

Kursstart alle 4 Wochen

Brand Marketing Designer:in

Der Kurs vermittelt Marketing- und Kommunikationsformen sowie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) für ein erfolgreiches Markenmanagement. Du erlernst wichtige Begriffe und Maßnahmen im Social Media Marketing und SEM-Management und bist in der Lage, Online-Kampagnen zu erstellen.



Abschlussart

Zertifikat „Brand Marketing Designer:in“



Abschlussprüfung

Praxisbezogene Projektarbeiten mit Abschlusspräsentationen

Certified SEM Manager

Certified Social Media Manager:in



Dauer

16 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

Nach Abschluss des Lehrgangs besitzt du Grundlagenkenntnisse in den Bereichen digitales Marketing und Online Marketing. Du weißt, wie eine Marke aufgebaut wird und was eine erfolgreiche und zielgerichtete Markenkommunikation ausmacht. Zudem kennst du die wichtigsten Begriffe und Maßnahmen im Social Media Marketing und bist in der Lage, Online-Kampagnen zu erstellen und die Auffindbarkeit einer Webseite in den Suchergebnissen von Suchmaschinen wie z. B. Google, Bing oder Yahoo zu erhöhen.

ZIELGRUPPE

Der Kurs richtet sich an Personen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation oder Social Media und an alle, die im Marketing beruflich Fuß fassen oder ihr Unternehmen erfolgreich vermarkten möchten.

BERUFSAUSSICHTEN

Brand Marketing Designer:innen sind in großen sowie mittelständischen Unternehmen gesucht und auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragt. Mögliche Einsatzgebiete sind Werbeagenturen oder Marketingabteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen aller Wirtschaftsbranchen.

Dein aussagekräftiges Zertifikat gibt detaillierten Einblick in deine erworbenen Qualifikationen und verbessert deine beruflichen Chancen.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse im Bereich Microsoft Windows und Office sowie erste Erfahrungen in den sozialen Netzwerken in Form von einem Facebook- und/oder Instagram-Konto werden vorausgesetzt.

LEHRGANGSINHALTE

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

BRAND MARKETING

Brand Building (ca. 3 Tage)

Definition des Markenbegriffs
Zieldefinition
Zielgruppenanalyse, Customer Insights
Customer Experience (CX)
Brand Values
Brand Personality
Positionierung

Rechtliche Grundlagen (ca. 1 Tag)

Markenanmeldung
Markenüberwachung in digitalen Medien
Ansprüche bei Markenverletzungen

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Digital Branding (ca. 3 Tage)

Auswahl der richtigen Kanäle
Online Marketing Mix
Customer Journey
Personas erstellen
Touchpoint-Management

Brand Communication (ca. 3 Tage)

Content Marketing
Agendasetting und Storytelling
Emotionalisierung
User Generated Content
Lovestorm und Shitstorm
Markenkommunikation mit Chats

Influencer Marketing (ca. 2 Tage)

Wirkungsfaktor von Influencer Marketing
Kriterien für Markenbotschafter:innen
Bewerten von Reichweite
Mikro- vs. Makroinfluencer
Vertragsgestaltung
Produktion
Kennzeichnungspflichten

Erfolgsmessung (ca. 3 Tage)

Bekanntheit
Markentreue
Wahrgenommene Qualität
Branding KPI
Monitoring Tools

Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte
Präsentation der Projektergebnisse

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-Zieldefinition
 - 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 Media 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)

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.

① Änderungen möglich. Die Lehrgangsinhalte werden regelmäßig aktualisiert. Die aktuellen Lehrgangsinhalte findest Du immer unter www.alfatraining.de.