

DEIN LEBEN.

DEINE ZUKUNFT.

DEIN STUDIUM.



Infobroschüre

Fernstudium

Einzel- und Fokuskurse

E-Learnings

„Unser Fernstudium, dass sich Beruf, Familie und Privatleben **flexibel anpasst.**“

Liebe Studieninteressierte,

Fachkräfte in den Bereichen IT, Marketing, Management und Wirtschaft sind heute gefragter denn je. Als Allrounder oder Experten nehmen sie eine zentrale Schlüsselposition für die Zukunftssicherung jedes Unternehmens ein und sind der Motor, um erreichte Erfolge zu sichern und neue Wege einzuschlagen.

Bei uns findest Du Deine Wunschfortbildung für bestimmte Schlüsselqualifikationen in nur wenigen Minuten. Den Fokus legen wir besonders auf zeitliche und örtliche Flexibilität, damit genügend Raum für Familie, Freunde, Hobbys und den Alltag bleibt.

Vollstudiengang.....	2 – 8
Fokuskurse.....	9 – 13
Einzelzertifikatskurse...	14 – 19
E-Learnings.....	23 – 34



DEIN LEBEN.

DEINE ZUKUNFT.

DEIN STUDIUM.

„Dein Fernstudium zum Digital Marketing Specialist im Überblick.“



Digital Marketing Manager bzw. Online-Marketing Manager zählen zu den Fachkräften, die Unternehmen am häufigsten suchen. Kein Wunder, denn sie sind im Unternehmen nicht selten Strategen, Umsatzentwickler, Art Creatives, Marktforschende und Projektmanager in einer Person. Gute Gründe also, sich für ein Fernstudium zum Digital Marketing Specialist (m/w/d) zu entscheiden. Es erwarten Dich spannende Inhalte, die alles abdecken, was ein Online-Marketing Manager (m/w/d) im betrieblichen Alltag benötigt. Dabei spielt es keine Rolle, ob Du als Anfänger oder bereits mit Kenntnissen im (Online-)Marketing startest. Die Module geben einen praxisorientierten Branchen-Einblick in den Berufsalltag.

Studieninhalte

Strategisches und operatives Marketing-Management I

(DMS-SMMI-10)

- Grundlagen des Marketing-Managements
- Grundlagen der Marktforschung
- Marketingplanung
- Das Instrumentarium des Marketings
- Entwicklung einer Marketingstrategie

1

Strategisches und operatives Marketing-Management II

(DMS-SMMII-10)

- Mediaplanung
- Controlling des Marketings
- Internationales Marketing-Management
- Fallstudie

2

Konsumverhalten und Marktforschung

(DMS-KUM-10)

- Grundlagen des Konsumverhaltens
- Determinanten des Konsumverhaltens
- Kognitive Prozesse
- Marktforschung
- Daten als Basis der Informationsgewinnung
- Methoden der Datenerhebung
- Design von Fragen in der Primärforschung
- Prognosen
- Messverfahren/Analyse in der Marktforschung
- Kundenorientiertes Handeln & Kundenbindung
- Modelle zur Untersuchung und Erklärung des Konsumverhaltens

3

Digital Content-Marketing

(DMS-DCM-10)

- Einführung in das digitale Content-Marketing
- Entwicklung einer Content-Marketing-Strategie
- Operatives Content-Marketing: Creation
- Social-Content
- Storytelling
- Dynamischer Content
- Content für Landingpages
- Content-Commerce
- Ideenfindung und Content-Sourcing
- Content-Curation, Adaption und Repurposing
- Content im SEO-Kontext
- Veröffentlichung & Verbreitung von Content
- Erfolgsanalyse: Monitoring und KPIs

4

Professional SEO

(DMS-SEO-10)

- Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung
- Keywords als Schlüsselfunktion
- SEO-Audit & Erarbeitung einer Strategie
- OnSite- und OffSite-Optimierung
- Synergieeffekte zwischen SEA und SEO
- Internationales SEO und regionales SEO
- Social SEO & differenzielle Werbekanäle
- Mobile SEO
- Semantische Suche / Voice Search SEO
- SEO-Monitoring und Controlling

5

Studieninhalte (Fortsetzung)

Crossmedia Campaigning

(DMS-CC-10)

6

- Grundlagen von Kampagnen und Crossmedia
- Beispiele crossmedialen Transfers und Verwertungsstrategien von Content
- Offline-Kommunikationsinstrumente
- Kommunikationsinstrumente Neue Medien
- Planung/Umsetzung crossmedialer Kampagnen
- Programmatic Advertising
- Kampagnen-Tracking

Search Engine Advertising (SEA)

(DMS-SEA-10)

7

- Einführung in Search Engine Advertising (SEA)
- Funktionsweise von Google® Ads
- Aufbau und Erstellung einer Kampagne
- Fortgeschrittenes Campaigning
- Tracking/Leistungsbeurteilung
- Leistungsoptimierung von Kampagnen
- Rechtliche Rahmenbedingungen

Erfolgsorientierter E-Commerce

(DMS-EC-10)

8

- E-Commerce-Grundlagen
- E-Commerce-Strategie
- Technologien im E-Commerce
- Aufbau/Bestandteile eines Onlineshops
- Vermarktungsmöglichkeiten im E-Commerce
- Mobile-Commerce
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- E-Commerce-Controlling

Social Media

(DMS-SM-10)

9

- Einführung in Social Media
- Social-Media-Plattformen
- Social-Media-Strategie: Einleitung
- Social Engagement
- Operatives Social-Media-Marketing
- Social Advertisement und Social Selling
- Virales Marketing und Influencer Marketing
- Community Management
- Social-Media-Governance/Krisenmanagement
- Social-Media-Intelligence
- Social Recruiting
- Rechtliche Besonderheiten
- Social-Media-Monitoring und Controlling

Brand Management

(DMS-BM-10)

10

- Einführung in das Brand Management
- Ziele der Markenführung
- Entwicklung einer Marke
- Markenpositionierung
- Gestaltung des Brandings
- Markenschutzrecht
- Brand Marketing
- Strategisches Brand Management
- Internationales Brand Management
- Markencontrolling

Affiliate-Marketing und strategische Geschäftsbeziehungen

(DMS-AM-10)

11

- Einführung in das Affiliate-Marketing
- Funktionsweise des Affiliate-Marketings
- Strategische Entscheidungen für den Einstieg
- Internationales Affiliate-Marketing
- Key Performance Indikatoren/Controlling
- Platform Economy Netzwerke
- Aufbau strateg. On- & Offline-Kooperationen

Kommunikationsmanagement

(DMS-IKO-10)

12

- Einführung
- Gestaltung einer integrierten Kommunikation
- Kommunikationsinstrumente
- Crossmediale Kommunikation
- Kommunikation bei Geschäftsbeziehungen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Controlling der Kommunikation

Konzeption und Mastering einer Website mit Basics in HTML5 und CSS3

(DMS-KMW-10)

13

- Begriff Website, Auszeichnungs- und Programmiersprachen
- Bestandteile einer Website
- Hosting und Basics eines Webservers
- Planung und Konzeption einer Website
- Design & Gestaltung einer Website
- Exkurs Relaunch einer Website
- Content-Management-Systeme

Studieninhalte (Fortsetzung)

- Operative Erstellung einer Website
- Grundlagen CSS3
- Vertiefung in CSS3
- Mobile Design
- Technische Optimierung einer Website
- Maintenance und Sicherung einer Website
- Rechtliche Rahmenbedingungen für den Betrieb einer Website

Projektmanagement

(DMS-PM-10)

- Grundlagen
- Projektorganisation
- Projektphasen
- Vorgehensmodelle
- Die Planung von Projekten
- Dokumentation von Projekten
- Projektmanagement-Software
- Teamarbeit, Moderation und Leadership
- Konfliktmanagement
- Projekt-Controlling

14

Inklusive:
 Gratis Zugang
 Online-
 Software
 Oproma.de

Wahlvertiefungen*

15

Leadership

(DMS-LS-10)

- Einführung in Leadership
- Führungsstile
- Führungsinstrumente
- Mitarbeitergespräche führen
- Personalentwicklung
- Recruiting für Führungskräfte

Big Data-, Automation-, KI- und Metaverse-Marketing

(DMS-BAKM-10)

- Big Data als Basis der Automatisierung und künstlichen Intelligenz
- Marketing-Automatisierung
- Begriffsdefinition der künstlichen Intelligenz
- Einsatz von KI für das Marketing
- Einführung in Web3, Metaverse und Blockchain

Personalmarketing

(DMS-HRM-10)

- Einführung in das Personalmarketing
- Employer Branding
- Vermarktungsmaßnahmen im Personalmarketing
- Grundlagen der Personalentwicklung

Digital Marketing
 Specialist - bis zum
 31.10.24

400 € Rabatt
 auf die digitale
 Variante!

Wahlpflichtfächer*

In Deinem Fernstudium wählst Du zu Beginn oder während des Studiums eine Vertiefung Deiner Wahl. Je nach Deiner beruflichen Orientierung erwirbst Du so Spezialkenntnisse, die Deinen Abschluss abrunden.

