Professional Marketing Manager

Content Marketing · 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	36 Wochen in Vollzeit oder 72 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

Diese Weiterbildung vermittelt Wissen in den Bereichen strategisches Marketing, Content Marketing, Suchmaschinenmarketing und Digital Media Management. Sie umfasst zudem Kommunikations- und Präsentationstechniken sowie die Grundlagen des Storytellings. In den Übungen kommen ChatGPT, MS Copilot, Google Analytics 4, Google Search Console, Sistrix, Google Ads, Business Manager und Ads Manager von Meta und Google, Canva, HTML, CSS und JavaScript zum Einsatz.

02 Lehrplan & Module

1. Strategisches Marketing Management

Situationsanalyse, strategisches Dreieck
Kundenorientierung, Wettbewerbsorientierung
Situationsanalyse mit SWOT
Interne und externe Analyse
Käuferverhalten, Verhaltens- und neuropsychologische Modelle
Typologisierung und Bestimmungsfaktoren
Marketingforschung und -prognose
Marktabgrenzung und -segmentierung
Psychografische Segmentierungansätze

2. Marketingziele

Zielformulierung, quantitative und qualitative Ziele
Ökonomische und psychografische Ziele
Zielbeziehungen
Kurz-, mittel- und langfristige Ziele
Anforderungen
Zielgruppendefinition

3. Marketing-Strategien und Positionierung

Definition und Zweck einer Strategie
Bezugsebenen
Positionierung aus Kundensicht
Kano-Modell der Kundenzufriedenheit
Perceptual Map
Marktwahlstrategien
Marktteilnehmerstrategien
Strategiebewertung

4. Markenführung

Definition und Stellenwert einer Marke
Funktion einer Marke aus Kunden- und Unternehmenssicht
Identitätsbasierter Markenführungsansatz
Markenarchitektur und Typologisierung
Strategische Markenplanung
Operatives Branding
Controlling, Bewertung der Marke

5. Marketing-Mix: 4P-Ansatz

Produktpolitik, Produkt/Programm
Preispolitik, Konditionenpolitik
Kommunikationspolitik, Mediaplanung
Distributionspolitik, Marketinglogistik

6. Marketingcontrolling

Ziele und Zweck des Marketing-Controllings
Kennzahlen, Ermittlung von Kennzahlen
Strategisches Controlling
Operatives Controlling

7. Branchenspezifisches Marketing

Industriegütermarketing
Dienstleistungsmarketing, erweiterter Marketing Mix: 7P-Ansatz
Internationales Marketing

8. 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

9. Suchmaschinenmarketing (SEM)

Online vs. Offline: Instrumente, Unterschiede und Merkmale
Status Quo und Trends im SEM, Marktanteile
Suchmaschinen - Funktionen und Logik
Ranking-Kriterien, Google Updates

10. Suchmaschinenoptimierung (SEO)

SEO-Maßnahmen
Rich Snippet, Featured Snipped
Beeinflussung (Klickzahlen)
Keyword-Arten und -Analyse, Vorgehen und Tools
On Page-Optimierung - Maßnahmen und Überprüfung
SEO-Content, SEO-Texte, WDF IDF-Analyse, Rank Math
Off Page-Optimierung, Backling-Aufbau: Do's and Don'ts, Optimierung
Analyse, Optimierungsmöglichkeiten und Priorisierung

11. Suchmaschinenwerbung (SEA)

Akzeptanz und Formen von Online-Werbung
Kampagne, Anzeigengruppe, Anzeige
Kampagneneinstellungen
Anzeigenerweiterungen
Suchnetzwerk
Google Ads: Display Ads, Shopping, Video, App, Smart
Google Ads: Allgemeine Einstellungen, Berichte
Google Ads: KPIs, Conversion, Analyse/Analytics, Optimierung
Targeting und Relevanz

12. 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

13. 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

14. Affiliate Marketing

Definition und Funktionen
Affiliate-Netzwerke
Werbemittel im Affiliate Marketing
Abrechnungsmodelle
Trackingmethoden
Risiken und Gefahren

15. Kennzahlen, KPIs

Erfolgsmessung
Zielableitung
Quantitative Kennzahlen
Qualitative Kennzahlen

16. Digital Media Management

Grundlagen des Online Marketing
Strategien und Kanäle im Online Marketing
Digitale Medienstrategie
Medien- und Projektplanung
Touchpointmanagement und Customer Experience
Definition von Content Marketing
Content Marketing Prozess und Methoden
Content Management und Ziele

17. Grundlagen der Kommunikation

(Digitale) Kommunikation, Kommunikationsmodelle
Feedback (Formen, Regeln, Prozess und Risiken)
Gesprächsführung im Unternehmenskontext, Konfliktgespräche
Gestaltung von Präsentationen, inhaltliche Vorbereitung und Planung
Präsentationstechniken, digitale Präsentation
Körpersprache, Stimme, Embodiment, Stimme und Stress
Umgang mit Nervosität und "Lampenfieber"

18. Storytelling

Begriffsdefinition und Gegenstand
Was ist Storytelling?
Ursprung und Meilensteine
Biologie und Wissenschaft
Einsatzgebiete des Storytelllings
Drehbücher, Filme, Podcast und Brandings
Relevanz für Unternehmen
Core Story und Storytypen
Storyfinding
Fundorte guter Geschichten
Kreativitätstechniken, Werkzeuge und Methoden
Bausteine des Storytellings
Dramaturgie, Plots, Klassischer Aufbau

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zertifikat von Karriere Tutor

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Berufliche Vorerfahrung

Abgeschlossene Berufsausbildung und/oder Studium.

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

- QuereinsteigerInnen
- Fachkräfte
- Berufstätige

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