alfatraining Beratung
beratung@alfatraining.de
0800 3456-500
Mo. - Fr. von 8 bis 17 Uhr kostenfrei aus allen Netzen.

Kursstart alle 4 Wochen

Online-Marketing Manager:in mit Digital Marketing

Du erlernst Begriffe und Maßnahmen im Digital Marketing und Online Marketing sowie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz in diesem Bereich. Ermöglicht wird dies mit Kenntnissen in Adobe Photoshop und InDesign, Webdesign und CMS, Content und Search Engine Marketing sowie Social Media.

Abschlussart
Zertifikat „Online Marketing Manager:in“

Abschlussprüfung
Praxisbezogene Projektarbeiten mit Abschlusspräsentationen
Certified Content Marketing Manager:in
Certified Social Media Manager:in

Dauer
24 Wochen

Unterrichtszeiten
Montag bis Freitag von 08:30 bis 15:35 Uhr
(in Wochen mit Feiertagen von 8:30 bis 17:10 Uhr)

Nächste Kursstarts
27.05.2024
24.06.2024
22.07.2024

LEHRGANGSZIEL

Du beherrschst die wichtigsten Begriffe und Maßnahmen im Online Marketing und kannst Inhalte fachlich und rechtlich beurteilen und mit möglichst großer Reichweite präsentieren. Du planst Blogbeiträge effizient, gestaltest diese ansprechend mit entsprechender Software und verfügst auch über grundlegendes Verständnis im Bereich Webdesign und CMS. Du bist vertraut mit SEM und SEO, kannst Google AdWords-Kampagnen durchführen und mit Google Analytics den Erfolg deiner Unternehmenswebseite eruieren. Du beherrschst die gängigen Social-Media-Kanäle und kennst Chancen und Risiken.

Außerdem bist du mit den wichtigsten modernen Marketingstrategien und Kommunikationskanälen vertraut, kannst
Marketingstrategien planen, durchführen sowie bewerten und kennst die dazugehörigen rechtlichen Rahmenbedingungen.
Zudem kennst du die wichtigsten Begriffe und Tätigkeiten im Bereich digitales Marketing, wie beispielsweise das Social Media Marketing, die 4Ps und 4Rs oder das Crosschannel- und Crossmedia-Marketing.

ZIELGRUPPE

Der Lehrgang richtet sich an Personen mit abgeschlossenem Studium im Bereich Wirtschaft oder Kommunikationswissenschaften oder einer vergleichbaren Ausbildung.

BERUFSAUSSICHTEN

Du spezialisierst dich im Bereich des Online-Marketings auf die Vermittlung von Inhalten und findest damit in Marketing-, Social Media- und Werbeagenturen eine Anstellung. Branchenübergreifend sind Online Marketing Manager:innen in allen Unternehmen gesucht, die Wert auf einen professionellen Internetauftritt legen.

LEHRGANGSINHALTE

BASISWISSEN ADOBE PHOTOSHOP CC UND ADOBE INDESIGN CC

Grundlagen Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop CC (ca. 8 Tage)
Einführung in Arbeitsumgebung und Benutzeroberfläche
Basiswissen zu Dateiformaten und Farbmodi
Auflösung, Bildgröße und Arbeitsfläche
Effektiv arbeiten mit Ebenen
Ebenenstile, Mischmodi und Deckkraft
Auswählen und Maskieren von Bildbereichen
Transformieren und Smartobjekte
Inhaltsbasierte Füllung
Bildfehler reparieren und retuschieren
Einfache Farbkorrekturen und Farbanpassungen
Filter, Smartfilter und Neural Filters
Bilder aus- und weitergeben

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess
Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Grundlagen Layout mit Adobe InDesign CC (ca. 8 Tage)
Einführung in Arbeitsumgebung, Benutzeroberfläche, Menü- und Befehlsstruktur
Dokumentansicht, Zoomen und Navigieren
Seiten- und Dokumentenaufbau
Dateien anlegen und speichern
Layouthilfen nutzen (z. B. Hilfslinien, Raster)
Musterseiten und automatische Seitenzahlen
Mit Rahmen und Objekten gestalten
Platzieren von Bildern und Texten
Grundlagen der Textformatierung
Einsatz von Adobe Fonts
Formate und Vorlagen nutzen
Mit Farben und Verläufen arbeiten
Ebenen verwenden
Interaktivität und digitale Veröffentlichung
Dateiausgabe und -weitergabe

