



Online Marketing Manager/in – Schwerpunkt Social Media

Die digitale Weiterbildung in Voll- oder Teilzeit mit zertifiziertem Abschluss

Online Marketing Manager/in: Eine Position, die in immer mehr Unternehmen verschiedenster Größe branchenübergreifend besetzt wird. An die 10.000 offene Stellen finden sich allein in Deutschland unter diesem Suchbegriff. Knapp 15.000 sind es, wird die Suche um den Begriff Social Media Manager/in erweitert. Und dabei handelt es sich nur um Stellen, die auch offiziell ausgeschrieben und innerhalb von Stellensuchmaschinen veröffentlicht werden.

Besonders größere Unternehmen publizieren aktuelle Ausschreibungen ausschließlich innerhalb ihres Karriereportals, was die genannten Zahlen nochmals um ein Vielfaches erhöht. Online Marketing Manager/innen sind also sehr gefragt - Erhöhen Sie Ihre Chancen auf diese Position und bilden Sie sich mit anerkanntem Zertifikat weiter!

Wir statten Sie mit dem notwendigen Werkzeug aus, indem wir Sie mit relevanten Komponenten wie beispielsweise Suchmaschinenmarketing, Conversion Optimierung, Mobile und Messenger Marketing, Rechtsgrundlagen sowie Social Media Marketing, als besonderen Schwerpunkt, vertraut machen. Lernen Sie, wie Sie Klick für Klick eine Facebook Werbekampagne aufsetzen oder mit Photoshop und nützlichen Tools Bilder für Social Media Kanäle kreieren, die Eindruck machen.

Mit dieser Weiterbildung, bei der Sie abschließend auch noch eine Online Marketing Strategie für ein von Ihnen selbst gewähltes Unternehmen konzipieren, legen Sie den Grundstein für Ihre Karriere im digitalen Marketing.

Der Zertifikatslehrgang im Überblick

- Praxisbezogenes, umfassendes Wissen in allen Online Marketing & Social Media Disziplinen
- Keine Präsenztermine - der gesamte Lehrgang findet online statt
- Lebenslanger Zugang zu unserer Lerncommunity, den Expertenchats & Aktualisierungen
- Kursbegleitendes Workbook mit vielen Lernhilfen
- Lehrgang staatlich zugelassen durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht
- Bei Arbeitgebern anerkanntes Abschlusszertifikat und Kompetenzsiegel
- Inklusive kostenfreies Bewerbungstraining
- 1-3 Monate in Vollzeit, 3-6 Monate in Teilzeit. Dauer flexibel entsprechend der Vorkenntnisse und persönlicher Situation in Absprache mit dem Berufsberater
- Trägernummer: 644/2270 Maßnahmennummer: 644/167/23
- Der Lehrgang umfasst 622 Unterrichtseinheiten (UE)
- Starttermine 2023: 31.01.; 28.02.; 30.03.; 27.04.; 31.05.; 29.06.; 31.07.; 31.08.; 28.09.; 30.10.; 30.11.; 14.12.
- **Teilnahmegebühr: 4.467,332 Euro**

Die Vorteile einer Weiterbildung bei der SMA



Effektives E-Learning

Genießen Sie vollste Flexibilität während Ihrer Weiterbildung! Alle Lerninhalte sind immer und überall auf unserer Lernplattform verfügbar. In unserer Online Community stehen Sie konstant mit anderen Lehrgangsteilnehmenden in Kontakt und haben Zugang zu Jobangeboten, Veranstaltungsempfehlungen und Fachartikeln.



Individuelle Betreuung

Persönliche Betreuung hat für uns oberste Priorität. Sie haben Fragen zu Ihrem Lehrgang, benötigen Hilfe bei der Umsetzung der Lernaufgaben oder möchten sich einfach nur mal austauschen? Unsere fachkundigen Tutoren und Tutorinnen stehen Ihnen gerne zur Verfügung, geben Lerntipps und haben stets ein offenes Ohr.



Lernen von den Besten

Lernen Sie von erfahrenen Profis aus der Praxis! Unsere Dozenten und Dozentinnen gelten als Vorreiter der Branche - sowohl Geschäftsführende namhafter Agenturen als auch Online Marketing Manager*innen in großen Konzernen. In regelmäßigen Live-Chats haben Sie die Gelegenheit Ihre Fragen direkt an die Lehrenden zu richten. Alle Chats sind auch im Nachhinein jederzeit für Sie verfügbar.



