachwissen zu allen Komponenten eines pädagogisch intendierten Bildungsarrangements benötigt. Im Rahmen dieses Kurses werden in erster Linie Inhalte vermittelt, die sich auf die Planung von Programmen und Angeboten in der Erwachsenen- und Weiterbildung beziehen. Neben einem Blick auf die unterschiedlichen Adressaten und Zielgruppen der Weiterbildungsplanung sowie deren Weiterbildungsverhalten, wird auch auf Marketingstrategien Bezug genommen, die u.a. für die Außendarstellung von Weiterbildungsinstitutionen relevant werden können. Die Ebene der betrieblichen Weiterbildung wird dabei immer wieder reflektiert. Abschließend bekommen die Studierenden grundlegende Informationen über Finanzierungsquellen und die Nachbereitung von Weiterbildungsangeboten.
Kursinhalte
Gesellschaftliche und Institutionelle Rahmenbedingungen Organisationsentwicklung und Bildungsauftrag
Didaktisches Handeln auf Einrichtungsebene
Adressaten- und Zielgruppenorientierung Adressaten und Zielgruppen: Begriffsklärung und Analyse
Zielgruppendifferenzierung und soziale Milieus
Weiterbildungsverhalten, -motive und -barrieren
Zielgruppenorientierte Marketinginstrumente Das ablauflogische Modell
b) Aktionsinstrumente des Marketings: Angebots-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik
Analyse von Bildungsbedarfen, -bedürfnissen und -interessen Begriffliche Klärung: Bedarf, Bedürfnis, Interesse
Bedarf als Handlungsfeld in der Erwachsenen- und Weiterbildung
(Partizipative) Methoden der Bedarfserhebung
Programmplanung Programme
Planungs- und Analysemodell
Programmplanungshandeln
Dozenten- und Kursleitergewinnung
Angebotsplanung Angebote
Modell der Angebotsentwicklung
Spektrum an Lernformaten
Teilnahmebestätigung und/oder Zertifikat
Nachbereitung von Bildungsangeboten Entscheidung über den Evaluationsgegenstand
Bewertung der Ergebnisse
Finanzierung von Programmen und Angeboten Finanzierungsquellen
Mischfinanzierung im Alltag
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

### 3. Onlinemarketing

Dieser Kurs bedient sich interdisziplinärer Grundlagen, die den Studierenden eine operative und strategische Auseinandersetzung mit dem Thema Onlinemarketing ermöglichen. Hierzu zählen betriebs- und volkswirtschaftliche Prinzipien ebenso wie kommunikative multimediale Grundlagen oder die Betrachtung der grundsätzlichen Tonalität von Onlinemarketing-Kanälen. Dieser ganzheitliche Blick ist essenziell für die strategische Planung: Neben der Betrachtung der Positionierung von Unternehmen im World Wide Web wird im Kurs erarbeitet, wie Onlinemarketing-Auftritte optimiert werden können. Die Erfolgsmessung und Auswertung relevanter Kennzahlen runden die einheitliche Grundlage für dieses übergeordnete Modul ab.
Kursinhalte
Grundlagen des Onlinemarketings Entwicklung und Begriff des Onlinemarketings
Der Onlinekommunikationsprozess
Die elektronische Wertschöpfung
Die Rolle des Onlinemarketings im Marketingmix
Elektronische Geschäftskonzepte und Plattformen
Aktuelle Entwicklungen und Trends
Formen und Kanäle des Onlinemarketings Überblick über die Formen des Onlinemarketings
Affiliate- und Suchmaschinenmarketing
Displaywerbung und E-Mail-Marketing
Social-Media- und Influencer-Marketing
Content-Marketing und Storytelling
Virales Marketing und Word-of-Mouth-Marketing
Native Advertising und Mobile Marketing
Real Time Bidding und Programmatic Advertising
Online-PR
Onlinemarketing-Strategie Ziele festlegen und eine Basis schaffen
Die Customer Journey
Der richtige Channelmix
KPIs definieren und analysieren
Mediaplanung online Prinzipien erfolgreicher Mediaplanung
Mediabudgets zielgerichtet kreieren und strukturieren
Integrierte Kampagnen und Crossmedia-Marketing
Erfolgreicher Mediamix durch Kampagnenmanagement
Der Onlineauftritt Website und Webdesign
Corporate Website
Landingpage
Blog
Onlineshop
Onlinepräsentation und -distribution von Produkten und Dienstleistungen – Vor- und Nachteile
Mobile Marketing und M-Commerce Grundlagen und Einordnung des Mobile Marketings
Mobile Web vs. Apps
QR-Code-Marketing und Location-based Services
Mobile Commerce und Mobile Payment
Erfolgsfaktoren mobiler Kampagnen
Onlinerecht Rechtliche Aspekte des Onlinemarketings
Das Urheberrecht und der Umgang mit User-generated Content
Das Recht am eigenen Bild
Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
Onlinekundenbindung und -service Das AIDA-Modell – Erweiterungen für das Onlinemarketing
Kundengewinnung und Kundenbindung im Onlinemarketing
Onlinekundenbindung im Kundenbeziehungslebenszyklus
Onlinekundenservice
Exkurs: Mass Customization
Web Analytics Kennzahlen im Onlinemarketing
Web Monitoring
Big Data

### 4. Projekt: Konzeption und Planung in der Kultur- und Medienpädagogik

Kultur- und medienpädagogische Arbeit ist ohne projektorientiertes Vorgehen nicht denkbar. Ob es darum geht, E-Learning-Materialien für die Bildungsarbeit zu konzipieren oder einen Ausstellungsraum kindgerecht aufzubereiten, ob im Einsatz für ein seniorengerechtes Bibliotheksangebot oder für größer angelegte Bildungsprogramme – in all diesen Bereichen sind fundierte Kenntnisse in der Konzeption, Durchführung und Evaluation von Projekten gefordert.
Kursinhalte
Im Zentrum dieses Kurses steht die eigenständige Planung eines Projektes im Bereich Kultur- und Medienpädagogik. Die Studierenden vertiefen dabei ihr Wissen in der Praxis und setzen eine Idee in ein Konzept um. Besonderes Augenmerk liegt hierbei auf der Konzeptionsphase und den damit verbundenen Recherche-, Vorbereitungs- und Planungsprozessen. Ebenso steht die Entwicklung und Anpassung einer Idee an ggf. vorhandene Rahmenbedingungen im Fokus.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Projektbericht

## 03 Enthaltene Zertifikate

**Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau**

## 04 Voraussetzungen

### Vorkenntnisse

**Niveau: Keine Vorerfahrung**

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

### Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

## 05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Bildungsreferent, Bildungsberater, Online Marketing Manager

NÄCHSTER SCHRITT

## Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen