

Hochschulzertifikat Social Media Marketing



Modulbeschreibung

1 Aufbau des Hochschulzertifikats Social Media 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 2 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 6 vollwertige ECTS Punkte für dieses Zertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis	6 ECTS (150 Stunden)
Social Media und Video Marketing	Online-Prüfung (Multiple Choice-Test)	
Content Marketing	Online-Prüfung (Multiple Choice-Test)	
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus	

Modulbezeichnung	Vermittelte Fähigkeiten und Fertigkeiten
Social Media und Video Marketing	<p>Teilnehmer*innen kennen die verschiedenen Arten sozialer Netzwerke und wissen diese im Unternehmen zielgerecht einzusetzen. Zudem begreifen sie, wie soziale Netzwerke definiert sind. Sie kennen wesentliche Kennzahlen und können den Erfolg von Social-Media-Maßnahmen messen. Des Weiteren sind sie in der Lage, Videos zu planen, zu erstellen und auf den passenden Kanälen zu vermarkten, um damit einen messbaren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.</p>
Content Marketing	<p>Teilnehmer*innen verstehen, was guten Content ausmacht und wie dieser bestmöglich distribuiert wird. Sie sind in der Lage, Content-Marketing-Strategien zu formulieren und diese operativ umzusetzen. Teilnehmer*innen erfahren, wie ansprechend aufbereiteter Content für verschiedene Zielgruppen Nutzen stiften kann.</p>
Vertiefende Hausarbeit	<p>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.</p>

2 Modul Social Media und Video Marketing

Lehrinhalte

- ✓ Begriffliche Einteilung von Social Media
- ✓ Vorstellung relevanter Social Media-Kanäle
- ✓ Grundlagen des Social Media-Dialogs
- ✓ Formulierung von Social Media-Zielen
- ✓ Definition einer Social Media-Strategie
- ✓ Soziale Netzwerke als Werbeflächen
- ✓ Planung, Erstellung und Umsetzung von Social Media-Werbung
- ✓ Social Media Marketing Tools, insbesondere Facebook Business Manager
- ✓ Eignung von Social Media-Diensten zur Ansprache bestimmter Zielgruppen
- ✓ Social Media und Video Marketing zur Steigerung der Markenbekanntheit
- ✓ Virales Marketing
- ✓ Produktion von Videos
- ✓ Verbreitung selbst- oder fremderstellter Videos auf den passenden Kanälen
- ✓ Video Ads

Beurteilung

- ✓ Online-Prüfung

3 Modul Content Marketing

Lehrinhalte

- ✓ Content-Marketing
- ✓ Marketing 4.0
- ✓ Content-Marketing-Strategien
- ✓ Operatives Content-Marketing
- ✓ Storytelling im Content-Marketing
- ✓ Digital Public Relations

Beurteilung

- ✓ Online-Prüfung