Anerkannter Abschluss

Dieser Lehrgang ist durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht zertifiziert. Sie erhalten nach erfolgreichem Abschluss ein bei Arbeitgebern anerkanntes Zertifikat - ein entscheidender Vorteil auf dem Arbeitsmarkt. An der SMA lernen Sie zudem lebenslang: Auch nach dem Abschluss haben Sie weiterhin unbegrenzten Zugang zur Lerncommunity.

Der Weg zum zertifizierten Abschluss

Zurück zur Kursübersicht

MERKE DATEN LOGOUT

VORLESUNG VON KRISTOF GÖTTLING:
#22 BILDER FÜR SOCIAL MEDIA

REZEPTE FÜR GRANDIOSE BILDER

Was poste ich?

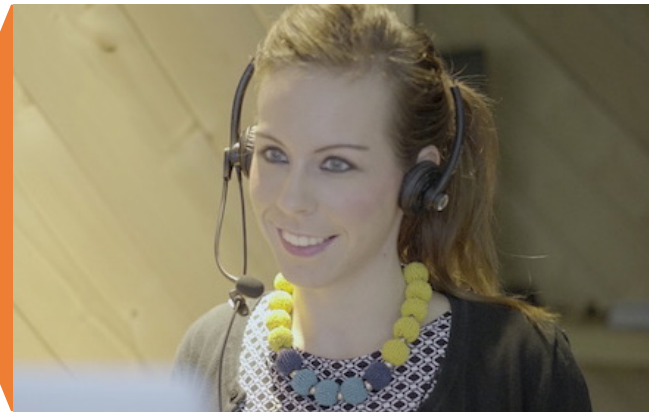
- Auf welcher Plattform poste ich? (Bilder müssen für jede Plattform ganz bestimmte Anforderungen erfüllen)
- Möchte ich privat oder kommerziell posten? (Zielgruppe)
- Was könnte meine Zuschauer interessieren? (Perspektivwechsel)

Mache dir einen Plan!

sma.

Auf unserer Lernplattform finden Sie alle zu absolvierenden Vorlesungs-Videos und die dazugehörigen Lernunterlagen. Unser Videoplayer bietet alle wichtigen Features - inklusive mobile friendliness, Kapitelauswahl und Downloadfunktion. Die anschließenden Online-Tests helfen dabei, die Hauptinhalte der Vorlesungen zu verinnerlichen und sind für das Erreichen des Zertifikates unerlässlich.

Sie haben die Möglichkeit an regelmäßigen Experten-Chats teilzunehmen. Im Rahmen dieser können Sie unseren Dozentinnen und Dozenten Fragen stellen und sich zu Themen austauschen, die Ihnen in Ihrem beruflichen Alltag begegnen. Doch damit nicht genug: Treten Sie in Kontakt mit anderen Teilnehmenden des Lehrgangs über korrespondierende Lerngruppen (Facebook/ LinkedIn)! Übrigens: Beides, sowohl die Teilnahme an Experten-Chats, als auch der Austausch in den Lerngruppen, steht Ihnen auch nach Abschluss frei.



ABSCHLUSSZERTIFIKAT sma. social media akademie

Die Social Media Akademie bestätigt hiermit, dass

M. Mustermann
den Fernlehrgang
Online Marketing Manager
erfolgreich absolviert hat.

WEITERBILDUNGSSTRUKTUR UND LERNZEIT

Der Fernlehrgang bestand insgesamt aus 34 Vorlesungen, die von dem Teilnehmenden mit Hilfe des Lernmaterials vor- und nachbereitet werden konnten. Der Teilnehmende hatte die Möglichkeit, an begleitenden Chats mit den Dozenten teilzunehmen und sich über eine virtuelle Lerncommunity mit anderen Lernenden auszutauschen. Der Teilnehmende erarbeitete während des Fernlehrgangs unterschiedliche Lernaufgaben. Er hat unter Beweis gestellt, dass er in der Lage ist, eine ausführliche Online Marketing Strategie auf der Grundlage eines realen Briefings eines Unternehmens zu entwickeln. Der Teilnehmende absolvierte 33 Online-Tests zu den Themen der Vorlesungen.