Von Zeit zu Zeit werden wir weitere Vertiefungen entwickeln, die Du dann auf unserer Website einsehen kannst.

„Gefragt wie nie: Marketing-Expertise on- und offline für aufstrebende Branchen.“

Vorteile unseres Studiums



„Werden wir konkret: Wie läuft mein Fernstudium ab? Und was erwartet mich?“

Rund ums Studium „Digital Marketing Specialist (m/w/d)“

Studienbeginn

Wir bleiben völlig flexibel, d.h. Du startest in Dein Fernstudium, wann Du es für richtig hältst. Bei uns gibt es keine fixen Einstiegstermine. Du teilst uns mit Deiner Einschreibung einfach Deinen Wunschtermin mit und startest im Anschluss.

Studienumfang

Das Studium umfasst 15 Studienhefte mit durchschn. ca. 80 Seiten. Du kannst dabei zwischen der kostengünstigeren Digital-Variante (**100% online**) oder der klassischen Variante mit digitalen und gedruckten Skripten wählen.

Prüfungen

Am Ende jedes Studienskripts absolvierst Du im Online-Campus den Wissenstest, den Du mit 80% bestehen musst. Nach Bearbeitung aller Skripte bearbeitest Du eine letzte Abschlussprüfung, u.a. in Form von Multiple-Choice-Fragen und einer Fallstudie. Prüfungen vor Ort gibt es bei uns nicht.

Studienmaterialien

Neben den Studienskripten erwarten Dich bei uns eine Online-Bibliothek, Podcasts, anwendungsorientierte Fallstudien, Flashcards, Videos, FAQs, Forum, KI-Bot & KI-basierte Prüfungsvorbereitungen.

Studienbetreuung

Unsere Dozenten und unsere Studienbetreuung stehen Dir regelmäßig für Fragen rund ums Studium bei fachspezifischen Themen zur Verfügung.

Zulassungsvoraussetzungen

Gute PC- und Deutschkenntnisse.

Studiendauer

Der Studiengang „Digital Marketing Specialist (m/w/d)“ ist für eine Dauer von 12 Monaten ausgelegt. Pro Studienskript solltest Du also $\frac{3}{4}$ Monate Bearbeitungszeit einplanen.

Studienverkürzung & -verlängerung

Du kannst Dein Studium verkürzen, falls Du schneller voranschreiten möchtest. Weiterhin kannst Du das Studium um weitere 7 Monate kostenlos überziehen. Während dieser Zeit stehen Dir alle Leistungen regulär zur Verfügung.

Abschluss

Nach erfolgreichem Abschluss aller Skripte erhältst Du von uns ein Zeugnis, oder sofern Du die Abschlussprüfung bestehst, ein Abschlusszertifikat mit Benotung ausgestellt sowie unser digitales Lernabzeichen (Open Badges).

Studiengebühren

Die aktuellen Gebühren entnimmst Du am besten dem Anmeldeformular.

Online-Campus

Im virtuellen Campus kannst Du Deine Studienmaterialien abrufen, Deinen Dozenten Fragen stellen, den KI-Bot befragen uvm. Weiterhin tauschst Du Dich mit anderen Studierenden aus.

Studienleistungen

Die Studiengebühren enthalten folgende Leistungen:

- Studienskripte und Versand
- fachliche und organisatorische Betreuung
- Nutzung des virtuellen Campus
- Nutzung der Podcasts, Videos, Online-Bibliothek etc.
- Korrektur der Abschlussarbeit
- Druck und Versand von Zeugnissen/Zertifikaten

Benötigte Tools

Du benötigst einen Standard-PC, Tablet-PC oder ein Smartphone, mit dem Du PDF- und Text-Dokumente, Audio-Files (.mp3) und das Internet über einen Browser öffnen kannst. Weiterhin benötigst Du einen analogen oder digitalen Taschenrechner.

In wenigen Schritten zum Abschluss:

- 1 Einschreiben
- 2 Studienskripte erhalten und bearbeiten
- 3 Wissenstests & Prüfung meistern
- 4 Zertifikat & Lernabzeichen erhalten

Probemonat (Vollstudiengänge)

Du kannst unser Fernstudium für 4 Wochen unverbindlich und kostenfrei testen. Sollte es Dir nicht gefallen, beendest Du es und es entstehen dabei keine Gebühren. Entschließt Du Dich für die Fortführung, wird dieser Probemonat kostenpflichtig.

Weiterbildungen (Einzelkurse)

Selbstverständlich bieten wir die einzelnen Module auch als Einzelkurse an. Bei diesen beträgt die Studiendauer jeweils 1 Monat (+ 5 Monate kostenlose Verlängerung) und Du kannst diese für 2 Wochen unverbindlich und kostenfrei testen. Eine Anrechnung von abgeschlossenen Einzelkursen (MOOC-Kurse ausgenommen) auf einen Vollstudiengang ist möglich.



„Zum Marketing-Spezialisten ohne Bachelor oder Master? Aber klar!

An wen richtet sich der Studiengang?

Berufseinsteigende

Du hast gerade Deine Ausbildung abgeschlossen und möchtest mit einer fachspezifischen Marketing-Fortbildung nachlegen? Perfekt, dann ist unser Fernstudium genau das Richtige für Dich. Es ergänzt Deine Ausbildung und bereitet Dich auf einen Experten- bzw. Expertinnenstatus im On- und Offline-Marketing vor, damit Deiner Karriere nichts mehr im Wege steht.

Berufstätige, die ein Aufstiegszertifikat ohne akademische Ausbildung anstreben

Wer bereits seit einigen Jahren im Marketing oder in einem kaufmännischen Beruf tätig ist und sich bisher nicht für ein akademisches Bachelor- oder Masterstudium entscheiden konnte, hat mit unserem Fernstudium nun die Möglichkeit, eine qualifizierte Weiterbildung anzustreben.

Junior-Marketer

Marketingfachleute, die schon einige Jahre im Marketing tätig sind, können jetzt mit unserem Fernstudium einen weiteren Karriereschritt in ihrem Beruf anstreben. Ideal für zukünftige Positionen als „Senior-Marketer“.

Berufstätige aus verwandten Berufen und Quereinsteiger

Du warst bisher nicht im Marketing tätig, möchtest aber gezielt dort einsteigen? Vielleicht sogar als Quereinsteiger? Prima, dann kannst Du mit unserem Fernstudium direkt in dieses spannende Themenfeld einsteigen, neue berufliche Aufgaben übernehmen und ggf. auch alternative Unternehmen wahrnehmen.

Entrepreneurs

Wer sich selbstständig machen möchte oder bereits selbstständig ist, benötigt unbedingt Marketingkenntnisse, um seine Angebote effizient zu vermarkten. Für sie lohnt sich unser Fernstudium, denn es enthält eine Vielzahl strategischer und operativer Bausteine, die für die Führung eines eigenen Unternehmens wichtig sind.

Auszubildende, Arbeitssuchende, Rentner und Schwerbehinderte

Für diese Personengruppen bieten wir mit 90 Euro Nachlass* eine attraktive Vergünstigung, um den Einstieg ins Marketing bzw. den Aufstieg zu erleichtern. *Einzelkurse ausgenommen; nicht mit anderen Rabatten/Aktionen kombinierbar

Marketer, die sich anhand unserer Einzelkurse Expertenwissen aneignen möchten

Unsere Kurse sind auch als günstige Einzelkurse mit oder ohne fachliche Betreuung buchbar.

„Unsere Fokuskurse mit Abschlusszertifikat: Konzentriertes Fachwissen.

Unsere Fokuskurse beinhalten vereinzelte Module aus unserem Vollstudiengang Digital Marketing Specialist (m/w/d), die wir für Dich zu neuen und angesagten Abschlüssen zusammengestellt haben. Sie konzentrieren sich auf spezielle Fachgebiete im (Online-)Marketing, sind schneller studierbar und perfektionieren Deinen Lebenslauf.

Unsere Einzel- und Fokuskurse sind im Rahmen des Fernstudiengangs „Digital Marketing Specialist (m/w/d)“ von der Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) zugelassen.



Short Facts

- Abschluss:** Zertifikat mit ZFU-Siegel und Lernabzeichen
- Studiendauer:** ab 5 Monaten, siehe jeweilige Kursbeschreibung
- Verlängerung:** 2 Monate kostenfrei
- Studienvarianten:** digitale Studienhefte oder digitale + gedruckte Skripte
- Prüfung:** Online-Wissenstests je Modul; ohne Abschlussprüfung
- Probestudium:** 2 Wochen
- Ablauf:** siehe Seite 21
- Benefits:** siehe Seiten 19 bis 20



- ✓ Zertifikat mit ZFU-Qualitätssiegel
- ✓ Digitales Lernabzeichen (Open Badges), z.B. für Homepage, LinkedIn® und Xing®

E-Commerce Management

(DMS-ECM-10)



Das Fernstudium E-Commerce Management eignet sich für alle, die in die Welt des elektronischen Handels, dem E-Commerce einsteigen wollen.

