Digital Marketing und E-Commerce

Online-Marketing & SEO/SEA · 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

Online-Advertising, Social Media, Community Management und die vielen Facetten des E-Commerce sind allgegenwärtig. Mit Deiner Online-Weiterbildung Digital Marketing und E-Commerce spielst Du in einer neuen, digitalen Liga. Und kannst dazu passend neue Vermarktungsstrategien entwickeln. Du lernst das strategische Online- und Social Media-Marketing, seine Instrumente und die technischen Grundlagen gängiger Web-Technologien kennen. Über den gesetzlichen Rahmen für Online- und Social Media-Marketing und zentrale KPIs verschiedener Onlinemarketing-Disziplinen weißt Du Bescheid. Deine Erkenntnisse setzt Du souverän in Onlinemarketing-Strategien bzw. Online-Kampagnen und Contentmarketing-Maßnahmen um. Konzepte, Geschäftsmodelle und Akteure sowie Chancen und Risiken des E-Commerce hast Du drauf. So wie die Optionen zur Ableitung einer eigenen E-Commerce-Strategie. Dann erweiterst Du Dein Know-how um die Elemente des operativen Marketings – Markenkommunikation, interaktive Produkt-/Service- und Preisgestaltung, Bezahlsysteme und Mobile Commerce-Systeme. Online-Werbung, -Preisbildung und -Kommunikation sowie PR-Aktivitäten in Sozialen Netzen sind Dir geläufig. Und mit technischen Voraussetzungen wie Usability, Auswahl von Shop- und Bezahlsystemen, juristischen Rahmenbedingungen und aktuellen Digital Analytics Trends im Marketing kennst Du Dich ebenso aus.

02 Lehrplan & Module

1. Online- und Social-Media-Marketing

Im Rahmen dieses Modulbestandteils werden sowohl die konzeptionellen Grundlagen des strategischen Online- und Social Media-Marketings gelegt als auch Struktur, Inhalte und Gestaltungsoptionen für die operative Ausgestaltung der jeweiligen Online-Marketinginstrumente vermittelt. Darüber hinaus werden die wesentlichen technischen Grundlagen der gängigsten Web-Technologien vertieft sowie Ansätze und Instrumente zur Führung, Umsetzung und Kontrolle der Werbewirkung von Online-Medien dargestellt. Die Betrachtung des gesetzlichen Rahmens für das Online- und Social Media-Marketing erfolgt ebenso wie ein Ausblick und die Diskussion und erste Bewertung künftiger Online-Entwicklungen und -Marketingtrends.
Kursinhalte
Grundlagen des strategischen Onlinemarketings Integrierte Kommunikation als Erfolgsgrundlage
Interne und externe Rahmenbedingungen des Onlinemarketings
Situations- und Umfeldanalyse
Definition der Ziele des Online- und Social-Media-Marketings im B2C- und B2B-Kontext
Einführung in die grundlegenden Webtechnologien Grundlagen und Funktionsweisen des Internets
Aktuelle Technologien und Trends
Der Onlinemarketingmix Grundlagen zur Wirkung von Onlinemarketing
Überblick der klassischen Instrumente des Onlinemarketings
Mobile Marketing
Social-Media-Marketing
Beurteilung der alternativen Onlinemarketinginstrumente hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten und -grenzen
Integriertes Onlinemarketing und virale Kampagnen
Planung, Steuerung und Kontrolle von Onlinemarketing Planung von Online-Marketinginstrumenten
Zentrale Erfolgsgrößen des Onlinemarketings
Ansätze und Instrumente zur Erfolgsmessung von Online- und Social-Media-Aktivitäten
Rechtliche Rahmenbedingungen des Online- und Social-Media-Marketings
Ausblick und Diskussion: Die Zukunft des Onlinemarketings Aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Onlinemarketing
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

2. Digital Analytics und Strategies

Dem Marketing steht heute eine Vielzahl von Online-Instrumenten und Daten zur Verfügung. Allerdings fehlt häufig auf Grund der Menge an Informationen der Überblick, welche Daten, welche Informationen und welche Kennzahlen den Erfolgsbeitrag der jeweiligen Onlinemaßnahmen am Besten messen und dokumentieren.
Kursinhalte
Grundlagen und Aufgaben von Digital Analytics Einführung und Definition von Digital Analytics
Ziele von Digital Analytics
Daten- und Informationsquellen
Rechtliche Rahmenbedingungen
Metriken von Digital Analytics Grundlagen zu Metriken
Hits, Seitenaufrufe, Besuche und Besucher
Weitere Metriken
Grenzen von Metriken: Ungenauigkeiten und Unschärfen
Digitale Key Performance Indicators (KPIs) und deren Analyse Suchmaschinenmarketing: Kennzahlen und Analyseansätze
Social Media: Monitoring und Analyseansätze
Website: Kennzahlen und Analyseansätze
Email: Kennzahlen und Analyseansätze
Digital Strategy Development Grundlagen der Customer Journey
Ableitung von digitalen Marketingzielen entlang der Customer Journey
Anwendungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Digital & Mobile Campaigns
Anwendungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Content Marketing
Kontrolle der Strategie- und Maßnahmenumsetzung
Weiterentwicklungen und Perspektiven der Digital Analytics
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

