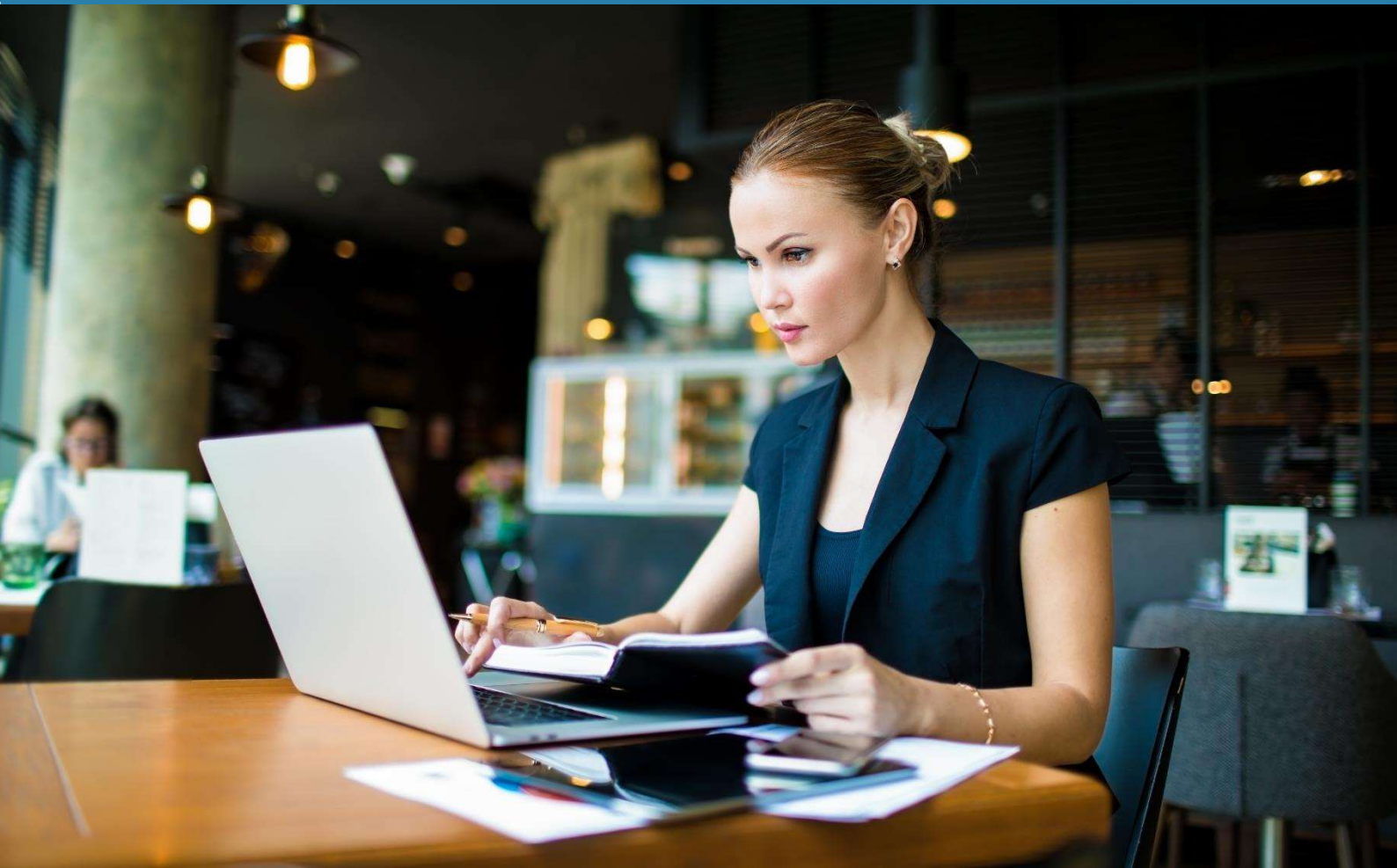


Diplomlehrgang

Social Media Marketing



Modulbeschreibungen

Inhaltsverzeichnis

1	Aufbau des Diplomlehrgangs Social Media Marketing	3
2	Modul Digital Marketing	4
3	Modul Social Media und Influencer:innen Marketing	5
4	Modul Brand Creation	6
5	Modul Content Marketing und Storytelling	7
6	Modul Social Commerce	8
7	Modul Neuro und Emotional Selling	9

1 Aufbau des Diplomlehrgangs Social Media Marketing

Modulname	Arbeitsaufwand in Stunden	entspricht in ECTS umge- rechnet	Prüfungsformat
Digital Marketing	50	2	Online Prüfung
Social Media und Influencer:innen Marketing	100	4	Online Prüfung
Branding Creation	50	2	Online Prüfung
Content Marketing und Storytelling	100	4	Online Prüfung
Social Commerce	50	2	Online Prüfung
Neuro und Emotional Selling	50	2	Online Prüfung
Summe	400	16	

2 Modul Digital Marketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Digital Marketing
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, ... unterschiedliche Online-Kanäle und deren Funktion für das digitale Marketing zu benennen. ... die Bedeutung des Online-Marketings im digitalen Zeitalter zu begründen. ... die Kriterien für eine erfolgreiche Website zu formulieren. ... Ansätze zu entwickeln, die konventionelle Marketingmaßnahmen durch digitale Kommunikation ergänzt und ersetzt werden. ... Maßnahmen im digitalen Marketing zu bewerten. ... Digital Marketing in Organisationen und Unternehmen zu planen und praktisch durchzuführen.
Modulinhalte	• Bedeutung Marketing im digitalen Zeitalter • Werbung auf digitalen Kanälen • Findability-/Usability-/Profitability-Ebene • Kriterien für eine erfolgreiche Website • Social Media Marketing und die wichtigsten Kanäle • Gestaltung und Aufbereitung von E-Mail Marketing • Mobile Marketing • Erfolgsmessung und Controlling im digitalen Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