Ein E-Commerce Manager bringt eine Unternehmenswebseite oder einen Onlineshop umsatzorientiert voran, indem er Produkte gezielt via Social Media und auf Marketplaces veröffentlicht, SEO- und SEA-Maßnahmen umsetzt und Werbekampagnen online und/oder offline schaltet.

Studiendauer: 5 Monate oder kürzer/länger

Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel

Prüfung: Online-Wissenstest je Modul

Lernumfang: 7 Module / Studienhefte

Studienbeginn: jederzeit

Probestudium: 2 Wochen unverbindlich

Verlängerung: 2 Monate kostenlos

Voraussetzungen: Gute PC- und Deutschkenntnisse



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Search Engine Advertising (SEA)
- Professional SEO

- Crossmedia Campaigning
- Erfolgsorientierter E-Commerce
- Brand Management



① smarketing-akademie.de/einschreibung

E-Commerce Growth & Strategic Marketing

(DMS-EGSM-10)



Das Fernstudium E-Commerce Growth & Strategic Marketing richtet sich an Unternehmer, Marketer und E-Commerce-Anfänger / Profis, die ihre Online-Geschäfte auf das nächste Level heben möchten. Du lernst, wie Du Marketingstrategien entwickelst, Suchmaschinenwerbung effektiv einsetzt und nahtlose Kundenerlebnisse und -kampagnen schaffst, die den Umsatz steigern.

Im Gegensatz zum Fernstudium E-Commerce Management entfällt hier das Modul Brand Management.

Studiendauer: 5 Monate oder kürzer/länger

Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel

Prüfung: Online-Wissenstest je Modul

Lernumfang: 6 Module / Studienhefte

Studienbeginn: jederzeit

Probestudium: 2 Wochen unverbindlich

Verlängerung: 2 Monate kostenlos

Voraussetzungen: Gute PC- und Deutschkenntnisse



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Search Engine Advertising (SEA)
- Professional SEO

- Crossmedia Campaigning
- Erfolgsorientierter E-Commerce



① smarketing-akademie.de/einschreibung

Marketing Management

(DMS-MM-10)



In unserem Fernstudium Marketing Management erwirbst Du fundiertes Fachwissen, um im modernen Marketing erfolgreich zu agieren. Du lernst, wie Du strategische Marketingkonzepte entwickelst, die langfristigen Erfolg sichern, und wie Du starke Marken aufbaust, die bei den Zielgruppen im Gedächtnis bleiben. Weiterhin befassen wir uns mit dem E-Commerce, Social Media Marketing, Projektmanagement und der integrierten Kommunikation.

Studiendauer: 5 Monate oder kürzer/länger
Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel
Prüfung: Online-Wissenstest je Modul
Lernumfang: 7 Module / Studienhefte
Studienbeginn: jederzeit
Probestudium: 2 Wochen unverbindlich
Verlängerung: 2 Monate kostenlos
Voraussetzungen: Gute PC- und Deutschkenntnisse



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Erfolgsorientierter E-Commerce

- Social Media
- Projektmanagement
- Brand Management



smarketing-akademie.de/einschreibung

Performance Marketing Management

(DMS-PMM-10)



Ein Performance Marketing Manager ist dafür verantwortlich, datengetriebene Marketingkampagnen zu planen, umzusetzen und zu optimieren. Das Ziel dabei ist, messbare Ergebnisse zu erzielen.
 Sein Instrumentarium: SEA, SEO, Kampagnenmarketing, strategisches Marketing-Management, Affiliate-Marketing und Projektmanagement.

Studiendauer: 5 Monate oder kürzer/länger
Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel
Prüfung: Online-Wissenstest je Modul
Lernumfang: 7 Module / Studienhefte
Studienbeginn: jederzeit
Probestudium: 2 Wochen unverbindlich
Verlängerung: 2 Monate kostenlos
Voraussetzungen: Gute PC- und Deutschkenntnisse



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Search Engine Advertising (SEA)
- Professional SEO

- Crossmedia Campaigning
- Projektmanagement
- Affiliate-Marketing & strategische Geschäftsbeziehungen



smarketing-akademie.de/einschreibung

SEM Search Engine Marketing

(DMS-SEM-10)



Das Fernstudium Search Engine Marketing legt den Fokus auf die gezielte Suchmaschinenwerbung (hier Google®). In dieser Weiterbildung befassen wir uns mit den hierfür wichtigen Aufgabengebieten SEA, SEO, crossmediales Kampagnenmanagement, strategisches Marketing-Management und Content-Marketing.

Studiendauer: 5 Monate oder kürzer/länger
Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel
Prüfung: Online-Wissenstest je Modul
Lernumfang: 6 Module / Studienhefte
Studienbeginn: jederzeit
Probestudium: 2 Wochen unverbindlich
Verlängerung: 2 Monate kostenlos
Voraussetzungen: Gute PC- und Deutschkenntnisse



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Search Engine Advertising (SEA)
- Professional SEO

- Crossmedia Campaigning
- Digital Content-Marketing



📍 smarketing-akademie.de/einschreibung

Online-Marketing Management (Fast Track)

(DMS-OMMFT-10)



Das Fernstudium Online-Marketing Management vermittelt Dir über 10 Module die wichtigsten Bausteine des Online-Marketings. Gegenüber unserem Fernstudium "Digital Marketing Specialist (m/w/d)" mit insgesamt 15 Modulen studierst Du bei dieser Fast-Track-Variante in nur 8 Monaten – oder kürzer oder schneller, je nach Deiner persönlichen Flexibilität.

Studiendauer: 8 Monate oder kürzer/länger
Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel
Prüfung: Online-Wissenstest je Modul
Lernumfang: 10 Module / Studienhefte
Studienbeginn: jederzeit
Probestudium: 2 Wochen unverbindlich
Verlängerung: 2 Monate kostenlos



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Search Engine Advertising (SEA)
- Professional SEO
- Social Media
- Affiliate-Marketing

- Crossmedia Campaigning
- Erfolgsorientierter E-Commerce
- Brand Management
- Digital Content-Marketing



📍 smarketing-akademie.de/einschreibung

Online-Marketing Management + Vertiefung

(DMS-OMMV-10)



Im Fernstudium Online-Marketing Management vermitteln wir Dir zunächst die Basiselemente des Online-Marketings, darunter das strategische Marketing-Management, Content-Marketing, Affiliate-Marketing und Brand Management sowie die Themen SEO, SEA, Konzeption und Mastering einer Website mit Basics in HTML5 und CSS3, Cross-media Campaigning, Social Media und E-Commerce. Zusätzlich lernst Du eine Vertiefung Deiner Wahl:

- Big Data-, Automation-, KI- und Metaverse-Marketing
- Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Projektmanagement
- Leadership

Studiendauer: 10 Monate oder kürzer/länger

Abschluss: Zertifikat mit ZFU-Siegel

Prüfung: Online-Wissenstest je Modul

Lernumfang: 12 Module / Studienhefte

Studienbeginn: jederzeit

Probestudium: 2 Wochen unverbindlich

Verlängerung: 2 Monate kostenlos

Voraussetzungen: Gute PC- und Deutschkenntnisse



Die Basismodule umfassen:

- **Strategisches Marketing-Management I**
- **Strategisches Marketing-Management II**
- **Search Engine Advertising (SEA)**
- **Professional SEO**
- **Affiliate-Marketing**

- **Crossmedia Campaigning**
- **Erfolgsorientierter E-Commerce**
- **Brand Management**
- **Digital Content-Marketing**
- **Konzeption & Mastering einer Website mit Basics in HTML5 und CSS3**
- **Social Media**

→ **Big Data-, Automation-, KI- und Metaverse-Marketing**



→ **Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**



→ **Projektmanagement**



→ **Leadership**



„Unsere Einzelkurse mit Abschlusszertifikat: Gezielte Fortbildung in kurzer Zeit.“

Alle unsere Modulkurse aus dem Vollstudiengang und den Fokuskursen sind auch als Einzelkurse buchbar. Damit erreichst Du in kurzer Zeit Deine gewünschte fachliche Expertise.

Unsere Einzelkurse sind im Rahmen des Fernstudiengangs „Digital Marketing Specialist (m/w/d)“ von der Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) zugelassen.