3. E-Commerce I

Der Kurs E-Commerce I behandelt die strategische Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce. Neben grundlegenden Fachbegriffen, Konzepten, Geschäftsmodellen und Akteuren werden auch die Chancen und Risiken des elektronischen Geschäftsverkehrs innerhalb marktbezogener und rechtlicher Rahmenbedingungen behandelt.
Darauf aufbauend werden die möglichen strategischen Optionen im E-Commerce ausführlich dargestellt, auf Basis derer sich eine eigene E-Commerce-Strategie ableiten lässt.
Kursinhalte
Grundlagen des E-Business und E-Commerce Begriffsdefinition, Abgrenzungen und Zusammenhänge
Mobile Commerce
Entwicklungstendenzen und Möglichkeiten
Ökonomische Rahmenbedingungen im E-Commerce
Wertschöpfung und Geschäftsmodelle
Akteure/Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen
Formen des E-Commerce Betriebstypen des E-Commerce
Innovative Formen des interaktiven E-Commerce
Strategische Optionen im E-Commerce Sortimentspolitik
Preispolitik
Distributionspolitik
Kommunikationspolitik
IT-Systemlandschaft und interne Organisation des E-Commerce
Kundenbindung, Vertrauen und Reputation
Entwicklung einer E-Commerce-Strategie Konzeptioneller Rahmen
Zielplanung
E-Business-Analyse
E-Business-Strategieformulierung
E-Business-Strategieimplementierung und Strategieaudit
Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce Erfolgsmessen im E-Commerce
Erfolgsfaktoren im E-Commerce
Chancen und Risiken im E-Commerce Rechtliche Risiken im E-Commerce (B2C)
Chancen und Risiken für Pure-Player
Chancen und Risiken für Multi-Channel-Player
E-Commerce in ausgewählten Sektoren E-Commerce im Konsumgüterbereich (B2C) – E-Shop
E-Commerce im Investitionsgüterbereich (B2C) – E-Procurement
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

4. E-Commerce II

Dieser Kurs erweitert und vertieft das Verständnis des elektronischen Geschäftsverkehrs um Elemente operativen Marketings, besonders der Markenkommunikation und interaktiven Produkt-/Service- und Preisgestaltung, ergänzt um vertiefende Aspekte der wachsenden Bedeutung von Bezahlsystemen und von Mobile Commerce-Systemen.
Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden Online-Werbung, -Preisbildung und -Kommunikation, sowie PR-Aktivitäten, beispielsweise im Bereich der sozialen Netze, diskutiert. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die technischen Voraussetzungen für erfolgreiches E-Commerce wie Usability, Auswahl von Shop- und Bezahlsystemen. Ergänzt wird das Kursprogramm um rechtliche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Kundeneinbindung.
Nach Abschluss des Kurses hat der Studierende ein vertieftes Verständnis für die Marketingimplikation von E-Commerce.
Kursinhalte
Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce Das Verhalten von Online-Kunden
Formen des Online-Marketings
Bedeutung, Funktion und Wirkung von Online-Marketing im E-Commerce
Online-Vertriebskanäle, Mobile Marketing und Apps
Umsetzung: Entscheidungskriterien, Lastenheft und Projektmanagement
Web Usability Kriterien guter Web Usability
Barrierearmes Design und Responsive Design
Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing
Netzbasierte Zahlungssysteme Kriterien webbasierter Zahlungssysteme
Prepaid-Systeme, Pay-now-Systeme und Pay-later-Systeme
Mobile Payment
Scoring
Rechtsgrundlagen Rechtliche Aspekte bei Bestell- und Liefervorgang
AGB, Handels- und Widerrufsrecht
Bildrechte, Markenschutz und Datenschutz
Haftung des Shop- und Webseitenbetreibers
Shopsysteme – Tools – Logistik Erfolgsfaktoren und Auswahlkriterien eines guten Onlineshops
Gütesiegel/Zertifizierung
Warenangebot und Bestellvorgang
Abwicklung und Logistik
Inkasso- und Forderungsmanagement
Social Media Marketing im E-Commerce Crossmediale Vermarktung von Onlineshops
Kundenbindung und Erzielung von Reichweite
Konfliktmanagement in sozialen Netzwerken
Social Media-Werbung und -Werbenetzwerke
Monitoring und Analyse Erfolgsmessung: Ziele, Methoden und Mittel
Targeting und KPI-Definitionen
Web Controlling
Besucheranalyse
Fakten zum Modul: Niveau: Master · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

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 Master Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Master-Niveau ist anspruchsvoller als auf Bachelor-Niveau. Vorhandenes Grundlagenwissen im gewählten Fachbereich ist deshalb von Vorteil.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: E-Commerce Manager, E-Commerce Marketing Manager, Digital 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