

Online-Marketing-Manager

Lehrinhalte und Dozenten

1. Semester / Grundstudium

Kommunikation

Horst Harguth

Kommunikation ist heute fast "alles". Wer nicht kommuniziert, der ist nicht vorhanden, den sieht man nicht, der wird nicht gehört, den nimmt man nicht zur Kenntnis.

Dabei kann man professionelle Kommunikation recht einfach lernen. Und trotzdem machen viele Unternehmen immer noch sehr vieles falsch. Akademie-Direktor Horst Harguth zeigt in einem Wechsel von viel Praxis und sicherer Theorie, wie man es anstellt, mit seinen Dialoggruppen so zu kommunizieren, dass diese begeistert sind.



Marketing-Grundlagen

Dirk Schäfer

Was ist überhaupt Marketing und welche Bereiche umfasst es?
Wie ist Marketing betriebswirtschaftlich einzuordnen? In diesem Grundlagen-Modul mit einem Schwerpunkt auf dem Bereich Kommunikation werden nicht nur diese Fragen beantwortet: Es wird der Weg zu einer schlüssigen und ganzheitlichen Marketing-Konzeption erarbeitet, von der umfassenden Analyse über die Entwicklung eines Zielsystems und einer Strategie bis zur Planung von konkreten Maßnahmen. Dozent Dirk Schäfer betreut bei der Agentur Conosco u.a. zwei global führende Software-Unternehmen, eine der größten deutschen Performance-Agenturen und einen weltweit agierenden Automotive-Zulieferer. Die Customer Journey ist sein tägliches Geschäft und deshalb erklärt er praktisch, wie man erfolgreiche Konzepte entwickelt.



VWL / BWL

Giesela Hein

Volkswirtschaftslehre
Unterschied zwischen Makro- und Mikroökonomie
Wirtschaftskreislauf und volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
Angebotsorientierte Wirtschaftstheorie = Klassik / Neoklassik
Nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik = Keynes

Betriebswirtschaftslehre
Marktformen • die betriebswirtschaftliche Preistheorie
• Deckungsbeitrag • Managementprozess

Giesela ist Diplom-Ökonomin.



Werbe- und Wettbewerbsrecht

Matthias Klage

Um Kunden wird auf zunehmend globalen und digitalen Märkten so hart gekämpft wie nie zuvor. Dabei ist aber nicht längst nicht jedes Mittel erlaubt. Datenschutz, Persönlichkeitsrechte oder faires Verhalten zwischen Wettbewerbern sind beispielsweise Rechtsgüter, die oft genug missachtet werden – und dann teure Konsequenzen haben können. Damit Sie in keinen Fallstrick laufen, sollten Sie sich Matthias Klage von der internationalen Kanzlei Tigges nicht entgehen lassen. Der medienerfahrene ehemalige Staatsanwalt kennt aus seiner täglichen Praxis alle Fallstricke, die man vermeiden sollte.



Marktforschung

Doris Landsecker

Marktforschung ist ein wichtiger Eckpfeiler der Marketing-Kommunikation. Sie kann tiefe Einblicke in Märkte und Zielgruppen verschaffen, wichtige Entscheidungsprozesse unterstützen und Erfolge messen.

Wie man effiziente Marktforschung plant, umsetzt und auswertet vermittelt Doris Landsecker, Media-Coach und -Consultant.



Mediaplanung

Doris Landsecker

Jedes noch so kreative Werbemittel, egal ob Online-Banner, Fernsehspot oder Print-Anzeige, muss auch die richtigen Zielgruppen erreichen – sonst verpufft das Budget ohne jegliche Wirkung. Das ist aber gar nicht so einfach und erfordert viel Wissen um Märkte, Zielgruppen und Medien – und nicht zuletzt komplexe Tools. Doris Landsecker, Media-Coach und -Consultant, weiß, wie es geht.



Grundlagen des Online-Marketings

Dirk Schäfer

Eine Rundreise durch alle wichtigen Bereiche des Online-Marketing: Von den elementaren Webtechnologien, die Online-Marketing überhaupt erst möglich und die Hintergründe verständlich machen, über Grundlagen der digitalen Ökonomie bis zu allen gängigen Möglichkeiten wie Banner, E-Mail, Affiliate, SEA, Content-Marketing, Virale Kampagnen, Social Media und vieles mehr. Alle Bereiche werden grundlegend erläutert, so dass ein umfassender und verständlicher Überblick gewonnen wird. Dozent Dirk Schäfer betreut bei der Agentur Conosco u.a. zwei global führende Software-Unternehmen, eine der größten deutschen Performance-Agenturen und einen weltweit agierenden Automotive-Zulieferer.



2. Semester / Spezialisierung

Basics Bildbearbeitung und Typographie

Martin Schell

Eine gute Website überzeugt nicht nur mit Content, sondern auch mit Bildern, Videos und sorgfältig ausgewählten Schriften. Aber wo kommen diese her? Und wenn man sie hat – wie kann man sie einsetzen und bearbeiten und welche Tools benötigt man dazu? Martin Schell ist Art Director bei der Agentur Markenmut und weiß, wie es geht – lernen sie die Grundlagen von einem ausgewiesenen Profi.



