brand university
of applied sciences

digital

Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Digital Marketing & Suchmaschinenmarketing

1 Aufbau des Hochschulzertifikats Digital Marketing & Suchmaschinenmarketing

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikat erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikats besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können 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 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis	
Digital Marketing	Multiple-Choice-Klausur	**6 ECTS (150 Stunden)**
Suchmaschinen-marketing	Multiple-Choice-Klausur	
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus	

2 Lernergebnisse

Die Studierende können/haben:

- ✓ die wichtigsten Begriffe, Instrumente, Methoden, sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren im Digital Marketing erklären,
- ✓ die Konzeption von Digital-Marketing-Maßnahmen erklären,
- ✓ methodische und instrumentale Kompetenz für die Planung, Konzeption und Gestaltung von cross-medialen Digital-Marketing-Projekten anwenden,
- ✓ (betriebliche) Anforderungen im Digital Marketing erkennen, erläutern sowie beschreiben und lösen,
- ✓ analytische Methoden des Digital Marketing in realen Praxisfällen sowie zur Erarbeitung eines operativen digitalen Marketingplans anwenden,
- ✓ fachbezogene Daten des Digital Marketing bewerten, interpretieren und daraus zielgruppenspezifische Erkenntnisse gewinnen,
- ✓ kleinere Projekte im Digitalen Marketing selbstständig managen,
- ✓ die konzeptionellen und technischen Grundlagen Methoden und Strategien von Suchmaschinenmarketing verstehen.

3 Lehrinhalte und Beurteilung

Lehrinhalte

- ✓ Überblick über die relevanten Kanäle, Tools und Akteure des digitalen Marketings
- ✓ Digitalisierung und Disruption
- ✓ Digitale Marketing-Technologien
- ✓ Merkmale digitaler Marketingstrategien
- ✓ Display Marketing
- ✓ Programmatic Marketing
- ✓ Funktionen und Reichweiten von Social-Media-Marketing sowie Evaluation
- ✓ Bewertung und KPI-Messung interaktiver Medien
- ✓ Erfolgsfaktoren und Mechaniken des Digital Branding
- ✓ Konstruktions-, Targeting- und Analysemodelle
- ✓ Search Engine Optimization (SEO)
- ✓ Search Engine Marketing (SEM)
- ✓ Social Media Marketing
- ✓ Messenger Marketing

Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit