



Online Marketing Manager/in

Die digitale Weiterbildung in Voll- oder Teilzeit mit zertifiziertem Abschluss

Diese facettenreiche Weiterbildung vermittelt Ihnen genau die Fähigkeiten, die Sie benötigen, um als erfolgreicher Online Marketing Manager*in zu agieren - eine Position, die bei Unternehmen aller Branchen sehr gefragt ist.

Sie lernen in unseren Online-Vorlesungen von erfahrenen Experten und Expertinnen wie Sie eine ganzheitliche Online Marketing Strategie entwickeln, mit der Sie Ihre gesetzten Ziele durch passgenaue Instrumente & Maßnahmen auch wirklich erreichen. Wir stellen Ihnen die wichtigsten Online Marketing Instrumente, inklusive ihrer Eignung für verschiedene Zielsetzungen, vor. Von der professionellen Optimierung der eigenen Unternehmenswebsite, über verschiedenste Instrumente des Suchmaschinenmarketings,

Performancemarketings sowie des Social Media Marketings, erhalten Sie einen umfassenden Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten des Online Marketings. Dazu gehört natürlich auch die Analyse und das Monitoring Ihrer Maßnahmen, damit Sie Ihr Online Marketing kontinuierlich verbessern und Ihre Erfolge messen können. Im Rahmen des Lehrgangs erstellen Sie eine professionelle Online Marketing Strategie anhand eines realen Briefings und erhalten individuelles, schriftliches Feedback von unserem Korrektor.

An der SMA lernen Sie nicht allein, sondern in einer lebendigen Lerncommunity zusammen mit anderen Teilnehmenden und passionierten Alumni - lebenslang, auch nachdem Sie Ihr Zertifikat in den Händen halten.

Der Zertifikatslehrgang im Überblick

- Praxisbezogenes, umfassendes Wissen in allen Online Marketing 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
- Trägernummer: 644/2270 Maßnahmennummer: 644/167/23
- Zielbezeichnung: 92113-105 Online Marketing Manager - Fernlehrgang (e-learning)
- 1-3 Monate in Vollzeit, 3-6 Monate in Teilzeit. Dauer flexibel entsprechend der Vorkenntnisse und persönlicher Situation in Absprache mit dem Berufsberater
- Der Lehrgang umfasst 481 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: 3.667,62 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

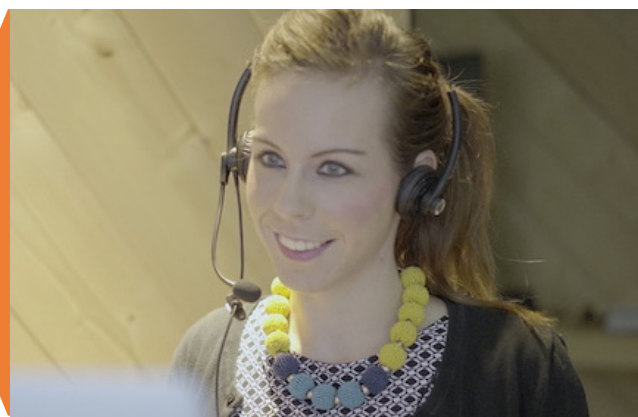
Dieser Lehrgang ist durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht zertifiziert. Sie erhalten nach erfolgreichem Abschluss ein bei Arbeitgebern anerkanntes Zertifikat - ein entscheidender Vorteil auf dem Arbeitsmarkt. An der SMA lernen Sie zudem lebenslang: Auch nach dem Abschluss haben Sie weiterhin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

Der Weg zum zertifizierten Abschluss



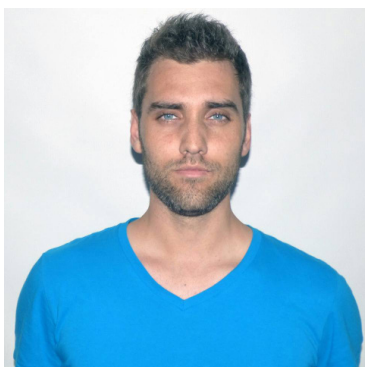
Auf unserer Lernplattform finden Sie alle zu absolvierenden Vorlesungs-Videos und die dazugehörigen Lernunterlagen. Unser Videoplayer bietet alle wichtigen Features - inklusive mobile friendliness, Kapitelauswahl und Downloadfunktion. Die anschließenden Online-Tests helfen dabei, die Hauptinhalte der 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.



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.

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

1

Grundlagen des Online Marketings

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

2

Strategie Online-Marketing

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

3

Facebook-Überblick

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

4-6

Facebook Advertising (Teil A, B und C)

- Anzeigen im Business Manager erstellen und verwalten
- Nutzen und Einsatz des berühmten Facebook Pixels
- Kampagnen analysieren, auswerten und optimieren

7

Instagram für Unternehmen

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

8

Influencer Marketing

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

9

YouTube für Unternehmen

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

10

Pinterest für Unternehmen

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

11

Twitter für Unternehmen

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

12

Snapchat für Unternehmen

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

Der Lehrplan zum Online Marketing Manager/in

13

Werben mit TikTok

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

14

Twitch als Marketingkanal

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

15

LinkedIn Advertising

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

16

LinkedIn als Marketingtool

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

17

Corporate Blogging

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

18

Messenger Marketing

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

19

Pricing für Agenturen

- Warum es so wichtig ist, verbindliche Preise im Vorfeld festzulegen
- Keine Abrechnung nach Zeitaufwand - Tipps zur Preisfindung im kreativen Bereich
- Wie Du Kundengespräche, Pitches und Preisverhandlungen meisterst

20

Podcast Marketing

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

21

Sprachassistenten

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

22

Affiliate Marketing

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

Der Lehrplan zum Online Marketing Manager/in

23

E-Mail Marketing

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

25

Content Marketing

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

27

Display Advertising

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

29

Programmatic Advertising

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

31

Suchmaschinenmarketing

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

24

Zahlen und Analysen im Online Marketing

- 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

26

Die Unternehmenswebseite

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

28

Native Advertising

- Ausgangssituation, Werbeformate und Zielsetzung
- Vorbilder für erfolgreiches Native Advertising
- Herausforderungen und Vorteile der Werbeform

30

Cross Device Tracking

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

32

Google Ads

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

Der Lehrplan zum Online Marketing Manager/in

Grundlagen Digital Analytics

33

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

Conversion Optimierung

34

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

Mediaplanung und Budgetierung

35

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

Online-Recht

36

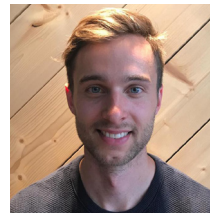
- Urheber-, Datenschutz-, Wettbewerbs- und Markenrecht
- Persönlichkeitsrecht und Recht am eigenen Bild
- Elementare Faktoren der DSGVO und Impressumspflicht

Ihre Dozenten und Dozentinnen - erfahrene Profis aus der Praxis



Patrick Klingberg

Digitaler Architekt, Speaker &
Dezent



Philipp Behncke

Geschäftsführer
Playfulmedia



Markus Hartmann

Selbstständiger Pricing Experte
und Inhaber
Pricing für Agenturen



Markus Kellermann

Autor, Podcaster
Geschäftsführer
xpose360 GmbH



Felix Beilharz

Keynote Speaker, Trainer, Dozent,
Consultant



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*



Florian Frech

CEO & Founder
Frech & Freundlich Creative



Mathias Würdemann

Senior Online Marketing
Manager
InnoGames GmbH



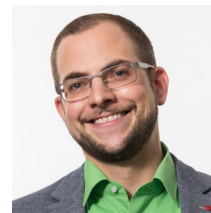
Thomas Hörner

Berater und Dozent
E-Commerce Consulting Hörner



Yvonne Perdelwitz

Geschäftsführerin
postina.net



Tobias Fox

Geschäftsführer
VERDURE Medienteam GmbH



Christoph Mohr

Geschäftsführender
Gesellschafter
Damcon GmbH



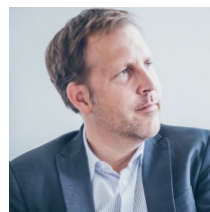
Dominic Alimi

Geschäftsführer
media:meets GmbH



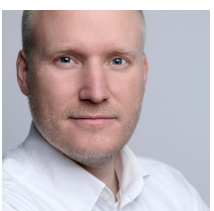
Matthias Mehner

Chief Marketing Officer
MessengerPeople



Dr. Carsten Ulbricht

Rechtsanwalt & Partner
Menold Bezler Rechtsanwälte



Björn Tantau

Unternehmensberater, Coach,
Autor und Keynote Speaker



Daniela Sprung

Gründerin
*Blog4Business,
Corporate Blog Barcamp*

Ihre Dozenten und Dozentinnen - erfahrene Profis aus der Praxis



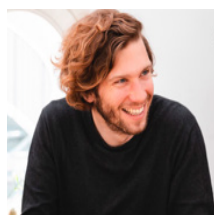
Martin Liss

Managing Partner podcast360
und langjähriger
Medienmanager



Dina Brandt

Selbstständige Social Media
Strategin & Bloggerin
Millenial & Friends



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