

# Hochschulzertifikat Online Marketing



**Modulbeschreibung**

# 1 Aufbau des Hochschulzertifikats Online Marketing

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Ihnen das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschullehrgang ist die hohe Flexibilität in der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und der Lehrgang wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Lehrgangsdauer dieses Hochschulzertifikats ist auf einen Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Studiums erhalten Teilnehmende eine umfassende persönliche Betreuung und profitieren von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschullehrgangs gestaltet sich sequenziell. Der Hochschullehrgang besteht aus 3 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Online-Prüfung im Multiple Choice-Format abschließen. Diese Online-Prüfung kann jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 bis 8 Seiten. Insgesamt erhalten Sie 9 vollwertige ECTS Punkte für dieses Zertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis	<b>9 ECTS</b> <b>(225 Stunden)</b>
<b>Digital Marketing</b>	Online-Prüfung (Multiple Choice-Test)	
<b>Online Advertising und Affiliate Marketing</b>	Online-Prüfung (Multiple Choice-Test)	
<b>Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie</b>	Online-Prüfung (Multiple Choice-Test)	
<b>Vertiefende Hausarbeit</b>	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus	

Modulbezeichnung	Vermittelte Fähigkeiten und Fertigkeiten
<b>Digital Marketing</b>	Nach erfolgreicher Absolvierung sind Teilnehmer*innen in der Lage, den Nutzen digitalen Marketings für Organisationen zu beschreiben und können spezifische Online Marketing-Maßnahmen auf das eigene Unternehmen anwenden. Zudem erlernen Sie, KPI-Analysen anhand von Datenauswertungen mittels Online-Marketing-Tools durchzuführen. Inhaltlich beschäftigen sich Teilnehmer*innen unter anderem mit den Grundlagen von Suchmaschinenmarketing (SEO & SEA), Social Media Marketing und E-Mail Marketing.
<b>Online Advertising und Affiliate Marketing</b>	Teilnehmer*innen kennen die Funktionslogik von Native Advertising, Display Advertising und Affiliate Marketing und sind in der Lage diese eigenständig zu planen, zu steuern und umzusetzen. Zudem beschäftigen sie sich dem Umgang mit Image Ads sowie den Grundlagen von Programmatic Advertising. Sie erlernen, statisches Werbematerial zu designen und Kosten sowie Wirkung von Bannerwerbung abzuschätzen.
<b>Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie</b>	Teilnehmer*innen lernen, digitale Marketing-Kampagnen erfolgreich umzusetzen. Teilnehmer*innen erlernen, eine Kampagne anhand Brand-Strategie, Performance-Strategie oder Loyalty-Strategie zu unterscheiden. Nach erfolgreicher Absolvierung sind sie dazu in der Lage, Key Performance Indicators zu definieren, um den Erfolg digitaler Kampagnen zu evaluieren. Teilnehmer*innen erhalten zudem das nötige Rüstzeug, um auf unterschiedlichen digitalen Kanälen entsprechende Ads im Rahmen einer Gesamtstrategie für Marketing zu schalten.
<b>Vertiefende Hausarbeit</b>	Das theoretische Wissen aus den zwei Lehrveranstaltungen dient als Basis für die abschließende Hausarbeit. Hier sollen Teilnehmer*innen das Gelernte praktisch anwenden. Die Aufgabenstellung entspricht eine Case Study – optional kann die Aufgabenstellung auch auf das eigene Unternehmen umgelegt werden. Der vorgesehene Umfang der Hausarbeit beträgt ca. 5-8 Seiten. Nach Absolvierung der schriftlichen Arbeit erhalten Teilnehmer*innen Feedback von der Lehrgangslleitung.

## 2 Modul Digital Marketing

### Lehrinhalte

- ✓ Was ist Online Marketing?
- ✓ Bedeutung von Marketing im digitalen Zeitalter
- ✓ Werbung auf digitalen Kanälen
- ✓ Webseiten
- ✓ Online-Video-Marketing
- ✓ Suchmaschinenmarketing (SEO und SEA)
- ✓ Social-Media-Marketing
- ✓ E-Mail-Marketing
- ✓ Content Marketing
- ✓ Affiliate Marketing
- ✓ Display Marketing
- ✓ Couponing
- ✓ Mobile Marketing

### Beurteilung

- ✓ Online-Prüfung

## 3 Modul Online Advertising und Affiliate Marketing

### Lehrinhalte

- ✓ Grundlagen Online Advertising und Affiliate Marketing
- ✓ Arten von Displaywerbung
- ✓ Planung, Design und Erstellung von Anzeigen
- ✓ Abrechnungsmodelle von Display Ads
- ✓ Native Advertising
- ✓ Remarketing
- ✓ Responsive Ads
- ✓ Wesen und Funktionsweise von Affiliate Marketing
- ✓ Potenzial von Affiliate Marketing
- ✓ Vorteile und Gefahren des Affiliate Marketing
- ✓ Partnerauswahl und Partnermanagement
- ✓ Affiliate-Akquisition
- ✓ Provisionsmodelle für Affiliate Marketing
- ✓ Tracking-Methoden für Affiliate Marketing
- ✓ Erfolgsbeispiele aus der Praxis

### Beurteilung

- ✓ Online-Prüfung

## 4 Modul Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie

### Lehrinhalte

- ✓ Brand-Strategie, Performance-Strategie, Loyalty-Strategie
- ✓ Key Performance Indicators
- ✓ Online-Marketing-Kanäle
- ✓ Analyse der Marktpotenziale
- ✓ Operationalisierung einer Online Marketing Strategie
- ✓ Marketing-Funnel
- ✓ Micro Conversions

### Beurteilung

- ✓ Online-Prüfung