Short Facts

- Abschluss:** Zertifikat mit ZFU-Siegel und Lernabzeichen
- Studiendauer:** ab 1 Monat, siehe jeweilige Kursbeschreibung
- Verlängerung:** 5 Monate kostenfrei
- Studienvarianten:** digitales Studienheft oder digitales + gedrucktes Skript
- Prüfung:** Online-Wissenstest; ohne Abschlussprüfung
- Probestudium:** 2 Wochen
- Studienbeginn:** jederzeit
- Ablauf:** siehe Seite 21
- Benefits:** siehe Seiten 19 bis 20



- ✓ Zertifikat mit ZFU-Qualitätssiegel
- ✓ Digitales Lernabzeichen, z.B. für Homepage, LinkedIn® und Xing®



Dauer: 2 Monate + 5 Monate kostenlos

- Grundlagen des Marketing-Managements
- Grundlagen der Marktforschung
- Marketingplanung
- Instrumentarium des Marketings
- Entwicklung Marketingstrategie
- Mediaplanung
- Controlling des Marketings
- Internationales Marketing-Management
- Fallstudie

Lernumfang: 2 Module / Studienhefte



Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in das Affiliate-Marketing
- Funktionsweise des Affiliate-Marketings
- Strategische Entscheidungen für den Einstieg
- Internationales Affiliate-Marketing
- Key Performance Indikatoren/Controlling
- Platform Economy Netzwerke
- Aufbau strateg. On- & Offline-Kooperationen

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Big Data als Basis der Automatisierung und künstlichen Intelligenz
- Marketing-Automatisierung
- Begriffsdefinition der künstlichen Intelligenz
- Einsatz von KI für das Marketing
- Einführung in Web3, Metaverse und Blockchain

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in das Brand Management
- Ziele der Markenführung
- Entwicklung einer Marke & Markenpositionierung
- Gestaltung des Brandings
- Strategisches & internationales Brand Management
- Markenschutzrecht
- Brand Marketing
- Markencontrolling

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft





Crossmedia Campaigning

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Grundlagen von Kampagnen und Crossmedia
- Beispiele crossmedialen Transfers und Verwertungsstrategien von Content
- Offline-Kommunikationsinstrumente
- Kommunikationsinstrumente Neue Medien
- Planung/Umsetzung crossmedialer Kampagnen
- Programmatic Advertising
- Kampagnen-Tracking

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Digital Content-Marketing

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in das digitale Content-Marketing
- Entwicklung einer Content-Marketing-Strategie
- Operatives Content-Marketing: Creation
- Social Content, Storytelling, dynamischer Content
- Content für Landingpages, Content Commerce
- Ideenfindung und Content Sourcing
- Content Curation, Adaption und Repurposing
- Content im SEO-Kontext, Publishing
- Erfolgsanalyse: Monitoring und KPIs

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Erfolgsorientierter E-Commerce

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- E-Commerce-Grundlagen
- E-Commerce-Strategie
- Technologien im E-Commerce
- Aufbau/Bestandteile eines Onlineshops
- Vermarktungsmöglichkeiten im E-Commerce
- Mobile-Commerce
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- E-Commerce-Controlling

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Konsumverhalten und Marktforschung

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Grundlagen & Determinanten des Konsumverhaltens
- Kognitive Prozesse und Marktforschung
- Daten als Basis der Informationsgewinnung
- Methoden der Datenerhebung & Design von Fragen
- Prognosen
- Messverfahren/Analyse in der Marktforschung
- Kundenorientiertes Handeln & Kundenbindung
- Untersuchung/Erklärung des Verhaltens

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft





Konzeption & Mastering einer Website mit Basics in HTML5 und CSS3

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Begriff Website, Auszeichnungs- und Programmiersprachen und Bestandteile einer Website
- Hosting und Basics eines Webservers
- Planung und Konzeption einer Website
- Design, Gestaltung und Relaunch einer Website
- CMS-Systeme, operative Erstellung einer Website
- Grundlagen und Vertiefung CSS3
- Mobile Design, technische Optimierung
- Maintenance und Sicherung einer Website

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft

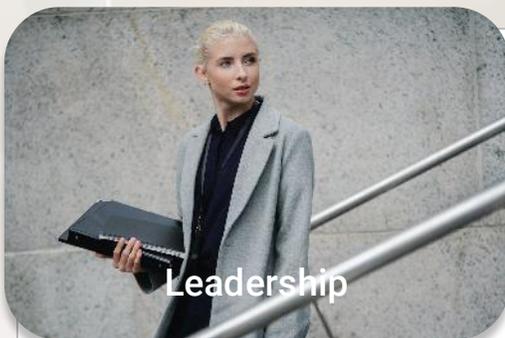


Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung
- Gestaltung einer integrierten Kommunikation
- Kommunikationsinstrumente
- Crossmediale Kommunikation
- Kommunikation bei Geschäftsbeziehungen und im Networking
- Öffentlichkeitsarbeit
- Controlling der Kommunikation

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Leadership

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in Leadership
- Führungsstile
- Führungsinstrumente
- Mitarbeitergespräche führen
- Personalentwicklung
- Recruiting für Führungskräfte

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Personalmarketing

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in das Personalmarketing
- Employer Branding
- Vermarktungsmaßnahmen im Personalmarketing
- Grundlagen der Personalentwicklung
- Recruiting für Führungskräfte

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft





Professional SEO

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung
- Keywords als Schlüsselfunktion
- SEO-Audit & Erarbeitung einer Strategie
- OnSite- und OffSite-Optimierung
- Synergieeffekte zwischen SEA und SEO
- Internationales SEO und regionales SEO
- Social SEO & differenzielle Werbekanäle
- Mobile SEO, semantische Suche
- Voice Search, SEO-Monitoring/Controlling

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Inklusive:
 Gratis Zugang
 Online-
 Software
 Oproma.de



Projektmanagement

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Grundlagen
- Projektorganisation und Projektphasen
- Vorgehensmodelle und die Planung von Projekten
- Dokumentation von Projekten
- Projektmanagement-Software
- Teamarbeit, Moderation und Leadership
- Konfliktmanagement
- Projekt-Controlling

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Search Engine Advertising (SEA)

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in Search Engine Advertising (SEA)
- Funktionsweise von Google® Ads
- Aufbau und Erstellung einer Kampagne
- Fortgeschrittenes Campaigning
- Tracking/Leistungsbeurteilung
- Leistungsoptimierung von Kampagnen
- Rechtliche Rahmenbedingungen

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



Social Media

Dauer: 1 Monat + 5 Monate kostenlos

- Einführung in Social Media, Social-Media-Plattformen
- Social-Media-Strategie, Social Engagement
- Operatives Social-Media-Marketing
- Social Advertisement und Social Selling
- Virales Marketing und Influencer Marketing
- Community Management, Social Recruiting
- Social-Media-Governance/Krisenkommunikation
- Social-Media-Intelligence, Rechtliches
- Social-Media-Monitoring

Lernumfang: 1 Modul / Studienheft



„Multimediale Formate + Benefits.



Leitfaden und Studienskripte

Unser Leitfaden zeigt Dir, wie unser Online-Campus funktioniert. Du studierst überwiegend mit digitalen oder gedruckten Skripten mit zahlreichen Praxisbeispielen, Illustrationen und Aufgaben zur Selbstkontrolle.

Podcasts

Die Inhalte unserer Skripte stehen Dir z.T. auch als Podcasts (MP3) im Online-Campus sowie über Amazon® Music, Audible®, Apple® iTunes, Spotify® und YouTube® zur Verfügung.



Fallstudien, Praxisaufgaben und Flashcards

Zu jedem Skript erwartet Dich eine optionale Fallstudie. In diversen Modulen findest Du zudem eine Praxisübung. Flashcards sind digitale Lernkarten, welche die Lerninhalte zusammenfassen – ideal zur Prüfungsvorbereitung.

Wissenstest und KI-basierte Tools

Nach jedem Skript absolvierst Du den Wissenstest, den Du beliebig oft wiederholen kannst. Im Campus findest Du KI-basierte Musterfragen mit Lösungen. Schnelle Fragen zu Lehrinhalten beantwortet Dir der KI-Chatbot.



Online-Bibliothek

Unsere kleine aber feine Online-Bibliothek versorgt Dich mit zusätzlicher Lektüre rund um die Themen Online-Marketing, Marketing, Business und Vertrieb.

FAQs, Forum und Lerngruppen

Zu den am meisten gestellten Fragen zu jedem Skript stehen Dir ein FAQ-Bereich und ein Forum zur Verfügung.

Weiterhin kannst Du selbst Fragen im Online-Campus hinterlegen, die Dir die Dozierenden oder andere beantworten.



Terminplanung und Lernfortschrittskontrolle

Mit Deinem Terminplaner und der Lernfortschrittskontrolle hast Du Deine Termine immer im Blick.

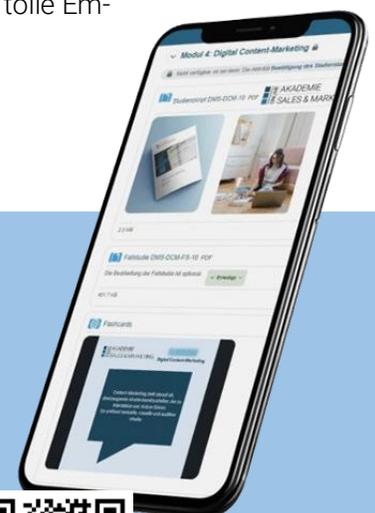
Vorteilswelt mit %-Rabatten

Du bekommst einen exklusiven und unbegrenzten Zugang zu unserem Partner vorteile.net mit hunderten Online-Shops, über die Du Rabatte & Gutscheine erhältst.



