

Zertifikatsprüfungsordnung und Lehrgangsbeschreibung

Diese Zertifikatsprüfungsordnung der Steinbeis+Akademie gilt für den folgenden Lehrgang auf Basis der gültigen Rahmenordnung zur Durchführung von Zertifikatslehrgängen (RZLG) in der jeweils aktuellen Fassung.

Lehrgangsbezeichnung **Digitales Marketing & Social Media - Einführung**

| | | | | | |
|----------------------|------------|----------------------------|--------------------|------------------|-------------|
| Kompetenzfeld | Management | Persönlichkeitsentwicklung | Bildungsmanagement | Gesundheitswesen | Technologie |
| | X | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------|------------|----------|--|--|--|
| Durchführungsort/e | Regensburg | Nürnberg | | | |
|---------------------------|------------|----------|--|--|--|

| | | | | |
|------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| Abschluss | Diploma of Advanced Studies (DAS) | Certificate of Advanced Studies (CAS) | Diploma of Basic Studies (DBS) | Certificate of Basic Studies (CBS) |
| | | | X | |

Qualifikationsziel

Die Teilnehmenden beherrschen zum Ende des Lehrgangs den Einsatz computerbasierter Systeme. Sie werden dadurch befähigt digitale Technologien und digitale Medien für die Analyse, die Planung und Durchführung von Marketingaktivitäten zielführend umzusetzen zu können. Die Teilnehmenden verstehen es die Technologien und die Trends des Digital Marketing in das gesamte Marketingkonzept zu integrieren. Sie sind zusätzlich mit der Konzeption und der Ausgestaltung und der Entwicklung von Strategien im digitalen Marketing vertraut. Das Qualifizierungsziel besteht darin, dass die Teilnehmenden das digitale Marketing in jedem Aspekt des Marketingmanagements und in allen Bereichen des Marketingmix professionell einsetzen können.

RZLG-ergänzende Zulassungsvoraussetzung

| | | | |
|-----------------|---------|----------------|--------|
| Lehrform | Präsenz | Präsenz/Online | Online |
| | | X | |

| | | | | |
|----------------|---------|--|--|--|
| Sprache | Deutsch | | | |
|----------------|---------|--|--|--|

| | | | | |
|------------------|----------|-------------|----------------|--------------|
| Workload in Std. | Gesamt/h | Seminarzeit | Selbstlernzeit | Transferzeit |
| | 100 | 30 | 40 | 30 |

| | | | | | |
|----------------------------------|-------------|---|----------|------------------------|------------------------------------|
| Art der Leistungsnachweise (LNW) | Klausur (K) | Präsentation/ mündliche Prüfung (P) | Case (C) | Transferarbeit (TA) | Projekt- studienarbeit (PSA) |
| | | | | X | |

Inhalte

| Modul | Schwerpunktt Themen | Seminarzeit/h |
|---|--|---------------|
| Einführung in das Digitale Marketing | Aufbau von Webseiten, Grundfunktion einer Suchmaschine, Erfolgskennzahlen, Definition des Digital Marketing, Digital Marketing Disziplinen | 3 |
| Klassische Instrumente des Digitalen Marketing | Websitengestaltung (Qualität einer Webseite, Zielgruppenausrichtung und Targeting, Webanalytic Anbieter, Automatisiertes und Social Targeting, Usability und User Experience, Design, Technische Aspekte); SEO (Google SERP, Google Search Console, Crawling und Indexierung, On-Page-Elements, Contentoptimierung, Linkstruktur, Rankings); SEA (Der Sales Funnel, Google Ads Kontostruktur, Anzeigenformate, Vor- und Nachteile von Google Ads, Conversion Rates); Affiliate Marketing (Grundkonzept des Affiliate-Marketing, Leistungen eines Affiliates-Netzwerks, Mögliche Publisher, Beschreibung von Partnerprogrammen, Mult-Channel-Funnel, Attributionsmodelle) | 9 |
| Ausgewählte und vertiefende Inhalte des Digital Marketing | Content Marketing (Content-Marketing-Prozess, das Customer Journey, Core-Story); Viral Marketing (Virale-Marketing-Kampagne, Formen des Viralen Marketing); Video Marketing (YouTube, Content Breakdown, Video-Erstellung, Video-Typen, Videobearbeitung, Kamerasysteme, Ton und Licht); Gamification (Unterteilung nach Left Brain und Right Brain) | 9 |

| | | |
|--------------------------------------|---|----------|
| <p>Social Media Marketing</p> | <p>Social-Media-Marketing Überblick (Entwicklung von Social Media, Phasen der Entwicklung, Macht der Influencer, Fack News und Blockaden, Definition von Social-Media-Marketing, Social-Media-Mythen, Social-Media-Strategie-Ansatz) Der Social-Media-Zyklus (Einsatz von Social-Media-Monitoring, Social-Media-Monitoring-Tools, Social-Media-Strategiepyramide, Ziele im Social-Media, Integrationsmodelle, notwendige Kompetenzen, Social Media und Recht, Social-Media planen und umsetzen)</p> | <p>9</p> |
|--------------------------------------|---|----------|