Affiliate Marketing

Burkhard Asmuth

Partnerprogramme sind eine wichtige Werbeform und interessante Einnahmequelle – und das nicht nur für die großen Player im Web – ganz im Gegenteil! Wie man Affiliate-Programme wirkungsvoll einsetzt, welche Vermittlungs-Plattformen und Abrechnungsmodelle es gibt, erzählt Ihnen Burkhard Asmuth von der Agentur Contunda. Er selbst betreibt diverse Portale und Blogs, die alle mit Partnerprogrammen zusammenarbeiten.



Banner / Retargeting

Alexander Braden

Banner gehören zu den Werbemaßnahmen der ersten Stunde im World Wide Web – und sie haben ihren Platz als bedeutendes Instrument im Online Marketing bis heute behauptet. Darauf und auf die Frage, warum einen Banner mit Produkten, die man sich kürzlich in einem Webshop angesehen hat, „kreuz und quer durchs Web verfolgen“, hat Alexander Braden von KreativZirkel UG die richtigen Antworten.



Blogs

Burkhard Asmuth

Weblogs sind mittlerweile weit mehr als Meinungs- oder Wissens- oder Erlebnismitteilungen von ambitionierten Webnutzern – sie sind oft Geldquelle und gehören in fast jede Online-Kommunikationsstrategie. Alles über Blogs weiß Burkhard Asmuth von der Agentur Contunda.



Daten-Sicherheit

Klaus Koßmann

In mehreren Jahren in den Bereichen Organisation und IT hat Klaus Koßmann die Prozesse und IT-Anwendungen der IKB Deutsche Industriebank AG maßgeblich mitgestaltet; angefangen mit der Konzeption und Implementierung der Kernanwendung für das Kreditgeschäft bis hin zur Einführung von Collaboration Lösungen. Als Teamleiter in der IT war er verantwortlich für die Bereiche Office, Communication und Collaboration. Seit April 2014 verantwortet Herr Koßmann als CISO das Informations-Sicherheitsmanagementsystem der IKB.



Zahlungs-Systeme

Carsten Hahn

Sichere und komfortable Zahlungssysteme sind aus dem digitalen Handel nicht wegzudenken. Und zu den bereits etablierten Systemen kommen immer wieder neue Varianten hinzu. Den Überblick über Vor- und Nachteile, Sicherheit und die Punkte, die bei der Planung und Implementierung berücksichtigt werden müssen, hat Carsten Hahn.



Web-Analytics

Alexander Braden

Woher kommen Website-Besucher? Über Banner? Suchmaschinen? Newsletter? Und was machen sie auf der Site? Wie lange bleiben sie? Gibt es markante Ausstiegspunkte? Wie viele Kaufabbrüche gibt es?

Wer eine Website oder einen Webshop betreibt, möchte so viele Besucher wie möglich auf seine Seite bringen – und dort sollen sie auch bleiben oder etwas kaufen. Dazu müssen Kommunikationsmaßnahmen und auch die Website selbst kontinuierlich verbessert und angepasst werden – und dazu benötigt man eine ausgefeilte Analyse. Wie das geht, zeigt Alexander Braden.



Customer Relationship-Management

Dirk Allroggen

Das Management von Kundenbeziehungen bedeutet nicht mehr nur, dass Servicemitarbeiter in eine Datenbank schauen können, um Kundendaten abzurufen. Komplexe und cloudbasierte CRM-Systeme bilden heute die gesamte Customer Journey mit allen Kundeninteraktionen ab und können Kommunikation und Vertrieb über alle Kanäle hinweg personalisiert und intelligent steuern. Wie das geht, weiß niemand besser als Dirk Allroggen, Managing Partner der Spezialagentur für Dialogmarketing JahnsAndFriends.



E-Recruiting

Tobias Voigt

Die Personalbeschaffung über E-Recruiting ist weit mehr als das Schalten einer digitalen Anzeige auf einem der einschlägigen Job-Portale. Mittlerweile wird der gesamte Human Resources-Prozess digital transformiert und vernetzt alle und alles rund um den Recruiting-Prozess: HR-Abteilungen, Fachabteilungen, Jobbörsen, Social Media Kanäle und natürlich die Beworbenen bzw. Bewerber. Tobias Voigt ist seit September 2011 Vorstand der markenmut AG.



Content Management Systeme

Frank Frewer

Wer eine Website aufbaut oder betreut, der muss kein HTML-Profi sein. Dafür sorgen Content Management Systeme – angefangen bei WordPress und Joomla bis zum komplexen TYPO3 oder vielen weiteren kostenlosen oder kostenpflichtigen Systemen. Wie man damit umgeht, weiß einer ganz bestimmt: Programmierer Frank Frewer hat zahlreiche Websites aufgebaut und betreut – und zeigt, wie man das richtige CMS für seine Zwecke auswählt, einrichtet und betreut.