3 Modul Social Media und Influencer:innen Marketing

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Social Media und Influencer:innen Marketing
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, ... die wichtigsten Plattformen für Social Media Marketing zu nennen. ... zu bestimmen, welcher Content sich für welche Plattformen eignet. ... zu begründen, welche Plattformen für welche Kampagnen genutzt werden sollten, um die definierten Ziele zu erreichen. ... den Einsatz von sozialen Plattformen aus der Zielsetzung gemäß der Social-Media-Strategie abzuleiten. ... zu differenzieren, welche soziale Medien von welcher sozio-demografischen Personengruppe auch im interkulturellen und internationalen Maßstab genutzt wird. ... effektiv über Content-Creation zu entscheiden. ... einen Planungszyklus des Social-Media-Marketings zu gestalten. ... Influencer:innen-Marketing als innovative Marketingstrategie zu interpretieren. ... Einsatzfelder des Influencer:innen-Marketings zu identifizieren. ... Influencer:innen-Marketing-Kampagnen zu planen und zu gestalten.
Modulinhalte	• Soziale Medien und deren Klassifikation • Nutzungsverhalten von sozialen Medien • Ziele und Aufgaben des Social-Media-Marketings • Social-Media-Marketing-Strategie • Content-Marketing • Soziale Netzwerke im Überblick • Video-Marketing • Influencer:innen Marketing • Brand Ambassadors
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

4 Modul Brand Creation

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Brand Creation
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, ... Wirkungsmodelle zur Positionierung von Marken zu erläutern. ... Markenstrategien zu beurteilen und auszuwählen. ... Bestandteile des Corporate Designs zu analysieren. ... die Bedeutung von Marken-Tracking zu argumentieren und umzusetzen. ... Modelle zur Entwicklung des Markenwertes zu unterscheiden und zu gestalten. ... Brand Experience Management in das eigene Unternehmen zu integrieren.
Modulinhalte	• Brand Management • Markenstrategien • Markenführung • Markensteuerrad • Corporate Design • Brand Tracking • Brand Equity • Brand Awareness
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

5 Modul Content Marketing und Storytelling

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Content Marketing und Storytelling
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, ... Content Marketing zu definieren und im breiten Bereich des Marketings einzuordnen. ... die Ziele und Nutzen der Content Strategie zu erläutern und zu begründen. ... das Konzept der Buyer Persona zu erklären und weitergehend eine Buyer Persona zu entwickeln. ... zwischen interner und externer Content Produktion zu unterscheiden. ... eine Content-Marketing-Strategie anhand der Eigenschaften einer Buyer Persona abzuleiten. ... Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im Content Marketing zu bewerten. ... die Notwendigkeit der Involvierung externer Berater:innen bzw. Agenturen für das Content-Marketing zu beurteilen. ... den Erfolg und die Wirksamkeit von Content Marketing einzustufen. ... Storytelling-Elemente im Content-Marketing zu kreieren. ... eine Content-Marketing Analyse zu gestalten und eine Content-Strategie zu entwickeln und umzusetzen. ... einen Content-Marketing-Redaktionsplan zu erstellen.
Modulinhalte	• Definition, Abgrenzung Content Marketing • Methoden des Content Marketing • Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im Content Marketing • Ziele und Nutzen der Content-Strategie • Content-Marketing Analysen • Content Controlling und Monitoring • Interne vs. externe Content Produktion • Crossmedia-Kampagnen im Content Marketing • Content Marketing • Operatives Content Marketing • Storytelling im Content Marketing
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

6 Modul Social Commerce

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Social Commerce
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, ... aktuelle Trends des Social Commerce zu beschreiben. ... die Funktionsweise von Social Commerce zu erklären. ... entlang konkreter Projekte für die Zielerreichung geeignete Social Commerce Plattformen auszuwählen. ... die Grundlagen des Storytellings im Social Commerce zu verstehen und in Form von Postings umzusetzen. ... erfolgsentscheidende Elemente des Social Commerce zu erläutern, zu bewerten und deren Realisierung zu planen.
Modulinhalte	• E-Business, E-Commerce und Social Commerce • Funktionsweise und Umsetzung von Social Commerce • Plattformen in Bezug auf Social Commerce: ○ Pinterest ○ Facebook ○ Instagram ○ Youtube ○ TikTok • Storytelling • Erfolgsfaktoren • Influencer:innen Marketing in Bezug auf Social Commerce • Metaverse • Live-Shopping und Livestream-Shopping • Conversational Shopping
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform

7 Modul Neuro und Emotional Selling

Modulbeschreibung	
Titel des Moduls	Neuro und Emotional Selling
Sprache	Deutsch
Lernergebnisse	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind Teilnehmer:innen in der Lage, ... die Begriffe und Prinzipien des Neuromarketings zu beschreiben. ... unterschiedliche Ansätze des Emotional Selling zu beschreiben und anzuwenden. ... emotionales Verkaufen nachzuweisen und zu analysieren. ... verschiedene Ansätze der Verkaufskommunikation einzustufen und zu bewerten. ... die neuropsychologische Verarbeitung in die verschiedenen Ansätze zu integrieren.
Modulinhalte	• Neuromarketing • Prinzipien des Emotional Selling • Kaufentscheidungen • Messbarer Verkauf • Emotionen erkennen, analysieren und steuern • Neuro-Kommunikation • LimbicMap • Emotionale Verkaufsintelligenz
Lehr- und Lernformen	Online, Moodle Plattform