

Online Marketing Manager/in (m/w/d)

Titel	Online Marketing Manager/in (m/w/d)
Zulassungsnummer	7486924c

Veranstalter

Adresse:	OneCareer GmbH Kurfürstendamm 14 10719 Berlin
Telnr:	0000
E-Mail-Adresse:	info@career1group.com
Webseite:	https://www.onecareer.de/impressum/

Lehrgangsziel

Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten für die berufliche Ausübung der Tätigkeit als Online Marketing Manager/in

Inhalte

Lehrgangsinhalte:

Strategisches Marketingmanagement:
Strategische Situationsanalyse im Marketing •
Ziele und Methoden im Marketing • Der
Marketingmix und seine 4 Instrumente (4 Ps) •
Differenzierung und Controlling im Marketing |
Online Marketing: Die Basics des Online
Marketings • Zielsetzung und
Zielgruppenfindung im (Content) Marketing •
Erfolgsfaktoren: Wie Nutzer zu Käufer werden •
SEO (Suchmaschinenoptimierung) • SEA
(Suchmaschinenmarketing) und Online
Advertising • Social Media Marketing • E-Mail-
und Affiliate Marketing • Analyse und
Auswertungsmethoden des Online Marketings |
Social Media Management: Einleitung ins
Social Media Management • Kernkompetenzen
des Social Media Managers • Soziale
Netzwerke im online Marketing •
Prozessschritte im Social Media Management •
Definition der Zielgruppe und des Contents im
online | Marketing: Social Media- & Community
Management • Social Media Erfolgskontrolle:
Monitoring & Analytics • Social Media
Advertising | Suchmaschinenmarketing: Basics:
SEO (Suchmaschinenoptimierung) • Keyword-
und SEO-Optimierung • Content und On-Page
Maßnahmen • Erfolgsmessung und Controlling
im SEO-Bereich • Basics: SEA
(Suchmaschinenwerbung) • Google
Suchnetzwerk in online Marketing • Display-
Ads-Netzwerk, Remarketing und
Anpassungsmöglichkeiten • Erfolgsmessung
und Controlling im SEA-Bereich | Digitale
Medien & Management • Methodik und Ziele
der digitalen Medien • Digitale Marketing-
Elemente und Geschäftsmodelle • Agile
Arbeitsmethoden und
Medienproduktionsschritte • Medienprojekte
richtig konzeptionieren • Prozess- und
Kostenmanagement bei Medienprojekten •
Entwicklung, Gliederung und Planung von
Content im online Marketing • Erfolgreiches
Content-Marketing • Systematische
Speicherung, Ausspielung und Wirkung
digitaler Produkte • Technisch und
gestalterische Aspekte von Medien •
Prozessfaktoren der Videoproduktion im online
| Marketing: Digitale Distribution und deren
Erfolgsmessung • Rechtliche
Rahmenbedingungen und emotionale Aspekte
digitaler Medien | Projektmanagement:
Definition von Projektmanagement
(Projektmanagement-Grundlagen) • Die Top-
Erfolgsfaktoren eines Projektes
(Projektmanagement-Grundlagen) |

Medien, die Bestandteile des Fernlehreangebots sind:	Module auf einer digitalen Lernplattform, E-Books, Videos, Audiodateien, Lernerfolgskontrollen, Abschlussprüfung
---	--

Abschluss

Abschluss:	institutsinternes Zertifikat
Art des Abschlusses:	institutsinterne Prüfung

Voraussetzungen

Teilnahmevoraussetzungen:	Es werden keine spezifischen schulischen Abschlüsse vorausgesetzt, allgemeines Verständnis für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge sind von Vorteil, grundlegende Computerkenntnisse sind erforderlich, einschließlich der Fähigkeit, einen Webbrowser zu bedienen, E-Mails zu senden und zu empfangen sowie einfache Anwendungen wie Textverarbeitungsprogramme zu nutzen; Technische Voraussetzungen: Endgerät mit Internetzugang
Prüfungsvoraussetzungen:	Nachweis ausreichender Vorbereitung

Kosten

Teilnahmekosten (Gesamtkosten):	20.290,00 €
Lehrgangskosten:	20.290,00 €
Kosten für (externe) Prüfungen:	0,00 €
Anzahl der Raten:	10
Höhe der Raten:	2.029,00 €

Die Teilnehmerkosten können Veränderungen erfahren haben, die der ZFU zum Redaktionsschluss noch nicht vorlagen. Aktuelle Gebühren, Kosten und Erläuterungen dazu erhalten Sie beim Fernlehrinstitut.

Zeitraumen

Gesamtdauer in Monaten:	11.00
Gesamtdauer in Stunden:	1324 Std. (1765 Unterrichtsstunden zu je 45 Min.)
Wöchentlicher Lernaufwand für das Selbstlernen in Stunden:	28.00
Synchrone Lerneinheiten (je 45 Minuten):	0
Präsenzunterricht:	Nicht vorgesehen

Zusätzliche Informationen

Die Module des Lehrgangs können auch einzeln belegt werden. Näheres hierzu ist beim Institut zu erfragen.