Mobile Technologien

Sebastian Scheele

„Mobile“ ist Online-Gegenwart und absoluter Zukunftstrend. Aber Mobile hat auch eigene Gesetzmäßigkeiten. Von SMS und Messenger über GPRS und Responsive Sites bis zu Apps:

Sebastian Scheele ist User Experience & Portal Manager bei Telefónica Germany und kennt sich aus mit Mobile Apps – Analyse, Optimierung und Weiterentwicklung der User-Experience und Usability gehören zu seinem Aufgabenbereich. Profitieren Sie von seinem Erfahrungsschatz!



Strategisches Content Marketing

Mael Roth

Content Marketing wird seit einigen Jahren als neuer Hype gefeiert. Was ist eigentlich damit gemeint? Nur ein neues Buzzword oder hat sich tatsächlich etwas geändert?

In dem Seminar geht es darum, welche grundlegenden Änderungen dazu führen, dass Unternehmen es sich nicht mehr leisten können, uninteressant zu sein und wie „Content Marketing“ als neues Kommunikationsparadigma langfristig im Unternehmen etabliert werden kann.

Maël Roth, Consultant Content Strategies, Scompler GmbH



Online-Marketing, Strategie und Konzeption

Dirk Schäfer

Der digitale Wandel ist für Unternehmen, Agenturen und Organisationen eine große Herausforderung. Dabei ist eine vernünftige Strategie und Konzeption schon der halbe Erfolg. Marketing-Spezialist Dirk Schäfer vermittelt an zwei aufeinander aufbauenden Abend-Veranstaltungen die wichtigsten Tools für Ihren digitalen Erfolg.



E-Mail-Marketing

Nico Müller-Leon

E-Mail-Marketing ist nach wie vor eine der beliebtesten digitalen Werbeformen. Aus der personalisierten und individuellen Kundenkommunikation ist es nicht wegzudenken. Und auch im Content-Marketing, Vertrieb, Service und vielen weiteren Bereichen spielt es eine elementare Rolle. Detailliertes Wissen über Strategien, Technologien und praktische Anwendung gibt es von Nico Müller-Leon. Seit 2013 verantwortet er das E-Mail-Marketing bei der GALERIA Kaufhof GmbH. Mit 21.500 Mitarbeitern und über 100 Filialen ist GALERIA Kaufhof die führende Warenhauskette in Deutschland und Belgien.



Webtechnologien

Dirk Schäfer

Wie funktioniert Internet eigentlich? Was unterscheidet Internet vom World Wide Web? Wie spielen HTTP, HTML und URL zusammen? Und warum verfolgen mich Werbebanner kreuz und quer durchs World Wide Web, egal auf welcher Seite ich bin? Dirk Schäfer von der Agentur Conosco erklärt die grundlegenden Techniken, die Online-Marketing überhaupt erst möglich machen. Eine großartige Grundlage, um alle anderen Segmente zu verstehen.



SEM=SEO+SEA

Burkhard Asmuth

Suchmaschinenmarketing mit seinen Teilbereichen Search Engine Optimization und Search Engine Advertising ist mittlerweile für zahllose Unternehmen das wichtigste Marketing-Tool. Burkhard Asmuth von der Agentur Contunda ist absoluter Profi in diesem Bereich, dem es nach eigener Aussage "unglaublichen Spaß macht, sein Wissen weiterzugeben". Burkhard Asmuth ist Geschäftsführer und Social Media Berater der Agentur Contunda.



Digital Media

Carolin Polka

Wer Geld in Online-Werbung steckt, der will sein Budget so effizient wie möglich einsetzen und Streuverluste vermeiden. Wie man mit professionellem Media seine Zielgruppen punktgenau trifft, zeigt Carolin Polka. Sie ist selbst Absolventin der DAMK und Senior Media Consultant bei der Agentur MediaCom.



Social Media Grundlagen

Burkhard Asmuth

In diesem Seminar werden alle grundlegend wichtigen Kanäle, Bereiche und Tools der Sozialen Medien vermittelt – und wie man professionell damit umgeht. Prädestiniert dafür ist Dozent Burkhard Asmuth, Geschäftsführer und Social Media Berater der Agentur Contunda.



BILDUNGSSCH[€]CK
Machen Sie sich schlau – es zahlt sich aus!
Wir beraten Sie gerne.

Start:	April / Oktober
Vorlesung: Mo / Di / Mi	18:15 bis 20:45 Uhr
Kosten pro Einmalzahlung:	5.400,00 Euro
Kosten pro Monat:	480,00 Euro
Hochschulzertifikat:	595,00 Euro, einmalig

Bildungsschecks und Bildungsprämien werden gerne akzeptiert.

Weitergehende Informationen zum Bildungsscheck NRW finden Sie auf dem Internetportal „Weiterbildungsberatung in NRW“:

https://www.weiterbildungsberatung.nrw/foerderung/bildungsscheck_nrw/foerderung/bildungsscheck

Sichern Sie
sich **500 €**
Zuschuss
!

Anmeldung / Infos bitte unter roth@damk.de, oder 0211-373900



Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation e.V.