

(Änderungen vorbehalten)

## ONLINE MARKETINGWIRT (MMA)

### 1 18.04.2020 INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

Marketing-House / 4-Ebenen-Modell / Marken-Aktivierungs-Matrix  
Ebenen der Interaktion, Barrieren, Organisation, Kommunikationsfunktionen, Koordinierung, Kommunikationsmanagement, Grundlagen Corporate Identity, Public Relations, Markenpolitik, Marketingkonzeption, Multi-Channel Marketing, CRM, Kombimarketing, Dialogmarketing, Kundenakquisition und -bindung, Mediaplanung, Crossmedia-Kampagnen, Medien und Reichweiten, Einbeziehung spezieller Marketing-Strategien wie virales Marketing, Guerilla-Marketing oder Event-Marketing, Strategieentwicklung, Ziel- und Zielgruppendefinitionen, operationale Ziele, Auswahlkriterien für externe Dienstleister, Festlegung der Maßnahmen, Einbindung im Marketing-Mix, interner Online-Kodex, Userbindung, Traffic, Linkbuilding, Foren, Chats, Blogs, Onlinerollenspiele, Reputation-Management Krisen-PR im Internet, Image-Control, Webcleaning, Valence Management, Cross-Media-Kampagnen mit Medienkonvergenz

### 2 25.04.2020 DIGITALE TECHNOLOGIEN & INTERNET

Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnologien (IT), vom Großrechner zum Mobile Computing, Anwendung von Tools, Datenformate, Kompressionstechnologien, Programmiersprachen, Informationsarchitektur, Sicherheitssysteme, Integriertes Data-Management

Entwicklung zur neuen Dimension von Information und Kommunikation, technische Parameter, Domains, Hosting, Provider, Browser, HTML, IP-Protokoll, Adressraum, E-Mail, Tracking, Cloud Computing, Aufbau von Netzwerken, Bandbreiten, VideoOIP, W3C, Open Sources, Content, Suchmaschinen, Connectivity, Traffic, Ranking, SEO, SEM, SMO, Web 2.0

### 3 09.05.2020 WEBSITE MARKETING

Strategische Planung des Webauftritts, Konzeption von Webseiten, Unterseiten, Microsites, Landingpage, Bildbearbeitung, Grafikformate, Typografie, Video, Audio und Animationen, Flash, Frame und Java-Script, Content, inhaltliche und technische Suchmaschinenoptimierung, Barrierefreiheit, Usability, Response, Einbindung CRM

### 4 16.05.2020 WEBANALYSE UND TRACKING

Grundlagen des Webcontrolling und LogFiles  
Analyse des Besucherverhaltens und Kennenlernen der wichtigsten KPIs Click-Stream Analysen und Analyse von Funnels  
Herkunft der Websitebesucher und Referrer-Tracking

(Änderungen vorbehalten)

- Conversion Tracking und Tracking weiterer Zielvorhaben  
Übersicht über die wichtigsten Anbieter
- 5      23.05.2020    **SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO)**
- Funktionsweise von Suchmaschinen, technische Hintergründe  
Überblick SEO-Szene: Status Quo der Suchmaschinenoptimierung, Google Updates  
Keyword Analysen: Vorgehen und Tools, Keyword Grids erstellen, Keyword Mapping  
Onpage Optimierung: Informations-Architektur, Themen-Silos, Code Struktur, Meta Tags, Bilder-SEO, semantische Textoptimierung via wdf\*idf Analysen, inhaltliche Optimierung und Nutzersignale  
Offpage-Optimierung: PageRank, Linkjuice, Google Trust, Backlinks, Link-Earning  
Rankinganalyse und Anlegen von Monitoring Keywords  
Wichtigsten SEO Tools wie Sistrix, Xovi, Onpage.org, Link Research Tools, etc.
- 6      30.05.2020    **GOOGLE ADWORDS**
- Grundlegende Basics  
Aufbau einer feingranularen Kampagnen-Architektur  
Keyword-Recherche, wirksame Anzeigentexte schreiben, Anzeigenerweiterungen  
Conversion Tracking und Bid Management  
GDN und Remarketing Kampagnen  
Mobile Ads  
YouTube TrueView Advertising  
Lightbox Ads
- 7      13.06.2020    **SOCIAL MEDIA MARKETING 2.0 - NETZWERKE**
- Kennenlernen der wichtigsten Netzwerke (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Pinterest, XING, etc.), Best Cases, Praxiswissen, Tools und Social Media Management-Konsolen, Erstellen von Redaktionsplänen, Social Media KPIs, SPECIAL: Facebook Werbeanzeigen-Manager (Bau von Facebook und Instagram Ads) sowie XING Ad Manager
- 8      20.06.2020    **SOCIAL MEDIA MARKETING 2.0 – Influencer Marketing**
- Strategischer Einsatz von Influencern, Tools zur Identifizierung von Influencern, Workflows für das Influencer Management.  
Social Media Monitoring: Brand Monitoring, Monitoring Software zum Lead Sourcing, Sentiment-Analysen, Influencer Identifizierung, SOW-Analysen, Issue Analysen, Erstellen von automatischen Reports, Kennenlernen der wichtigsten Anbieter  
Strategische Steuerung von Meinungen, Techniken zur Förderung von positivem User Feedback, Bedeutung von Foren und Frage-Antwort Portalen, Nielsen Trust in Advertising Studie und deren Implikation auf das Marketing der 2 Wirkungsfrenten