Freunde werben

Empfehle uns Deinen Freunden, Verwandten und Bekannten und Du bekommst von uns tolle Empfehlungsprämien.



„Flexibel studieren von jedem Ort aus*.

* Internetverbindung vorausgesetzt

Über den Online-Campus hast Du Deine Studienunterlagen immer mobil dabei und kannst alle Inhalte digital und völlig flexibel abrufen. Auch das Ablegen von Wissenstests ist über Dein Smartphone möglich.

Und mit Kopfhörern lernst Du bequem mit unseren Podcasts.

Für die Nutzung des Online-Campus ist keine App notwendig.

Dein Demo-Zugang zum Campus: www.smarketing-akademie.de/campus

Gastschlüssel: **Demo_PW1**

„Dein Fernlernen - ziemlich einfach.

Einschreiben



Online- oder per Formular jederzeit einschreiben und gewünschten Starttermin wählen.

Im Selbststudium lernen

Im Online-Campus:

- ✓ Digitale oder digitale + gedruckte Studienskripte
 - ✓ Flashcards
 - ✓ Fallstudien
- ✓ KI-Bot und KI-Fragen
- ✓ Lerngruppen
- ✓ z.T. Podcasts (auch über Amazon® Music, Audible®, Apple® iTunes, Spotify® und YouTube®)
 - ✓ Online-Bibliothek
 - ✓ Online-Forum & FAQs



Bei Fragen Dozent kontaktieren



Wissenstest pro Modul online absolvieren

Ein Wissenstest muss mit 80% bestanden und kann beliebig oft wiederholt werden.
Du möchtest keine Abschlussprüfung ablegen? Dann erhältst Du ein Zertifikat über Deine Module.

Schriftliche Prüfung*:

- u.a. Multiple-Choice-Fragen
- Fallstudie 1 (kurz)
- Fallstudie 2 (lang)

*Fokus- und Einzelkurse ausgenommen

- ✓ KI-basierte Fragen zur Prüfungsvorbereitung
- ✓ Fallstudien zur Wiederholung
- ✓ FAQs und Forum checken
- ✓ Lerngruppen bilden und Dozenten fragen

Vorbereitung auf die Abschlussprüfung

Abschluss mit Lernabzeichen

„...und da wären noch unsere E-Learnings im Selbststudium.

Alle unsere Einzel- und Fokuskurse plus einer Vielzahl weiterer Kurse stehen Dir auch in Form von E-Learnings im Selbststudium zur Verfügung. Bei diesen Kursen entfallen verpflichtende Prüfungen, d.h. es gibt jeweils einen optionalen Online-Test mit Aufgaben zur Selbstkontrolle (ohne individuelle Lernerfolgskontrolle). Weiterhin wird bei diesen Kursen keine fachliche Studienbetreuung angeboten. Nach Durcharbeit der Lehrinhalte erhältst Du automatisch eine Teilnahmebestätigung im .pdf-Format.

Short Facts

Abschluss:	Teilnahmebestätigung (.pdf) per autom. Download, ohne ZFU-Siegel
Studiendauer:	ab 1 Monat, siehe jeweilige Kursbeschreibung
Verlängerung:	12 Monate Zugriff zum Kurs
Studienvarianten:	digitale Studienskripte und z.T. Inhalte digital in Textform im Campus
Prüfung:	keine; optionaler Online-Test mit Aufgaben zur Selbstkontrolle
Betreuung:	ohne fachliche Studiengangsbetreuung
Probestudium:	2 Wochen
Studienbeginn:	jederzeit (je nach Verfügbarkeit)
Benefits:	z.T. Podcasts auf Amazon® Music, Audible®, Spotify®, Apple® iTunes und YouTube®; weitere Pluspunkte siehe Seite 34
Kosten:	Kurse bereits ab 29 Euro; Kosten siehe Scan QR-Code

In weniger als
5 Minuten*
starten!



„E-Learnings Management & Wirtschaft.



Animation / AnimaterIn werden

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in den Beruf des Animators
- Planung und Organisation
- Praktische Animationstechniken
- Kommunikation und Umgang mit Gästen
- Selbstmanagement und Karriereplanung



Business Development

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Grundlagen des Business Development
- Strategisches Management
- Marktforschung und Analyse
- Innovationsmanagement
- Finanzmanagement und Unternehmensbewertung
- Verhandlungstechniken (Negotiation)
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Digitale Transformation und Technologie
- Internationales Business Development



Change Management

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in das Change Management
- Change Management Modelle & Ansätze
- Diagnose und Planung des Wandels
- Kommunikation/Stakeholder Management
- Change Leadership / Unternehmenskultur
- Tools/Techniken des Change Managements
- Nachhaltigkeit/Verankerung des Wandels



Influencer / Blogger werden

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung Bloggen und Influencen
- Content Creation und Storytelling
- Aufbau einer persönlichen Marke
- Community Building und Engagement
- Vermarktung eines Blogs und Kanals
- Monetarisierung und Kooperationen
- Analyse und Optimierung



Büromanagement

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in das Büromanagement
- Büroorganisation und Verwaltung
- Bürokommunikation
- IT- und Bürosoftware
- Finanz- und Rechnungswesen
- Personalwesen und Arbeitsrecht
- Veranstaltungsmanagement
- Marketing und Kommunikation
- Projektmanagement im Büro
- Einkauf und Beschaffung
- Rechtsgrundlagen im Büromanagement
- Englisch fürs Büro



Betriebswirtschaftslehre

Dauer: 2 Monate/
12 Monate Zugriff



- Grundlagen der Wirtschaft
- Betrieb, Unternehmung, Rechtsformen
- Unternehmensführung und -planung
- Grundlagen der Organisation
- Investition und Finanzierung
- Produktion, Material und Absatz
- Produktions- und Fertigungsverfahren
- Beschaffungswirtschaft
- Aufgaben der Buchführung
- Steuerwesen und betriebliche Steuern
- Grundlagen des Controllings
- Marketing und Absatz / Vertrieb
- Personalwirtschaft
- Datenschutz und Recht im Unternehmen
- Grundlagen der Wirtschaftspolitik



Kundenservice und Beschwerdemanagement

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Grundlagen des Kundenservice
- Kundenkommunikation
- Umgang mit schwierigen Kunden
- Grundlagen des Beschwerdemanagements
- Beschwerdeannahme und -bearbeitung
- Lösungen für Beschwerden entwickeln
- Erfolgsmessung/Optimierung im Service



Nachhaltiges Management und CSR

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in Nachhaltigkeit und CSR
- Nachhaltige Unternehmensstrategien
- Umweltmanagement, soziale Verantwortung
- Nachhaltige Lieferketten, Governance/Compliance
- Kommunikation und Reporting
- Nachhaltigkeitsinnovationen und -technologien
- Finanzierung von Nachhaltigkeitsprojekten



Digitale Transformation im Unternehmen



Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff

- Einführung in die Digitale Transformation
- KI und ihre Anwendungen
- Internet der Dinge (IoT)
- Cloud-Computing und seine Vorteile
- Blockchain und intelligente Verträge
- Cybersicherheit in der digitalen Welt
- Wandel zur digitalen Unternehmenskultur
- Strategien und Planung für digitale Transformation
- Verwendung von KI-Tools
- Generative KI und agile Transformation



Key Account Management



Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff

- Einführung ins Key Account Management
- Strategisches Management und Planung
- Kundenanalyse und -segmentierung
- Beziehungsmanagement/Kommunikation
- Verkaufs- und Verhandlungsstrategien
- Marketing und Value Proposition
- Finanzmanagement und Budgetierung
- Projektmanagement im KAM
- Digitalisierung und Technologie im KAM
- Internationale Aspekte des Key Account Managements



Selbst- und Zeitmanagement



Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff

- Grundlagen Selbst- und Zeitmanagement
- Zielsetzung und Prioritätenmanagement
- Zeitplanung und -organisation
- Selbstorganisation und Produktivität
- Stressmanagement / Work-Life-Balance
- Kommunikation und Delegation
- Digitale Werkzeuge und Technologien
- Reflexion und persönliche Entwicklung



Unternehmensführung & Management



Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff

- Einführung in die Unternehmensführung
- Strategisches Management
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- Marketing und Vertrieb
- Personalmanagement und Führung
- Projektmanagement
- Finanz- und Rechnungswesen
- Innovations- und Change Management
- Unternehmensethik und Nachhaltigkeit
- Kommunikation & Verhandlungsführung
- Internationales Management
- Digitalisierung und IT-Management



Markt- und Werbe- psychologie

Dauer: 2 Monate/
12 Monate Zugriff



- Einführung Markt- & Werbepsychologie
- Grundlagen des Konsumverhaltens
- Determinanten des Konsumverhaltens
- Kognitive Prozesse
- Untersuchung/Erklärung Verhalten
- Kundenorientiertes Handeln und Kundenbindung
- Werbewahrnehmung und Aufmerksamkeit
- Emotionen/Motivation im Kaufverhalten
- Sozialpsychologische Werbeaspekte
- Kulturelle und individuelle Unterschiede im Konsumverhalten
- Angewandte Markt- & Werbepsychologie



Wirtschaftsinformatik

Dauer: 2 Monate/
12 Monate Zugriff



- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Grundlagen der Informatik
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen
- Datenbanken und Datenmanagement
- Geschäftsprozessmanagement
- IT-Management und IT-Strategie
- Softwareentwicklung und -management
- Business Intelligence und Datenanalyse
- Digitale Transformation und Innovation
- IT-Projektmanagement
- Grundlagen des E-Commerce



Projektmanagement

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Grundlagen
- Projektorganisation und Projektphasen
- Vorgehensmodelle und die Planung von Projekten
- Dokumentation von Projekten
- Projektmanagement-Software
- Teamarbeit, Moderation und Leadership
- Konfliktmanagement
- Projekt-Controlling



Leadership

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in Leadership
- Führungsstile
- Führungsinstrumente
- Mitarbeitergespräche führen
- Personalentwicklung
- Recruiting für Führungskräfte

„E-Learnings IT.