Im Rahmen der Lernaufgaben arbeiten Sie an realen Thematiken des Online Marketings und setzen das erlernte Wissen direkt für Ihren Kontext um. Ihre Warm-up Aufgabe ist die Analyse einer frei wählbaren erfolgreichen Online Marketing Kampagne. Zum Abschluss des Lehrgangs erstellen Sie eine professionelle Online Marketing Strategie anhand eines realen Briefings und erhalten individuelles, schriftliches Feedback von unserem Korrektor, oder Sie absolvieren eine Abschlussprüfung in Form von 60 Testfragen.

Das sagen unsere Absolventen



David Braun

Online Marketing Manager, Jumpers Fitness GmbH

Bei anderen Anbietern hätte ich Abstriche im Lernumfang machen müssen und hätte an nervigen Vor-Ort-Präsenzunterricht teilnehmen müssen. Ich wollte so schnell und so effizient wie möglich mein Zertifikat als Online Marketing Manager in den Händen halten um endlich beruflich durchzustarten. Bei der SMA konnte ich selbst über meine Zeit verfügen und war so in der Lage in kürzester Zeit alle Prüfungen erfolgreich abzulegen. Die Facebook Gruppe und die Experten-Chats haben mir bei vielen Fragen weitergeholfen und halten mich bei verschiedenen Themen immer noch up to date.

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

01

Grundlagen Online Marketing

- Grundgedanken und Herangehensweise
- Überblick über die Instrumente des Online Marketings
- Richtige Auswahl von Maßnahmen

02

Online Marketing Strategie

- Relevanz einer Strategie und richtige Zielsetzung
- Analyse von Ist-Zustand, Zielgruppe und Wettbewerb
- Controlling und Briefing

03

Social Media Landkarte

- Die zehn wichtigsten Social Media Kanäle im Überblick
- Facebook: Der alte Hase unter den sozialen Netzwerken
- YouTube: Die Suchmaschine

04

Facebook-Überblick

- Reichweite und die Funktionsweise des Newsfeed Algorithmus
- Erfolgsversprechende Contentkreation und Platzierung
- Erfolgsoptimierung mit Insights und Analytics

5-7

Facebook Advertising I - III

- Meta Basics: Pixel und Kriterien für erfolgreiche Ads
- Einblick in die META Business Suite
- META Werbekampagne Schritt für Schritt aufsetzen

08

Instagram für Unternehmen

- Live-Einblick: Einrichten eines Unternehmens-Accounts
- Mit Strategie zum Ziel: Erfolgreiche Präsenz auf Instagram
- Professionelle Interaktion mit der Zielgruppe und Erfolgsmessung

09

Influencer Marketing

- Den richtigen Influencer finden und einsetzen
- Aufbau einer funktionierenden Strategie
- Bedeutende Faktoren für den Erfolg und Best Cases

10

Youtube für Unternehmen

- Live-Einblick: Erstellen eines YouTube Channels
- Erfolgreicher Content und Kanalloptimierung für Suchmaschinen
- Einführung in YouTube Analytics

11

Pinterest für Unternehmen

- Live-Einblick: Erste Schritte auf Pinterest
- Schaffen von Reichweite
- Erstellung von Pinterest Ads

12

Twitter für Unternehmen

- Live-Einblick: Einrichtung eines Twitter Accounts
- Gewinnung von Follower/innen
- Tipps für erfolgreiche Werbekampagnen

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

13 Snapchat für Unternehmen

- Live-Einblick: Einrichtung eines Unternehmens-Accounts
- Strategieentwicklung und Best Practice
- Werben auf Snapchat

15 Twitch als Marketingkanal

- Verständnis und Funktionsweise der Plattform
- Wie Unternehmen Twitch als Werbekanal nutzen können
- Best Practice Beispiel und relevante Influencer

17 LinkedIn als Marketingtool

- Wie LinkedIn funktioniert
- Strategische Überlegungen und Personal Branding
- Mit welchen Inhalten man punktet und sich von der Masse abhebt

19 Content Marketing

- Was Content Marketing ist und wofür man es braucht
- Texte verfassen nach dem Motto: Informationen lieben Emotionen
- Markenbildung durch Content Marketing

21 Social Media für NPO's

- Begriffserklärung/ Einordnung
- Wie sich Non-Profit-Organisationen im Bereich Social Media von anderen unterscheiden
- Besonderheiten des Community Managements in NPO's / Fundraising und Campaigning