(Änderungen vorbehalten)

- 9      27.06.2020    **AFFILIATE MARKETING**
- Aufbau und Funktionsweise von Affiliate-Programmen, Affiliate-Anbieter, Affiliate-Marketing-Systeme, Nutzer, Konditionsmodelle, Branchen, Erfolgsfaktoren, Aufbau eines eigenen Affiliate-Programms, Schaffung eines virtuellen Kompetenzzentrums, Vernetzung mit Partner-Plattformen, Unique Content, Business-Content, User generated Content, Content Curation, Content Management Systeme, Content Seeding
- 10     04.07.2020    **CONTENT MARKETING**
- Schaffung eines virtuellen Kompetenzzentrums, Vernetzung mit Partner-Plattformen, Unique Content, Business-Content, User generated Content, Content Curation, Content Management Systeme, Content Seeding
- 11     11.07.2020    **NATIVE ADVERTISING**
- Die Wirksamkeit von Digital Advertising, neue Formate gegen Werbemüdigkeit, Vorteile und Besonderheiten von Native Advertising, Technische Aspekte von Native Advertising (Native Ad Server, Multi Device, Automatisierung, Skalierung), Schaltungsmöglichkeiten (Direct RON, Channels, Keywords), Gestaltung und Elemente innerhalb des Native Advertising, Konzipierung und Aussteuerung von Kampagnen
- 11.1. 11.07.2020    **DISPLAY ADVERTISING / ONLINE MEDIA**
- Formen der Online-Werbung, interactive Werbung, Advertorial, Banderole Ad, Banner, Billboard, Blow up, Content Box, Expandable Formate, Fireplace, Interstitial, Layer Ad, Peel Ad, Pop up, Pop Under, Rectangle, Skyscraper, Postroll Ad, Preroll Ad, Prestitial, Sponsoring, Tandem Ad, Tablet Werbung, Wallpaper
- 12     18.07.2020    **MOBILE MARKETING & APPS**
- Grundlagen mobile Technologie, Glonass, Galileo, SMS, WAP, GPRS, UMTS, http für Handys, Formate, Protokolle, Anwendungen, VoIP, RSS, Möglichkeiten und Entwicklungen, Überblick über die Kanäle im Mobile Marketing, Wertschöpfungskette, Geschäftsmodelle, Sicherheit, Anpassung der Marketing-Formate an das mobile Web
- 12.1 18.07.2020    **ONLINE PR**
- Grundlagen mobile Technologie, Glonass, Galileo, SMS, WAP, GPRS, UMTS, http für Handys, Formate, Protokolle, Anwendungen, VoIP, RSS, Möglichkeiten und Entwicklungen, Überblick über die Kanäle im Mobile Marketing, Wertschöpfungskette, Geschäftsmodelle, Sicherheit, Anpassung der Marketing-Formate an das mobile Web

(Änderungen vorbehalten)

## 13 25.07.2020 NEWSLETTER-MARKETING

Die papierlose Kommunikation, Grundprinzipien und Rechtsnormen, E-Mail-Marketing als Geschäftsmodell, Newsletter-Marketing, virale Effekte, Incentives, B-to-C und B-to-B, Adressgenerierung, Werbe-E-Mails und Newsletter planen und gestalten, E-Mail Kampagnen erfolgreich durchführen, Erfolgskontrolle, Permission Marketing

## 13.1 25.07.2020 MEDIENRECHT

Patent-, Gebrauchsmuster-, Geschmacksmuster-, Urheber- und Markenrecht, gewerblicher Rechtsschutz, Wettbewerbsrecht, UWG, Zugabe-Verordnung, Rabattgesetz, Ladenschlussgesetz, Verbraucherschutz, Ausgestaltung von AGB, Steuerrecht, Vertragsrecht, Telekommunikation/Internet und Datenschutz

## 14 01.08.2020 UXO (USER EXPERIENCE OPTIMIZATION) & CONV. OPTIMIERUNG

Wie benutzerfreundliche IKT-Lösungen die Produktivität und Kundenzufriedenheit steigern Personabased Design, Anthropotechnik, Cognitive Walkthrough, Eye-Tracking Angebotscharakter, Erwartungskonformität, Interaction Design Informationsarchitektur, Kontextsensitivität, Interfacedesign Assistenzsysteme, Mousetracking, Fehlerausschluss, Customer-Experience-Management, CSS-Framework, Heatmap, Sidemap, Paper Prototyping, Screendesign, Software-Ergonomie, Navigation

## 01.08.2020 PROJEKTARBEIT KICKOFF