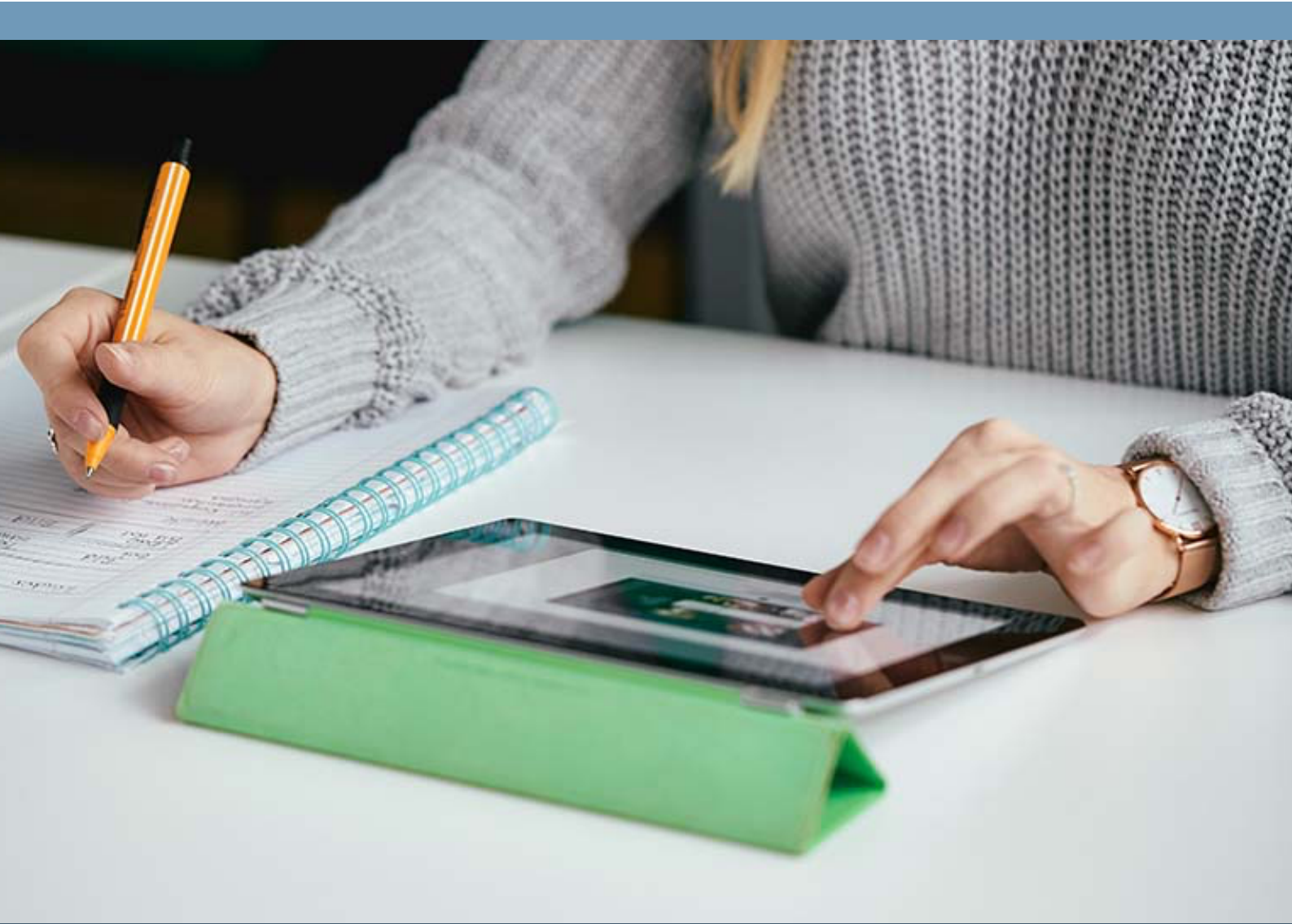


# Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Online Marketing



## 1 Aufbau des Hochschulzertifikats Online Marketing

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 2 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel kostenfrei auf bis zu 6 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 3 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 9 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis
<b>Digital Marketing</b>	Multiple-Choice-Klausur
<b>Online Advertising und Affiliate Marketing</b>	Multiple-Choice-Klausur
<b>Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie</b>	Multiple-Choice-Klausur
<b>Vertiefende Hausarbeit</b>	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus

**9 ECTS  
(225 Stunden)**

## 2 Detaillierte Modulbeschreibungen

Modulbezeichnung	Vermittelte Fähigkeiten und Fertigkeiten
<b>Digital Marketing</b>	Nach erfolgreicher Absolvierung sind Teilnehmer*innen in der Lage, den Nutzen digitalen Marketings für Organisationen zu beschreiben und können spezifische Online Marketing-Maßnahmen auf das eigene Unternehmen anwenden. Zudem erlernen Sie, KPI-Analysen anhand von Datenauswertungen mittels Online-Marketing-Tools durchzuführen. Inhaltlich beschäftigen sich Teilnehmer*innen unter anderem mit den Grundlagen von Suchmaschinenmarketing (SEO & SEA), Social Media Marketing und E-Mail Marketing.
<b>Online Advertising und Affiliate Marketing</b>	Teilnehmer*innen kennen die Funktionslogik von Native Advertising, Display Advertising und Affiliate Marketing und sind in der Lage diese eigenständig zu planen, zu steuern und umzusetzen. Zudem beschäftigen sie sich dem Umgang mit Image Ads sowie den Grundlagen von Programmatic Advertising. Sie erlernen, statisches Werbematerial zu designen und Kosten sowie Wirkung von Bannerwerbung abzuschätzen.
<b>Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie</b>	Teilnehmer*innen lernen, digitale Marketing-Kampagnen erfolgreich umzusetzen. Teilnehmer*innen erlernen, eine Kampagne anhand Brand-Strategie, Performance-Strategie oder Loyalty-Strategie zu unterscheiden. Nach erfolgreicher Absolvierung sind sie dazu in der Lage, Key Performance Indicators zu definieren, um den Erfolg digitaler Kampagnen zu evaluieren. Teilnehmer*innen erhalten zudem das nötige Rüstzeug, um auf unterschiedlichen digitalen Kanälen entsprechende Ads im Rahmen einer Gesamtstrategie für Marketing zu schalten.
<b>Vertiefende Hausarbeit</b>	Das theoretische Wissen aus den zwei Lehrveranstaltungen dient als Basis für die abschließende Hausarbeit. Hier sollen Teilnehmer*innen das Gelernte praktisch anwenden. Die Aufgabenstellung entspricht eine Case Study – optional kann die Aufgabenstellung auch auf das eigene Unternehmen umgelegt werden. Der vorgesehene Umfang der Hausarbeit beträgt ca. 5-8 Seiten. Nach Absolvierung der schriftlichen Arbeit erhalten Teilnehmer*innen Feedback von der Lehrangabe.

### 3 Modul Digital Marketing

#### Lehrinhalte

- ✓ Was ist Online Marketing?
- ✓ Bedeutung von Marketing im digitalen Zeitalter
- ✓ Werbung auf digitalen Kanälen
- ✓ Webseiten
- ✓ Online-Video-Marketing
- ✓ Suchmaschinenmarketing (SEO und SEA)
- ✓ Social-Media-Marketing
- ✓ E-Mail-Marketing
- ✓ Content Marketing
- ✓ Affiliate Marketing
- ✓ Display Marketing
- ✓ Couponing
- ✓ Mobile Marketing

#### Beurteilung

- ✓ Onlineklausur

## 4 Modul Online Advertising und Affiliate Marketing

### Lehrinhalte

- ✓ Grundlagen Online Advertising und Affiliate Marketing
- ✓ Arten von Displaywerbung
- ✓ Planung, Design und Erstellung von Anzeigen
- ✓ Abrechnungsmodelle von Display Ads
- ✓ Native Advertising
- ✓ Remarketing
- ✓ Responsive Ads
- ✓ Wesen und Funktionsweise von Affiliate Marketing
- ✓ Potenzial von Affiliate Marketing
- ✓ Vorteile und Gefahren des Affiliate Marketing
- ✓ Partnerauswahl und Partnermanagement
- ✓ Affiliate-Akquisition
- ✓ Provisionsmodelle für Affiliate Marketing
- ✓ Tracking-Methoden für Affiliate Marketing
- ✓ Erfolgsbeispiele aus der Praxis

### Beurteilung

- ✓ Onlineklausur

## 5 Modul Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie

### Lehrinhalte

- ✓ Brand-Strategie, Performance-Strategie, Loyalty-Strategie
- ✓ Key Performance Indicators
- ✓ Online-Marketing-Kanäle
- ✓ Analyse der Marktpotenziale
- ✓ Operationalisierung einer Online Marketing Strategie
- ✓ Marketing-Funnel
- ✓ Micro Conversions

### Beurteilung

- ✓ Onlineklausur