HTML Grundlagen

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Arbeits- und Entwicklungsumgebung
- Einführung in die Codierung mit HTML5
- Meta-Angaben
- Weitere Block-Elemente aus HTML5
- Weitere Inline-Elemente aus HTML5
- Erstellung eines Formulars



IT-Grundlagen

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Grundlagen der Informationstechnologie
- Hardware- und Software-Grundlagen
- Betriebssysteme und Dateiverwaltung
- Benutzerverwaltung und Sicherheit
- Netzwerke und Internet
- Internetnutzung und Online-Sicherheit
- Datenbanken und Informationssysteme
- Grundlagen der Telekommunikation



PC- und Internet-Grundlagen

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Grundlagen der Computertechnologie
- Betriebssysteme und Dateiverwaltung
- Installation und Verwaltung von Software
- Internetnutzung und E-Mail-Kommunikation
- Einrichtung eines Netzwerks



Wirtschaftsinformatik

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in die Wirtschaftsinformatik
- Grundlagen der Informatik und BWL
- Datenbanken und Datenmanagement
- Geschäftsprozessmanagement
- IT-Management und IT-Strategie
- Softwareentwicklung und -management
- Business Intelligence und Datenanalyse
- Digitale Transformation und Innovation
- IT-Projektmanagement
- Grundlagen des E-Commerce

Excel, Word und PowerPoint für Anfänger & Fortgeschrittene

Dauer: 1 bis 6 Stunden
(über unseren Partner)

- Excel für Anfänger und Fortgeschrittene



- Word für Anfänger und Fortgeschrittene



- PowerPoint für Anfänger und Fortgeschrittene



Excel Spezialthemen

Dauer: 10 bis 20 Stunden
(über unseren Partner)

- Excel Data Science



- Excel VBA Makros Einstieg



- Power BI für Anfänger



Systemadministration für Fortgeschrittene

Dauer: 27 Stunden
(über unseren Partner)



- Aufbau/Verwaltung einer Active Directory Infrastruktur
- Active Directory: Entwerfen und Verwalten einer Gruppenrichtlinien-Infrastruktur
- Vor-Ort- und Hybrid-Infrastruktur einrichten
- Microsoft 365: Exchange Online
- Failover Clustering mit Windows Server 22
- PowerShell für Power-User
- Remoteverwaltung und Daten formatieren mit der PowerShell

Systemadministration für Anfänger

Dauer: 20 Stunden
(über unseren Partner)



- Microsoft 365 Essentials Kurs
- Netzwerkanalyse mit Wireshark
- Powershell für Anfänger
- Active Directory mit Windows PowerShell
- Linux-Befehlszeile für Anfänger

„E-Learnings (Online-)Marketing, Sales und Sprachen.

Unsere bekannten Einzelkurse im Marketing kannst Du auch als **E-Learning-Variante** belegen:

- Affiliate-Marketing
- Big Data, Automation & KI im Marketing
- Content-Marketing
- E-Commerce
- Kampagnen-Marketing
- Kommunikation und PR
- Konsumverhalten und Marktforschung
- Marken Management
- Personalmarketing
- Search Engine Advertising (SEA)
- SEO (Suchmaschinenoptimierung)
- Social Media Marketing



→ www.smarketing-akademie.de/mooc/onlinekurse



Marketing für soziale Berufe

Dauer: 1 Monat/
12 Monate Zugriff



- Einführung in das Marketing für soziale Berufe
- Zielgruppenanalyse im digitalen Zeitalter
- Entwicklung von (Online-)Marketingstrategien für soziale Projekte
- Digitale Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Fundraising und (Online-)Ressourcenmobilisierung
- Ethik im Online-Marketing für soziale Berufe
- Operatives Marketing im Gesundheitswesen
- Evaluation und Erfolgskontrolle von (Online-)Marketingmaßnahmen
- Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung im Marketing für soziale Berufe
- Fallstudie – Ungewöhnliche Wege der Kundengewinnung



Englisch, Business Englisch, IELTS

Dauer: mtl. Abo-Modelle
(über unseren Partner)



- Allgemeines Englisch
- Wirtschaftsentenglisch
- Englisch für die Reise
- IELTS Vorbereitungskurs

Weitere E-Learning-Abschlüsse aus dem (Online-)Marketing:



Brand ManagerIn

Dauer: 6 Monate/
12 Monate Zugriff

- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Brand Management
- Social Media
- Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Personalmarketing



**Growth Marketing
ManagerIn**

Dauer: 7 Monate/
12 Monate Zugriff

- Digital Content-Marketing
- Professional SEO
- Search Engine Advertising (SEA)
- Crossmedia Campaigning
- Affiliate-Marketing und strategische Geschäftsbeziehungen
- Erfolgsorientierter E-Commerce
- Big Data-, Automation-, KI- und Metaverse-Marketing



Head of Online Marketing

Dauer: 7 Monate/
12 Monate Zugriff

- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Brand Management
- Projektmanagement
- Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Personalmarketing
- Leadership



**Performance
Marketing ManagerIn**

Dauer: 7 Monate/
12 Monate Zugriff

- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Professional SEO
- Search Engine Advertising (SEA)
- Crossmedia Campaigning
- Affiliate-Marketing und strategische Geschäftsbeziehungen
- Projektmanagement



Dauer: 5 Monate/
12 Monate Zugriff



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Professional SEO
- Search Engine Advertising (SEA)
- Digital Content-Marketing



Dauer: 7 Monate/
12 Monate Zugriff



- Strategisches Marketing-Management I
- Strategisches Marketing-Management II
- Digital Content-Marketing
- Social Media
- Integrierte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- Crossmedia Campaigning
- Projektmanagement



Dauer: 12 Monate/
12 Monate Zugriff

- Strategisches Marketing-Management I, II
- Brand Management
- Konsumverhalten und Marktforschung
- Social Media
- Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit
- Konzeption und Mastering einer Website
- Professional SEO
- Search Engine Advertising (SEA)
- Crossmedia Campaigning
- Affiliate-Marketing
- Erfolgsorientierter E-Commerce
- Digital Content-Marketing
- Projektmanagement
- Leadership



Dauer: 3 Monate/
12 Monate Zugriff



- Projektmanagement
- Leadership
- Personalmarketing



Sales ManagerIn

Dauer: 5 Monate/
12 Monate Zugriff



- Einführung in den Vertrieb
- Verkaufsstrategien und -techniken
- Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Vertriebskommunikation
- Vertriebsplanung und -steuerung
- Konsumverhalten und Marktforschung
- Erfolgsorientierter E-Commerce
- Vertriebsteams führen und motivieren
- Internationaler Vertrieb

„Studienablauf E-Learnings.

Kurs online
buchen



In nur 5 Minuten* direkt in den
Kurs online einsteigen

Im Selbst-
studium
lernen

Im Online-Campus:

- ✓ Digitale Studienskripte
- ✓ je nach Kurs Inhalte digital hinterlegt
- ✓ je nach Kurs Podcasts (über Amazon® Music, Audible®, Apple® iTunes, Spotify® und YouTube®)



Ohne
fachliche
Betreuung

Optional: Aufgaben
zur Selbstkontrolle

Optionale Aufgaben zur Selbstkontrolle in Form
von Multiple-Choice- und Richtig-oder-Falsch-
Aufgaben

Automatischer Download der
Teilnahmebestätigung (.pdf)

*möglich bei direkter Bezahlung via Kreditkarte, SEPA-Lastschrift und PayPal®

„Deine Vorteile“ unserer E-Learnings.



Leitfaden, Studienskripte und Lernfortschrittskontrolle

Zu Beginn erklärt Dir unser Leitfaden, wie Du vorgehst. Du studierst überwiegend mit digitalen Skripten mit zahlreichen Praxisbeispielen und Illustrationen.

Je nach Kurs sind die Lerninhalte zusätzlich digital hinterlegt. Die Lernfortschrittsanzeige zeigt Dir jederzeit, wo Du stehst.

