

Die Social Media Akademie bestätigt hiermit, dass

Romy Schneider

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.

Die Weiterbildung fand in der Zeit vom 31.08.2018 bis zum 30.11.2018 statt.

Der Teilnehmende erreichte in den Online-Tests 266 von 273 Punkten. Dies entspricht der Note sehr gut.

Das eingereichte Online Marketing Konzept entspricht mit 133 von 145 Punkten der Note 1,4.

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| Vorlesungen und Chats mit Dozenten: | 57 Stunden |
| Lernaufgaben: | 230 Stunden |
| Selbstlernzeit und Online-Test | 80 Stunden |
| Lernzeit gesamt | 367 Stunden |

Lernziele:

Der Teilnehmende lernte:

- ◆ Eine zeitgemäße Online-Kommunikationsstrategie zu entwickeln.
- ◆ Wie Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) funktionieren.
- ◆ Welche unterschiedlichen Online-Marketingmethoden es gibt und wie man diese einsetzt.
- ◆ Wie man die wichtigsten Social Media Plattformen für Marketing und Werbung nutzt.
- ◆ Was E-Mail Marketing ist und wie man es als Unternehmen professionell einsetzt.
- ◆ Wie man Traffic auf die eigene Webseite bringt und die Conversion optimiert.
- ◆ Welche Rechtsgrundlagen bei der Online-Vermarktung zu beachten sind.
- ◆ Was bei der Mediaplanung und der Zusammenarbeit mit Agenturen zu beachten ist.

Vorlesungen:

- ◆ Grundlagen des Online Marketings
- ◆ Online Marketing Strategie
- ◆ Die eigene Webseite und Conversion Optimierung
- ◆ Display, Native und Programmatic Advertising, Cross Device Tracking, Affiliate Marketing, Digital Analytics
- ◆ Suchmaschinenmarketing I & II (SEO, SEA)
- ◆ Facebook, Facebook Advertising, Messenger Marketing
- ◆ Social Media Marketing mit Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest, Snapchat, Xing und LinkedIn
- ◆ Influencer Marketing, Content Marketing, Word-of-Mouth, Corporate Blogging
- ◆ E-Mail Marketing
- ◆ Mobile Marketing
- ◆ Mediaplanung Online
- ◆ E-Commerce
- ◆ Online-Recht: Die aktuelle Rechtslage
- ◆ Zusammenarbeit mit Agenturen
- ◆ Exkurs: Die digitale Infrastruktur

Mannheim, den 29.01.2019


Matthias Bergmann (Lehrgangsführung)