14 Werben mit TikTok

- Die Relevanz von TikTok
- Funktionen der App und Zielgruppe/n
- Erfolgreiche Implementierung

16 LinkedIn Advertisting

- Werbeformate im Überblick
- Aufsetzen eine Kampagne live
- Kampagnenoptimierung und Checkliste

18 Contentplanung und -erstellung

- Warum Content Management so wichtig ist
- Anleitung und Empfehlungen zur Erstellung eines Redaktionsplanes
- Wie man Ideen für guten Content entwickelt und umsetzt

20 Bilder für Social Media

- Bilderstellung und Rezepte für grandiose Bilder
- Tool-Demonstration: Bildbearbeitung mit Photoshop
- Empfehlungen für kostenfreie Smartphone-Tools

22 Einsatz von Hashtags

- Wie Hashtags entstanden sind und wo sie genutzt werden
- Welche Vor- und Nachteile der Einsatz von Hashtags mit sich bringt
- Was man bei Form und Kreation von Hashtags unbedingt beachten sollte

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

23

Community und Krisenmanagement

- Wie man Communities effektiv managt
- Community-Nutzer in Nutzertypen unterteilen und besser verstehen
- Der professionelle Umgang mit Krisen und Trollen

25

Social what?

- Warum Social Media mehr ist als „Bildchen hochladen“
- Häufige Fehler von Unternehmen und Angestellten, die Du vermeiden kannst
- Tipps zum Thema Selbstständigkeit im Bereich Social Media

27

Sprachassistenten

- Einführung in das Thema
- Funktionsweise von Sprachassistenten
- Sprachassistenten im Online Marketing & Commerce erfolgreich einsetzen

29

E-Mail Marketing

- Relevanz des E-Mail Marketings und Arten von E-Mails
- Legale Adressgewinnung
- Gestaltung von E-Mails und nützliche Tools

31

Die Unternehmenswebseite

- Warum überhaupt noch Webseite?
- Kriterien zur Auswahl des richtigen Systems
- Eine gute Besucherführung (Usability) als Kern eines gelungenen Online-Auftrittes

24

Reporting und Monitoring

- Was man unter Reporting versteht und warum es sinnvoll ist
- Die einzelnen KPI's der wichtigsten Social Media Plattformen
- Social Media Monitoring: Manuell vs. Automatisch

26

Podcast Marketing

- Was einen guten Podcast ausmacht
- Wie Unternehmen Podcasts als Marketingmöglichkeit nutzen können
- Wie man professionelle Podcasts erstellt

28

Messenger Marketing

- Messenger und die Möglichkeiten für Unternehmen
- Verschiedene Messenger im Überblick
- Die Rolle von Chatbots

30

Corporate Blogging

- Einen Corporate Blog erstellen: Redaktionsplanung und Contentformate
- Corporate Blogs und die Suchmaschinenoptimierung
- Blogvermarktung und Erfolgsmessung

32

Conversion Optimierung

- Was ist Conversion Optimierung?
- Strategisches Vorgehen und A-B-Test-Ideen
- Praxistipps und Hinweise zur richtigen Interpretation von Ergebnissen

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

Display Advertising

33

- Für welche Ziele sich Display Advertising eignet
- Klassische Display Formate und Social Media
- Justierung und Messung von Display Kampagnen

Native Advertising

34

- Ausgangssituation Native Advertising
- Werbeformate und Zielsetzung im Native Advertising
- Best Practices Native Advertising
- Targeting - Powered by Data

Programmatic Advertising

35

- Grundlagen Programmatic Advertising: Deals, Targeting, Creative Formate
- Auswahl der DSP
- Best Practice Beispiel: Programmatic im Bereich Gaming

Cross Device Tracking

36

- Allgemeines Grundverständnis von Cross Device Tracking
- Attributionsmodelle
- Hands-on mit Google Analytics

Affiliate Marketing

37

- Einbindung in den klassischen Marketing-Mix
- Budgetsteuerung und Einsatz von Werbemitteln
- Konkrete Do's and Dont's im Affiliate Marketing

Zahlen und Analysen im Online Marketing

38

- Welche Zahlen und Statistiken im Online Marketing wichtig sind
- Wie man an (die passenden) Zahlen und Statistiken kommt
- Wie man Zahlen und Statistiken richtig interpretiert

Verkaufen mit Lead Marketing

39

- Wie Lead Marketing funktioniert
- Anleitung zur Leadgenerierung
- Umwandlung von Interessenten zu Käufern

