Diplomlehrgang

Social Media Marketing

Modulbeschreibungen

Inhaltsverzeichnis

1 Aufbau des Diplomlehrgangs Social Media Marketing 3

2 Modul Digital Marketing 4

3 Modul Social Media und Influencer:innen Marketing 5

4 Modul Brand Creation 6

5 Modul Content Marketing und Storytelling 7

6 Modul Social Commerce 8

7 Modul Neuro und Emotional Selling 9

1 Aufbau des Diplomlehrgangs Social Media Marketing

Modulname	Arbeitsaufwand in Stunden	entspricht in ECTS umge-rechnet	Prüfungsformat
Digital Marketing	50	2	**Online Prüfung**
Social Media und Influencer:innen Marketing	100	4	**Online Prüfung**
Branding Creation	50	2	**Online Prüfung**
Content Marketing und Storytelling	100	4	**Online Prüfung**
Social Commerce	50	2	**Online Prüfung**
Neuro und Emotional Selling	50	2	**Online Prüfung**
Summe	**400**	**16**	

2 Modul Digital Marketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	**Digital Marketing**
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, … unterschiedliche Online-Kanäle und deren Funktion für das digitale Marketing zu benennen. … die Bedeutung des Online-Marketings im digitalen Zeitalter zu begründen. … die Kriterien für eine erfolgreiche Website zu formulieren. … Ansätze zu entwickeln, die konventionelle Marketingmaßnahmen durch digitale Kommunikation ergänzt und ersetzt werden. … Maßnahmen im digitalen Marketing zu bewerten. … Digital Marketing in Organisationen und Unternehmen zu planen und praktisch durchzuführen.
Modulinhalte	• Bedeutung Marketing im digitalen Zeitalter • Werbung auf digitalen Kanälen • Findability-/Usability-/Profitability-Ebene • Kriterien für eine erfolgreiche Website • Social Media Marketing und die wichtigsten Kanäle • Gestaltung und Aufbereitung von E-Mail Marketing • Mobile Marketing • Erfolgsmessung und Controlling im digitalen Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

3 Modul Social Media und Influencer:innen Marketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	**Social Media und Influencer:innen Marketing**
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, … die wichtigsten Plattformen für Social Media Marketing zu nennen. … zu bestimmen, welcher Content sich für welche Plattformen eignet. … zu begründen, welche Plattformen für welche Kampagnen genutzt werden sollten, um die definierten Ziele zu erreichen. … den Einsatz von sozialen Plattformen aus der Zielsetzung gemäß der Social-Media-Strategie abzuleiten. … zu differenzieren, welche soziale Medien von welcher sozio-demografischen Personengruppe auch im interkulturellen und internationalen Maßstab genutzt wird. … effektiv über Content-Creation zu entscheiden. … einen Planungszyklus des Social-Media-Marketings zu gestalten. … Influencer:innen-Marketing als innovative Marketingstrategie zu interpretieren. … Einsatzfelder des Influencer:innen-Marketings zu identifizieren. … Influencer:innen-Marketing-Kampagnen zu planen und zu gestalten.
Modulinhalte	• Soziale Medien und deren Klassifikation • Nutzungsverhalten von sozialen Medien • Ziele und Aufgaben des Social-Media-Marketings • Social-Media-Marketing-Strategie • Content-Marketing • Soziale Netzwerke im Überblick • Video-Marketing • Influencer:innen Marketing • Brand Ambassadors
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

4 Modul Brand Creation

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	**Brand Creation**
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, … Wirkungsmodelle zur Positionierung von Marken zu erläutern. … Markenstrategien zu beurteilen und auszuwählen. … Bestandteile des Corporate Designs zu analysieren. … die Bedeutung von Marken-Tracking zu argumentieren und umzusetzen. … Modelle zur Entwicklung des Markenwertes zu unterscheiden und zu gestalten. … Brand Experience Management in das eigene Unternehmen zu integrieren.
Modulinhalte	• Brand Management • Markenstrategien • Markenführung • Markensteuerrad • Corporate Design • Brand Tracking • Brand Equity • Brand Awareness
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

5 Modul Content Marketing und Storytelling

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	**Content Marketing und Storytelling**
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, … Content Marketing zu definieren und im breiten Bereich des Marketings einzuordnen. … die Ziele und Nutzen der Content Strategie zu erläutern und zu begründen. … das Konzept der Buyer Persona zu erklären und weitergehend eine Buyer Persona zu entwickeln. … zwischen interner und externer Content Produktion zu unterscheiden. … eine Content-Marketing-Strategie anhand der Eigenschaften einer Buyer Persona abzuleiten. … Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im Content Marketing zu bewerten. … die Notwendigkeit der Involvierung externer Berater:innen bzw. Agenturen für das Content-Marketing zu beurteilen. … den Erfolg und die Wirksamkeit von Content Marketing einzustufen. … Storytelling-Elemente im Content-Marketing zu kreieren. … eine Content-Marketing Analyse zu gestalten und eine Content-Strategie zu entwickeln und umzusetzen. … einen Content-Marketing-Redaktionsplan zu erstellen.
Modulinhalte	• Definition, Abgrenzung Content Marketing • Methoden des Content Marketing • Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im Content Marketing • Ziele und Nutzen der Content-Strategie • Content-Marketing Analysen • Content Controlling und Monitoring • Interne vs. externe Content Produktion • Crossmedia-Kampagnen im Content Marketing • Content Marketing • Operatives Content Marketing • Storytelling im Content Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

6 Modul Social Commerce

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	**Social Commerce**
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, … aktuelle Trends des Social Commerce zu beschreiben. … die Funktionsweise von Social Commerce zu erklären. … entlang konkreter Projekte für die Zielerreichung geeignete Social Commerce Plattformen auszuwählen. … die Grundlagen des Storytellings im Social Commerce zu verstehen und in Form von Postings umzusetzen. … erfolgsentscheidende Elemente des Social Commerce zu erläutern, zu bewerten und deren Realisierung zu planen.

Modulinhalte	• E-Business, E-Commerce und Social Commerce
	• Funktionsweise und Umsetzung von Social Commerce
	• Plattformen in Bezug auf Social Commerce:
	  ○ Pinterest
	  ○ Facebook
	  ○ Instagram
	  ○ Youtube
	  ○ TikTok
	• Storytelling
	• Erfolgsfaktoren
	• Influencer:innen Marketing in Bezug auf Social Commerce
	• Metaverse
	• Live-Shopping und Livestream-Shopping
	• Conversational Shopping

Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

7 Modul Neuro und Emotional Selling

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	**Neuro und Emotional Selling**
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, … die Begriffe und Prinzipien des Neuromarketings zu beschreiben. … unterschiedliche Ansätze des Emotional Selling zu beschreiben und anzuwenden. … emotionales Verkaufen nachzuweisen und zu analysieren. … verschiedene Ansätze der Verkaufskommunikation einzustufen und zu bewerten. … die neuropsychologische Verarbeitung in die verschiedenen Ansätze zu integrieren.
Modulinhalte	• Neuromarketing • Prinzipien des Emotional Selling • Kaufentscheidungen • Messbarer Verkauf • Emotionen erkennen, analysieren und steuern • Neuro-Kommunikation • LimbicMap • Emotionale Verkaufsintelligenz
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

E-Learning Group

Guglgasse 12 / 3. OG

Gasometer Turm C

A-1110 Wien

https://fernstudium.study

Beratung:

studienberatung@e-learning-group.com

+43 1 361 97 67 10

ELG
E-Learning Group