Online Marketing

Online-Marketing & SEO/SEA · Anbieter: Karriere Tutor

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	Zeitgebunden
Dauer	8 Wochen in Vollzeit oder 16 Wochen in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 2 Wochen
Vorkenntnisse	Berufliche Vorerfahrung
Abschluss	Zertifikat von Karriere Tutor
Inklusive	Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

Karriere Tutor
Steinerstraße 15, 81369 München
Telefon: 06174 9513046
E-Mail: karriereberatung@karrieretutor.de
Web: https://www.karrieretutor.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Online Marketing bündelt die Kanäle, mit denen Unternehmen ihre Zielgruppen im Netz erreichen. In diesem Kurs lernst du, wie Website, Content Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung, Social Media Marketing und E-Mail-Marketing als ein System zusammenwirken. Behandelt werden dazu Veränderungen und Trends, rechtliche Aspekte, die Strategieentwicklung und die Auswertung der Maßnahmen.

Die Inhalte im Zusammenhang

Zunächst geht es um Aufgaben und Kompetenzen im Online-Marketing-Management, um rechtliche Aspekte und um die digitale Markenentwicklung. Darauf folgt der Instrumentenkasten: Customer Experience Management und Touchpoint Management ordnen die Berührungspunkte, der Online-Marketing-Mix verteilt die Mittel auf Website, Content Marketing, Suchmaschinen, soziale Netzwerke, E-Mail und Affiliate Marketing. Am Ende steht die datengetriebene Steuerung mit Marketing-Automatisierung und Web-Analyse, umgesetzt mit Google Analytics 4, Google Search Console und Canva. Wer Online Marketing lernen möchte, bekommt damit ein Bild der ganzen Disziplin statt einzelner Bausteine: Strategie, Kanäle und Erfolgskontrolle greifen ineinander, Kampagnen lassen sich planen und in ihrer Wirkung bewerten.

Perspektiven

Rollen wie Online-Marketing-Manager:in, Digital-Marketing-Referent:in, Kampagnenmanager:in, Content-Manager:in oder Web-Analyst:in. Aufgabenfelder sind die Strategie für digitale Kanäle, die Betreuung von Website und Inhalten, die Planung von Suchmaschinen- und Social-Media-Maßnahmen, das E-Mail-Marketing und die Auswertung von Kennzahlen.

02 Lehrplan & Module

1. Einführung Online Marketing

Trends und Herausforderungen
Aufgaben und Kompetenzen eines Online-Marketing-Managers
Strategieentwicklung, Online Marketing Strategien
Customer Experience Management
Touchpoint Management, Digitale Markenentwicklung
Online-Marketing-Mix und Instrumente
Website, Content Marketing, E-Mail-Marketing
Social Media Marketing, Online-Werbung, Affiliate Marketing

2. Ziele und Zielgruppen

Ziele einer Website
Zielformulierung
Zielgruppendefinitionen, Personas
Zielgerichtete Kommunikation

3. Customer Journey und Cross Media

Definition Customer Journey
Phasen und Formen der Customer Journey
Cross Media-Marketing
Cross Media-Ansätze
Wirkung von Cross Media-Aktivitäten im Web Marketing
Planung von Cross Media-Kampagnen

4. Website und Usability

Zieldimensionen einer Website
Einflussfaktoren auf einer Website
Besuchertypen von Webseiten
Grundregeln für eine Webseite
Planung einer Webseite
User Experience
Tipps für die Umsetzung
Perspektive Sprache

5. Content Marketing

Content-Arten
Content Strategie
Content Audit
Planung und Messbarkeit
Storytelling
Storyscaping

6. Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Überblick über Suchmaschinen
Logik von Suchmaschinen
Ranking-Kriterien für Suchmaschinen
Google Updates
SEO und Marken
Keyword-Recherche
On Page-Optimierung
Off Page-Optimierung

7. Online Advertising und Suchmaschinenmarketing (SEM)

Akzeptanz von Online-Werbung
Formen von Online-Werbung
Targeting und Relevanz
Suchmaschinenwerbung (SEA)

8. Social Media Marketing

Kommunikation im Wandel
Social Media Strategie
Social Media Monitoring und Analytics
Social Media Content
Community Management
Reputation Management
Krisenkommunikation
Netiquette
Social Media Matrix

9. E-Mail Marketing

Bedeutung und Grundlagen des E-Mail Marketings
Planung einer E-Mail-Kampagne
Umsetzung E-Mail Marketing
Daten im E-Mail Marketing
Erfolgsmessung
Automatisierte E-Mails
Trends im E-Mail Marketing

10. Affiliate Marketing

Definition Affiliate Marketing
Funktionsweise und Affiliate-Netzwerke
Werbemittel im Affiliate Marketing
Abrechnungsmodelle
Trackingmethoden
Gefahrenquellen

11. Kennzahlen

Definition von Erfolgsmessung
Erfolgsmessung im Marketing
Zielableitung
Quantitative Kennzahlen
Qualitative Kennzahlen
Kennzahlen und KPI

12. Grundlagen Neuromarketing

Definition Neuromarketing
Limbic Map
Psychologie und Webseiten
Entscheidungsfindung
Praktische Ansätze im Neuromarketing
Definition und Bedeutung des Primings

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zertifikat von Karriere Tutor

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Berufliche Vorerfahrung

Abgeschlossene Berufsausbildung und/oder Studium. Grundlagenkenntnisse im strategischen Marketingmanagement.

Technische Voraussetzungen

Für die Teilnahme empfehlen wir dir, einen Computer mit mindestens 13 Zoll Bildschirmdiagonale zu nutzen, der mindestens WIN 10 oder OS 14.10 unterstützt und mehr als 4 GB Arbeitsspeicher hat. Du kannst mit einem PC oder einem Notebook, für manche Funktionen auch mit einem Tablet oder sogar deinem Smartphone teilnehmen. Es können grundsätzlich alle Browser, wie z. B. Safari, Google Chrome, Mozilla Firefox oder Edge, in der aktuellsten Version verwendet werden. Das notwendige technische Equipment wie einen Arbeitslaptop stellen wir dir zur Verfügung.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Fachkräfte
- Berufstätige
- QuereinsteigerInnen

Mögliche Berufsbilder: Online Marketing Manager, Online Marketing Specialist, Digital Marketing Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

Karriere Tutor · Steinerstraße 15, 81369 München
06174 9513046 · karriereberatung@karrieretutor.de · https://www.karrieretutor.de

Online ansehen