Suchmaschinenmarketing

40

- Essenzielle Grundlagen des Suchmaschinenmarketings
- Nutzung von Sistrix als SEO-Tool zur Domain-Analyse
- Die Google Ads Oberfläche: Einblick und Tipps für die ersten Schritte

Google Ads

41

- Nutzer- und Suchintention verstehen
- Keywordanalysen durchführen
- Einblick on screen: Google Ads Konto / Kampagne

Grundlagen Digital Analytics

42

- Einführung in die Welt der digitalen Analyse
- Das individuelle Bewerten von Kampagnen
- Google Analytics: Das Tool konkret bedienen lernen

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

43

Mediaplanung und Budgetierung

- Planung von Ressourcen und Budgetierung
- Vorgehen: Up oder Down?
- Professionelle Zusammenarbeit mit Dienstleistern

44

Online-Recht

- Urheber-, Datenschutz-, Wettbewerbs- und Markenrecht
- Persönlichkeitsrecht und Recht am eigenen Bild
- Elementare Faktoren der DSGVO und Impressumspflicht

Ihre Dozenten und Dozentinnen - erfahrene Profis aus der Praxis



Thomas Hörner

Berater und Dozent
E-Commerce Consulting Hörner



Patrick Klingberg

Digitaler Architekt, Speaker &
Dozent



Florian Frech

CEO & Founder
Frech & Freundlich Creative



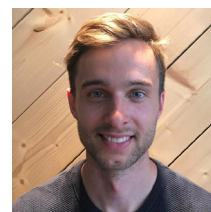
Björn Tantau

Unternehmensberater, Coach,
Autor und Keynote Speaker



Janaina von Moos

Investorin und Unternehmerin



Philipp Behncke

Geschäftsführer
Playfulmedia



Dominic Alimi

Geschäftsführer
media:meets GmbH



Dina Brandt

Selbstständige Social Media
Strategin & Bloggerin
Millenial & Friends

Ihre Dozenten und Dozentinnen - erfahrene Profis aus der Praxis



Kristof Göttling

Coach für Bildbearbeitung
und Fotografie



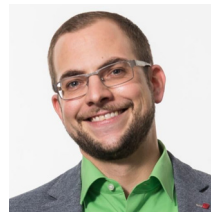
Yvonne Perdelwitz

Geschäftsführerin
postina.net



Fabian Schudy

Talent Success Manager
instaffo GmbH



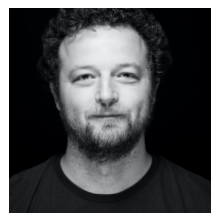
Tobias Fox

Geschäftsführer
VERDURE Medienteam GmbH



Felix Beilharz

Keynote Speaker, Trainer, Dozent,
Consultant



Jona Hölderle

Berater & Gründer
Pluralog



Matthias Mehner

Managing Director & Chief
Marketing Officer
Messenger Poeple



Martin Liss

Managing Partner podcast360
und langjähriger
Medienmanager



Daniela Sprung

Gründerin
Blog4Business,
Corporate Blog Barcamp



Mathias Würdemann

Senior Online Marketing
Manager
InnoGames GmbH



Tanja Laub

Vorsitzende Bundesverband
Community Management



Tobias Looschelders

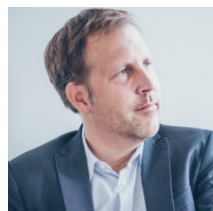
Inhaber
Digital Insight®

Ihre Dozenten und Dozentinnen - erfahrene Profis aus der Praxis



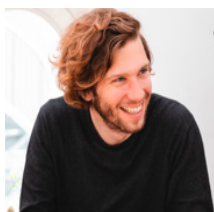
Stephanie Pelz

Head Of Marketing bei
*CinemaxX Entertainment
GmbH & Co. KG*



Dr. Carsten Ulbricht

Rechtsanwalt & Partner
Menold Bezler Rechtsanwälte



Marco Szeidenleder

Gründer
Pandata GmbH



Anna Mejeritskiy

Selbstständig
mit Schwerpunkt Performance
Marketing im B2B Bereich

Kontakt

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG

Social Media Akademie

Melchiorstraße 1

68167 Mannheim

0621 180 695 210

beratung@socialmediaakademie.de

www.socialmediaakademie.de