Podcasts

Die Inhalte unserer Skripte stehen Dir z.T. auch als Podcasts (MP3) über Amazon® Music, Audible®, Apple® iTunes, Spotify® und YouTube® zur Verfügung.



Online-Test

Nach jedem Skript (ausgenommen Partnerkurse) findest Du optionale Aufgaben zur Selbstkontrolle (ohne individuelle Lernfortschrittskontrolle).

Vorteilswelt mit %-Rabatten

Du bekommst einen exklusiven und unbegrenzten Zugang zu unserem Partner vorteile.net mit hunderten Online-Shops, über die Du Rabatte & Gutscheine erhältst.



Punktesystem

Für viele Aktionen im Online-Campus erhältst Du Punkte, die Du gegen Kurse eintauschen kannst.

Am meisten Punkte bekommst Du, wenn Du uns weiterempfehlst.

„Eine Investition in die Zukunft - Wie finanziere ich mein Fernstudium? Welche Fördermöglichkeiten gibt es?

Während Deines Studiums bleiben Deine vertraglich zugesicherten Studiengebühren unverändert. Wir bieten Dir die Möglichkeit, die gesamten Studiengebühren in bequemen monatlichen Raten zu bezahlen - so bleibt die finanzielle Belastung für Dich so gering wie möglich. Darüber hinaus stehen Dir verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten zur Verfügung und attraktive Rabatte, die wir zusätzlich gewähren (Details siehe smarketing-akademie.de):

Nachlässe

- Digitale Studienvariante, die im Vergleich zu gedruckten Skripten Kosten spart
- 10%* Nachlass auf Einzelkurse für ehemalige Studierende von uns
- 90 € Rabatt** für Azubis, Arbeitssuchende, Berufssoldaten/Soldatinnen, Schwerbehinderte und Rentner
- Nachlass von 100 Euro***, wenn Du die gesamten Studiengebühren als Einmalzahlung selbst an uns überweist
- Kostenfreie Verlängerung der Regelstudienzeit um 7 Monate bei Vollstudiengängen, um 2 Monate bei Fokuskursen und um 5 Monate bei Einzelkursen
- Anerkennung von bei uns abgeschlossenen Vorleistungen aus Einzelkursen (MOOC-Kurse ausgenommen) auf einen Vollstudiengang (120 € Ersparnis je Modul)

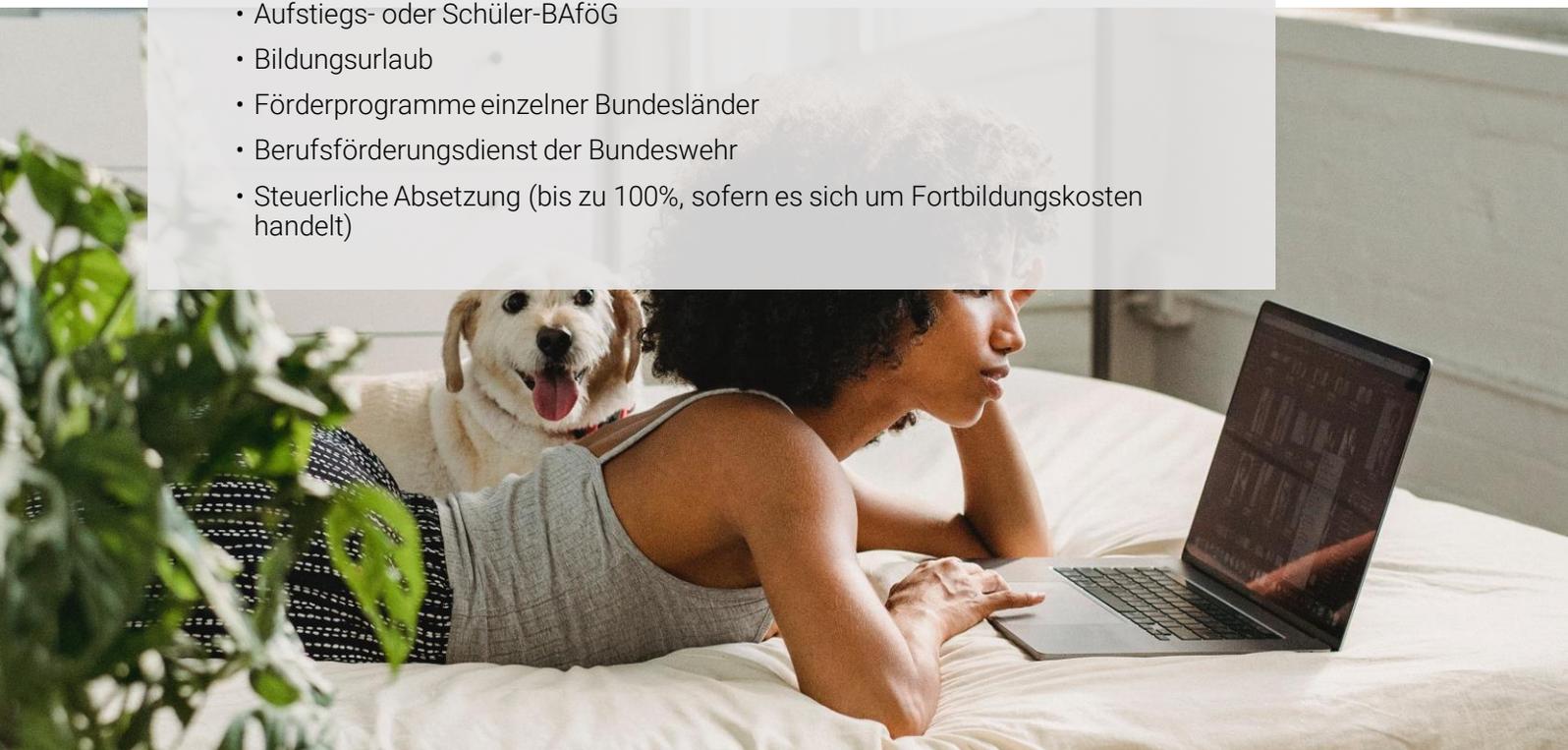
* gilt nicht für MOOC- & Selbstlernkurs-Teilnehmende; nicht mit anderen Rabatten & Gutscheinkampagnen kombinierbar

** gilt nicht für Einzel- und Selbstlernkurse (E-Learnings)

*** gilt nicht für Einzel-, Fokus- und Selbstlernkurse (E-Learnings)

Finanzierung und Förderung

- Kostenübernahme oder -beteiligung durch Deinen Arbeitgeber
- Aufstiegs- oder Schüler-BAföG
- Bildungsurlaub
- Förderprogramme einzelner Bundesländer
- Berufsförderungsdienst der Bundeswehr
- Steuerliche Absetzung (bis zu 100%, sofern es sich um Fortbildungskosten handelt)



„Gebt mir bitte ein Beispiel: Ein Einblick in ein Studienskript Probelektion „Brand Management“.

----- Beginn Probelektion -----

1. Einführung in das Brand Management

In diesem Kapitel erfahren wir, welche Bedeutung eine Marke für ein Unternehmen und für die Konsumentinnen und Konsumenten hat. Wir gehen näher auf das Markenimage und die Markenbekanntheit ein und reflektieren, inwieweit Konsumierende mit einer Marke in Bezug auf das Konsumverhalten agieren bzw. involviert sind.

Marken prägen unseren Konsumalltag. Sie begegnen uns überall und zu jeder Tageszeit. Wenn wir durch die Einkaufsstraßen dieser Welt flanieren, finden wir an jedem Schaufenster Markennamen, Logos und Slogans. Selbst wenn wir aus dem Fenster unseres Großstadtbüros schauen, finden wir Schilder, Werbeplakate und andere Botschaften, die uns in irgendeiner Weise mit einer oder mehreren Marken in Verbindung bringen. Und natürlich auch digital.

Alle Produkte und Dienstleistungen, die wir konsumieren, in Anspruch nehmen oder zu kaufen beabsichtigen, sind mit einer Marke, einer „**Brand**“, verbunden, die sie kennzeichnet und mit der wir bestimmte Assoziationen verbinden. Sie spiegelt Aspekte wie Herkunft (Made in Germany), Qualität (Billig, Mittel, Hochwertig, Luxus), Wertigkeit und Reputation des Unternehmens, für das die Marke steht, wider und speist sich aus funktionalen und emotionalen Ebenen der Konsumentinnen und Konsumenten.

Marken beeinflussen unser Konsumverhalten und geben uns Orientierung hinsichtlich unserer Wertvorstellungen und Lebenseinstellungen, z.B. ob wir lieber preiswerte oder hochpreisige Produkte konsumieren, ob wir nach Prestige oder Anerkennung gegenüber Dritten streben oder ob wir versuchen, die Werte anderer zu kopieren.

Marken transportieren Botschaften und erzeugen unterschiedliche Bilder in unseren Köpfen. Die Marke „Porsche®“ beispielsweise wird mit hoher Qualität, Luxus und Fahrspaß assoziiert. Die Marke „Coca-Cola®“ hingegen vermittelt uns Genuss, Lebensfreude und wertvolle Freizeit.