Projektarbeit (ca. 4 Tage)
Zur Vertiefung der gelernten Inhalte
Präsentation der Projektergebnisse

BASISWISSEN WEBDESIGN UND CMS

Grundlagen Webdesign HTML5 und CSS3 mit Adobe Dreamweaver und Notepad++ (ca. 12 Tage)
Einführung in das Thema
Einführung in Entwicklungsumgebungen (Notepad++ und Dreamweaver)
Bestandteile einer Internetseite
Suchmaschinenfreundliche Grundstruktur von HTML5
Code-Guideline und Namenskonventionen
Aufbau HTML-Tags und Attribute
Hyperlinks (relativer, absoluter Dateipfad, interne, externe Links)
Listen, Images, Tabellen, Formulare
Formatierung mit CSS3 (Cascading Style Sheets)
Feste und responsive (flexible) Webseiten

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess
Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Planung und Strukturierung von Websites (ca. 2 Tage)
Konzeptablauf, Ressourcenplanung, Monetarisierung
Konzeption, Seiten- und Strukturaufbau einer Website/eines Webprojektes
Bildmaterial vorbereiten (Größen, Zuschnitt, weboptimiert speichern)
Rechtliche Fragen (Impressum, Datenschutz, Haftungsausschluss)

Grundlagen CMS mit Wordpress (ca. 3 Tage)
Dashboard (Benutzeroberfläche) von Wordpress
Benutzerverwaltung und Profil (passwortgeschützte Bereiche und Rechtemanagement)
Medienverwaltung
Kommentare
Seiten und Beiträge anlegen und bearbeiten
Visueller- und Text-Editor
Veröffentlichung
Designbereich: Menüs, Widgets, CSS-Editor, Theme-Beispiel
Downloads bereitstellen
Theoretisches zu Updates

Projektarbeit (ca. 3 Tage)
Zur Reflexion und Festigung der gelernten Inhalte
Präsentation der Projektergebnisse

FACHWISSEN CONTENT MARKETING

Grundlagen des journalistischen Arbeitens (ca. 5 Tage)
Redaktionelles Arbeiten, redigieren
Journalistische Recherchetechniken, Online-Recherche
Journalistische Standards
Strukturen und Arbeitsweisen von Redaktionen und Online-Redaktionen
Textwerkstatt/Schreibübungen
Textarten (Nachrichten, Berichte, Reportagen, Porträts, Kommentare, Kritiken)
KI-Werkzeuge für Recherche und Redaktion

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess
Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Grundlagen Content Marketing (ca. 7 Tage)
Strategien entwickeln und dokumentieren
Projekte planen
Ziele definieren und Messgrößen bestimmen
Zielgruppen nach psychosozialen und demografischen Aspekten bestimmen
Customer Journey und daran angelehnte Modelle zur strategischen Planung anwenden
Der richtige Mix unterschiedlicher Inhalte
Storytelling im Content Marketing: Einfache und komplexe Storystrukturen für unterschiedliche Kanäle
KI-Sprachmodelle im Storytelling nutzen
Effektive Distribution des Contents
Effektivität der Maßnahmen messen

Blogs im Marketing (ca. 2 Tage)
Verschiedene Arten von Corporate Blogs
Kurzeinführung WordPress:
Einen Blog planen und betreiben
Erstellen von Blogbeiträgen

Recht (ca. 2 Tage)
Rechtliche Fallstricke erkennen
Internetrecht
Haftung für eigene und fremde Inhalte
Urheberrecht

Projektarbeit, Zertifizierungsvorbereitung und Zertifizierungsprüfung (ca. 4 Tage)

FACHWISSEN SEM MARKETING

Suchmaschinenoptimierung Grundbegriffe (ca. 3 Tage)
Webbasierte Suchmaschinen
Google Universal Search
Vertikale Suchmaschinen
Suchergebnisseiten und Treffer
Rich Snippets
Google Knowledge Graph
PageRank
Domain Authority
Google Suchergebnisse/Sucheinstellungen
RankBrain
Suchanfragen mit lokalem Bezug/Local SEO
Social SEO
Sprachsuche

SEO-Prozesse (ca. 2 Tage)
Schritte des SEO-Prozesses
SEO-Ziele definieren
Zielgruppe/Persona
Keyword-Kandidaten
SEO KPIs
Conversions
Content-Qualität
Google Ranking Signale
Suchintention
Within Document Frequency (WDF)
Inverse Document Frequency (IDF)