Bei der Markenführung gehen wir konsequent davon aus, dass der Verbraucher nicht ein Produkt oder eine Dienstleistung kauft, sondern eine Marke, mit der er sich identifizieren kann. Das Management einer Marke ist daher für Unternehmen besonders relevant, um eine solche Identifikation herstellen zu können.

Betrachten wir die Ziele der Markenführung aus Sicht eines Unternehmens:

- Schaffung einer langfristigen Identität für ein Produkt, eine Dienstleistung und das Unternehmen selbst
- Transfer der Marke zum Konsumierenden
- Aufbau einer stabilen und positiven Reputation, Meinungsbildung und Markenbekanntheit
- Stabilisierung/Steigerung des Absatzes
- klare Differenzierung von der Konkurrenz
- Sicherstellung einer konsistenten (Marken-)Kommunikation
- Schaffung einer stabilen Identifikation der Mitarbeitenden mit der Marke etc.

1.1 Definition einer Marke

Als Marke im Sinne des Markengesetzes gelten „alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden“ (§ 3 Abs. 1 MarkenG).

Die Markenführung, das **Brand Management**, umfasst alle internen und externen Maßnahmen, um eine Marke zu etablieren, zu kommunizieren, zu verbreiten und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.

Marken können in unterschiedlicher Form und Ausgestaltung gebildet werden, beispielsweise als (vgl. (Esch F.-R., *Strategie und Technik der Markenführung*, 2012, Seite 19)):

- Personennamen, z.B. „Elvis Presley®“
- Personengruppen, z.B. „AC/DC®“
- Buchstaben, z.B. „Marlboro®“
- Zahlen, wie zum Beispiel „4711®“
- Hörzeichen, wie zum Beispiel die Melodie von intel® inside™
- Abbildungen, wie z.B. das „Milka®“-Logo
- Farben und Farbkombinationen, wie z.B. das hellblaue und orangefarbene Design von „Gardena®“
- Formen und 3D-Darstellungen, wie z. B. die Ringe von „Audi®“

Darüber hinaus können Marken auch speziell für Organisationen und Verbände wie „Fairtrade®“ und für Unternehmen selbst wie „Tesla®“ definiert werden. Marken stehen nicht immer nur für einzelne Produkte oder Dienstleistungen, sondern werden häufig auch für Produktgruppen oder Produktfamilien gebildet. So stünden in einem fiktiven Beispiel die Marken „Fresh4me Deodorant für Frauen“, „Fresh4me Deodorant für Männer“ und „Fresh4me Deodorant sensitiv“ (nicht spezifiziert und somit für Frauen und Männer gleichermaßen geeignet) für die Markenfamilie „Fresh4me Körperpflege“.



Abbildung 1: Beispiele bekannter Marken

1.2 Bedeutung einer Marke und Markenimage

Wir wissen bereits, dass Marken bei ihren Konsumierenden individuelle Vorstellungsbilder erzeugen. Sie wirken über ihre Produkt- und Dienstleistungseigenschaften sowohl funktional als auch emotional (positiv oder negativ). Dabei können sich Verbraucher in ihrer Meinungsbildung von externen Einflüssen (Meinungen, Erfahrungen, Status Dritter) leiten oder sogar beeinflussen lassen.

Damit der Transfer bzw. die Etablierung einer Marke gelingen kann, bedarf es einer langfristigen Verankerung in den Köpfen der Konsumierenden. Sofern eine bestehende Marke über einen hohen internen unternehmerischen Wert (auf Basis von Umsatzzahlen) verfügt, bedeutet dies nicht automatisch, dass sie eine entsprechend hohe Markenbildung abbilden kann. Diese Manifestation gelingt erst durch den Aufbau von Erlebniswerten, auch „**Markenimage**“ genannt. Dieses beschreibt die Attraktivität einer Marke aus Sicht des Verbrauchers und kann positiv, negativ oder neutral sein. Diese Meinungsbildung gegenüber einer Marke erfordert deren aktive Wahrnehmung und Assoziation. Die Wahrnehmung erfolgt über Logos, Farben, Slogans, Melodien, Haptik, Geruch, Geschmack, Verpackung, Bilder und Texte. Diese Elemente lassen für jeden Konsumierenden eine individuelle Assoziation zu, wobei auch Ausschnitte ausreichen können, um eine Verbindung zu einer Marke herzustellen. Hellblaue und weiße Rauten allein würden beispielsweise eine indirekte Verbindung zur Marke „BMW®“ herstellen. Auch der Stern von Mercedes Benz® wäre eindeutig dieser Marke zuzuordnen.



Abbildung 2: Markenlogos von BMW® und Mercedes Benz®

Alle Assoziationen, die mit einer Marke und den Verbrauchern in Verbindung stehen, lassen sich in einem semantischen Netzwerk darstellen (vgl. (Esch F.-R. , 2006, Seite 65)), wobei wir zunächst die verschiedenen Assoziationsmerkmale unterscheiden (vgl. (Esch F.-R. , Handbuch Markenführung, 2019, Seite 30-31)). Zu diesen zählen:

Stärke der Assoziation

Je stärker vereinzelte Merkmale eine Marke ausgeprägt sind, desto höher lässt sich diese in ihrer Assoziation bewerten.

Art der Assoziation

Marken können sowohl funktional, d.h. über die Eigenschaften eines Produktes oder einer Dienstleistung, als auch emotional, z.B. über positive Erfahrungen, bewertet werden.

Emotionen sind für eine Marke in der Regel wichtiger als die reinen Produkteigenschaften.

Ein Produkt kann in der Praxis zwar funktional sehr überzeugend sein, wenn es aber einfach unsympathisch wirkt, wird sich dies negativ auf das Image auswirken.

Anzahl an Assoziationen

Je mehr positive bzw. negative Eigenschaften mit einer Marke assoziiert werden, desto höher bzw. niedriger ist das Markenimage.

Art der Darbietung von Assoziationen

Die Vermarktung einer Marke hat einen großen Einfluss auf die Häufigkeit ihrer Wahrnehmung. Darüber hinaus spielt auch die Art der Darstellung eine wichtige Rolle. So tragen visuelle Gestaltungen wesentlich stärker zur Assoziationsbildung bei als z.B. reine Textgestaltungen.

Relevanz zum Produkt bzw. der Dienstleistung

Die Gestaltung einer Marke orientiert sich am jeweiligen Angebot, das vermarktet werden soll. So ist eine hohe Nähe der Marke zum Thema zu gewährleisten, z.B. eine Seifenmarke zur Eigenschaft „Reinigung“.

Empfindungen

Die Assoziationen können positiver, negativer oder neutraler Natur sein. Ziel ist der konsequente Aufbau eines positiven Markenimages.

Einzigartigkeit

Marken müssen sich zwingend vom Wettbewerb differenzieren, um einzigartig und nicht vergleichbar zu sein. Im Idealfall ist eine Marke nicht durch eine andere substituierbar.

Einfachheit der Assoziierbarkeit

Komplexe Assoziationen mit einer Marke wirken sich negativ auf den Wissenstransfer und den Wiedererkennungswert aus. Daher müssen einfache Assoziationen geschaffen werden.

Das Markenimage speist sich aus den einzelnen Assoziationsmerkmalen. Unternehmen können durch die Gestaltung und Kommunikation einer Marke gezielt Einfluss auf diese nehmen, um ein positives Image zu etablieren. Dies gelingt natürlich nur, wenn das Produktversprechen eingehalten wird. Ein qualitativ schlechtes Produkt oder eine qualitativ schlechte Dienstleistung kann langfristig sicherlich kein positives Markenimage aufbauen.

----- Ende Probelektion -----

„Wer unterstützt mich bei offenen Fragen rund ums Fernstudium?“

Am Ende dieser Informationsbroschüre weisen wir noch einmal auf unsere Studienberatung hin, die Dir bei offenen Fragen zum Fernstudium gerne zur Verfügung steht.

Wir hoffen, Dich bald bei der Professionals Online Akademie für Sales und Marketing, kurz „**Smarketing Akademie**“, begrüßen zu dürfen!

Nutze das beiliegende Anmeldeformular, um Dich einzuschreiben oder gehe auf www.smarketing-akademie.de/einschreibung bzw. erwerbe Deinen Selbstlernkurs auf www.smarketing-akademie.de/mooc/.

Deine Studienleitung.

Übrigens: Melde Dich zu unserem **Newsletter** an und profitiere von spannenden Aktionen.



#smarketingakademie

Mo - Fr
8.00 bis 18.00 Uhr
Sa
8:00 bis 13.00 Uhr

Prof. Online Akademie
für Sales & Marketing
Barmbichl 12
D-83349 Palling



E-Mail
info@smarketing-akademie.de





 PROFESSIONALS
ONLINE | **AKADEMIE**
SALES & MARKETING.

Herausgeber: Prof. Online Akademie für Sales und Marketing UG (hft.)
Barnbichl 12, D-83349 Palling, www.smarketing-akademie.de