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess
Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Webseitenoptimierung (ca. 3 Tage)
Optimierung für Mobilgeräte (AMP)
Meta-Tags/Meta-Description/Meta-Title
Duplicate Content
Semantisches Web/Suche
Strukturierte Daten und deren Bedeutung/Einsatzmöglichkeiten
Ladezeiten einer Webseite überprüfen
Domains auf IP-Adresse überprüfen
Sicherheitsfunktionen des https-Protokolls
Robots.txt
Ankertexte
Google Penalty
Suchanfragen mit lokalem Bezug/Local SEO
Entwicklungen Barrierefreiheit

SEO-Erfolgskontrolle (ca. 3 Tage)
Erfolgskontrolle ohne kommerzielle Tools durchführen
Tools für die Ranking-Überwachung
Google-Index/Google Qualitätsrichtlinien
Backlinks und Linkbuilding-Maßnahmen
Sichtbarkeitsindex
OnPage-Analyse

Google Ads (ca. 2 Tage)
Google Ads
Absicht von Suchanfragen analysieren
Erstellung von Keyword-Listen
Kampagnenarten/Ziele/Aufbau Google Suchanzeigen
Google Keyword Planer
Kampagnen aufsetzen und verwalten
Google Ads Auktion

Webanalyse (ca. 3 Tage)
Web Analytics
Ziele und Funktionen
Datenschutz
Reichweitenmessung
Möglichkeiten und Grenzen der erfassbaren Daten
Google Analytics 4 einrichten/Demo-Account
Echtzeit-Berichte
Zielgruppenanalyse
Herkunft der Webseitenbesucher:innen
Event- und Goal-Tracking
Ereignistracking
Google Search Console
Besucherverhalten
Google Tag Manager
Cookies

Projektarbeit, Zertifizierungsvorbereitung und Zertifizierungsprüfung (ca. 4 Tage)

FACHWISSEN SOCIAL MEDIA MARKETING

Social Media im Unternehmen (ca. 2 Tage)
- Grundlagen/Unternehmenskommunikation
- Chancen/Risiken
- Berufsbilder im Social Media Marketing
- Einsatzmöglichkeiten/Dos and Don'ts

Social Media Strategie (ca. 3 Tage)
Entwicklung von Social-Media-Strategien und entsprechenden Kampagnen
- Grundlagen zur Erstellung einer Social Media Strategie
- Dreiphasenmodell
- SMART-Zieldefintion
- Zielgruppe definieren/Persona entwickeln
- Ist-Analyse/Audit/Ressourcen
- Kanäle auswählen
- Content-Methoden inkl. Redaktionsplan
- Content-Formate auf Social Media
- Erfolgsmessung/Maßnahmen Analyse
- Strategie anpassen (POST)

Social Media Management (ca. 2 Tage)
- Social Medie Tools
- Community Management
- Dos and Don'ts
- Netiquette
- Krisenmanagement/Shitstorm
- Beispiele aus der Praxis

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess
Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Social Media Kanäle (ca. 7 Tage)
Strategische Bedeutung und Möglichkeiten der sozialen Netzwerke
Funktionsweise/Algorithmus, Nutzerstruktur und Praxisbeispiele für:
- Facebook inkl. Meta Business Suite (u. a. Beiträge planen)
- Instagram
- Pinterest
- TikTok
- X und Youtube mit kurzem Überblick
- Business-Netzwerk LinkedIn (u. a. Employer Branding und Social Recruiting als Social Media Ziel)
- Xing (Allgemeine Information, Neuausrichtung, Plattform)

Online-Recht für Social Media (ca. 3 Tage)
Rechtliche Fallstricke erkennen
Welche Rechte müssen beachtet werden?
Aktuelle rechtliche Rahmenbedingungen
Urheberrecht
Datenschutz (DSGVO)
Namensrecht, Markenrecht
Haftung für eigene und fremde Inhalte
Lizenzen/Kennzeichnungspflichten
Beispiele aus der Praxis

Projektarbeit, Zertifizierungsvorbereitung und Zertifizierungsprüfung (ca. 3 Tage)

DIGITAL MARKETING

Grundlagen (ca. 3 Tage)
Marktforschung und -analyse
Zielgruppenanalyse, Customer Insights
Customer Experience (CX)
4Ps (Product, Price, Place, Promotion)
Preis- und Vertriebsstrategie
B2B und B2C
Kommunikationsstrategie und -kanäle

Brand Building und Management (ca. 1 Tag)
Positionierung und Zieldefinition
Brand Values
Brand Personality
Corporate Identity und Corporate Design

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess
Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Digitales Marketing (ca. 4 Tage)
Marketingformen und Medienwerbung
Content Marketing, Storytelling
SEO/SEA, Google Analytics
Sonderwerbeformen im Überblick: Display, Affiliate und Virales Marketing
Retargeting und Remarketing
Social Media Marketing
Collaborative Consumption
Newsletter Marketing
Cross-Channel und Cross-Media: der optimale Marketing-Mix

Influencer-Marketing (ca. 1 Tag)
Wirkungsfaktor von Influencer-Marketing
Kriterien für die passenden Markenbotschafter:innen
Bewerten von Reichweite
Mikro- vs. Makroinfluencer:innen
Vertragsgestaltung
Produktion
Kennzeichnungspflichten

Erfolgsmessung und Budgetierung (ca. 4 Tage)
Relevante Begriffe, Messgrößen und Abrechnungsmodelle
Methoden und Tools zur Usability-Messung und -Optimierung
Bekanntheit, Markentreue, wahrgenommene Qualität
Buyer´s Journey, Customer Decision Funnel, AIDA Modell, After Sales
4Rs (Recognition, Relevance, Reward, Relationship)
KPI
Budgetierung

Data Driven Marketing (ca. 1 Tag)
Big Data, Smart Data, Data Driven Marketing, First Party Data, Second Party Data
Rechtliche Rahmenbedingungen (ca. 1 Tag)
Urheberrecht und Recht am eigenen Bild
Informationspflichten im Internet
Marken-, Wettbewerbs- und Äußerungsrecht
Gesetzliche Grenzen unerlaubter Werbung
Markenanmeldung und Markenüberwachung
Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte

Präsentation der Projektergebnisse

UNTERRICHTSKONZEPT

Didaktisches Konzept

Deine Dozierenden sind sowohl fachlich als auch didaktisch hoch qualifiziert und werden dich vom ersten bis zum letzten Tag unterrichten (kein Selbstlernsystem).
Du lernst in effektiven Kleingruppen. Die Kurse bestehen in der Regel aus 6 bis 25 Teilnehmenden. Der allgemeine Unterricht wird in allen Kursmodulen durch zahlreiche praxisbezogene Übungen ergänzt. Die Übungsphase ist ein wichtiger Bestandteil des Unterrichts, denn in dieser Zeit verarbeitest du das neu Erlernte und erlangst Sicherheit und Routine in der Anwendung. Im letzten Abschnitt des Lehrgangs findet eine Projektarbeit, eine Fallstudie oder eine Abschlussprüfung statt.

Virtueller Klassenraum alfaview®

Der Unterricht findet über die moderne Videotechnik alfaview® statt - entweder bequem von zu Hause oder bei uns im Bildungszentrum. Über alfaview® kann sich der gesamte Kurs face-to-face sehen, in lippensynchroner Sprachqualität miteinander kommunizieren und an gemeinsamen Projekten arbeiten. Du kannst selbstverständlich auch deine zugeschalteten Trainer:innen jederzeit live sehen, mit diesen sprechen und du wirst während der gesamten Kursdauer von deinen Dozierenden in Echtzeit unterrichtet. Der Unterricht ist kein E-Learning, sondern echter Live-Präsenzunterricht über Videotechnik.

FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Die Lehrgänge bei alfatraining werden von der Agentur für Arbeit gefördert und sind nach der Zulassungsverordnung AZAV zertifiziert. Bei der Einreichung eines Bildungsgutscheines oder eines Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheines werden in der Regel die gesamten Lehrgangskosten von deiner Förderstelle übernommen.
Eine Förderung ist auch über den Europäischen Sozialfonds (ESF), die Deutsche Rentenversicherung (DRV) oder über regionale Förderprogramme möglich. Als Zeitsoldat:in besteht die Möglichkeit, Weiterbildungen über den Berufsförderungsdienst (BFD) zu besuchen. Auch Firmen können ihre Mitarbeiter:innen über eine Förderung der Agentur für Arbeit (Qualifizierungschancengesetz) qualifizieren lassen.

ⓘ Änderungen möglich. Die Lehrgangsinhalte werden regelmäßig aktualisiert. Die aktuellen Lehrgangsinhalte findest Du immer unter www.alfatraining.de.