Digitaler Marketing Manager (m/w/d) - Berufsbegleitend - Virtuell

Kurs-Nr. MKDMM

Beschreibung

In diesem Zertifikatslehrgang lernen Sie Sie digitale Marketingmaßnahmen strategisch zu planen, umzusetzen und erfolgreich zu steuern. Sie lernen, die Sichtbarkeit ihres Unternehmens in Suchmaschinen und KI-gestützten Suchsystemen zu erhöhen, die richtigen Zielgruppen über digitale Kanäle zu erreichen und Marketingbudgets effizient einzusetzen. Durch den praxisnahen Einsatz aktueller Methoden und Tools können digitale Kampagnen datenbasiert bewertet, kontinuierlich optimiert und nachhaltige Wettbewerbsvorteile geschaffen werden.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation und Vertrieb, Mitarbeitende aus Unternehmen oder Agenturen, Selbstständige, Unternehmer und Gründer

Inhalt

Modul 1: Google-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Optimierung für generative Suchmaschinen/KIs (GEO) (10 UE)

- Wie Suchmaschinen arbeiten: Crawling, Index und Ranking
- Die Suchergebnisseite heute: organische Ergebnisse, Anzeigen, AI Overviews und KI-Modus
- ChatGPT, Perplexity & Co.: Wie KI-Systeme Quellen auswählen und zitieren
- SEO, GEO, AEO: Begriffe einordnen und Gemeinsamkeiten erkennen
- On-Page- und Off-Page-Optimierung im Überblick
- Keywords, Suchintention und Content
- Keyword- und Themenrecherche: Suchbegriffe, Fragen und Suchintention verstehen
- Hochwertige, einzigartige Inhalte erstellen: Erfahrung und Fachwissen sichtbar machen (E-E-A-T)
- Texte mit KI-Unterstützung: Chancen, Grenzen und Qualitätsrichtlinien von Google
- Struktur und Aufbereitung: Überschriften, klare Antworten, Title und Meta-Description
- Content-Marketing-Strategien für mehr Sichtbarkeit
- Technische Aspekte der SEO
- Crawling und Indexierung: Damit Suchmaschinen und KI-Systeme Ihre Inhalte finden (robots, Status Codes, interne Verlinkung, Duplicate Content)
- Website-Performance, Ladegeschwindigkeit und mobile Optimierung
- Strukturierte Daten, Bild-Alternativtexte und Barrierefreiheit: Was ist sinnvoll?
- Technische SEO-Faktoren verstehen und mit Tools prüfen
- Backlinks und Erwähnungen: Vertrauen und Reputation seriös aufbauen
- Lokale Sichtbarkeit: Google Unternehmensprofil als Einstieg
- Erfolgsmessung: Google Search Console, Webanalyse und Sichtbarkeit in KI-Antworten
- Abschlusspräsentation des Moduls

Standort und Termin

Termin auf Anfrage
Berufsbegleitend - Virtuell

Termindetails

80 Unterrichtseinheiten

Investition

2.499,-
inkl. Unterlagen und Zertifikat

Ansprechpartnerin

Christine Schuler

07721 922313

christine.schuler@vs.ihk.de

Veranstaltungsort

Virtuelles Klassenzimmer

https://lernwelt.ihkakademie-sbh.de

Dozenten

- Sebastian Brundel
- Robin Förster
- Hannes Heppner
- Felix Veith
- Sandra Vieth
- Tim Zeller

07721 922-200

akademie@vs.ihk.de

IHK Akademie
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen

Modul 2: Google-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA) (10 UE)

- Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads
- Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen,
- Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-
- Kampagnen oder Video-Kampagnen
- A/B-Testing
- Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords,
- Kampagnentypen, Anzeigengruppen und
- Anzeigengestaltung
- Gebotsstrategie
- Landingpages
- Monitoring: Steuerung, Überwachung und
- Optimierung der Kampagnen
- Abschlusspräsentation des Moduls

Modul 3: Online-Werbung: Social Media Marketing & Social-Media-Advertising (18 UE)

- Grundlagen Social Media
- Social Media Strategie
- Social Media Kennzahlen & Optimierung
- Community Management
- Social Media & Recht Grundlagen
- Grundlagen und Begriffsdefinitionen Social-Media-Advertising
- Social Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken
- Werbemanagement-Tools
- gesponserte Inhalte und Paid-Content
- A/B-Testing
- Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe,
- Plattformen, Budget, Zeitplan und
- Anzeigengestaltung
- Monitoring: Steuerung und Überwachung der
- Kampagnenleistung
- Optimierung: Anpassung der Kampagnen
- Abschlusspräsentation des Moduls

Modul 4: Direktmarketing: E-Mail Newsletter und Whatsapp Broadcast (14 UE)

- Grundlagen & Begriffsdefinition Direktmarketing: Funnel, Zielgruppen
- Grundlagen Whatsapp Marketing
- Use Cases & Praxisbeispiele
- Community Gruppen Management
- Toollandschaft
- KPIs & Erfolgsmessung
- Recht & Compliance

Förderungen

- ESF Förderung

Das könnte Sie interessieren

- Marketing-Manager (m/w/d) - Berufsbegleitend - Virtuell
- Eventmanager (m/w/d) - Berufsbegleitend - Virtuell
- Social Media Manager - Vollzeit - Virtuell

Kofinanziert von der Europäischen Union

Kofinanziert vom Ministerium für Wirtschaft, Handwerk und Tourismus Baden-Württemberg

07721 922-200

akademie@vs.ihk.de

IHK Akademie
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen

- Grundlagen E-Mail- und Newsletter-Marketing
- Software und Rahmenbedingungen
- A/B-Testing
- Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppen,
- Themen, Frequenz und Newslettergestaltung
- Listenaufbau und Segmentierung
- Datenschutz und rechtliche Aspekte
- Monitoring: Steuerung und Überwachung der
- Kampagnenleistung
- Optimierung: Anpassung der Kampagnen
- Abschlusspräsentation des Moduls

Modul 5: Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung (10 UE)

- Grundlagen Web-Controlling
- Kennzahlen (KPI) und Tools zur Analyse einer Website
- Einrichtung und Anwendung eines Analyse Tools
- Berichte und Kennzahlen
- Interpretation, Auswertung und Reporting
- Monitoring von Social-Media-Kampagnen, Google-Ads-Kampagnen und Newsletter-Kampagnen
- Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter
- Abschlusspräsentation des Moduls

Modul 6: User Experience (UX) und Usability als Grundlage erfolgreicher Websites (10 UE)

- Bedeutung von User Experience und Usability für den Unternehmenserfolg
- Abgrenzung von UX und Usability
- Nutzerzentrierung: Zielgruppen, Personas und Customer Journey
- Kanalübergreifende Userflows gestalten: Einstiegspunkte verstehen und Nutzer entlang der Journey führen
- Psychologische Grundlagen der Websitegestaltung (z. B. visuelle Hierarchie, Entscheidungsprozesse, Vertrauensaufbau)
- Usability-Prinzipien für Navigation, Struktur und Inhalte
- Grundlagen des UX Writing: verständliche, handlungsorientierte und vertrauensbildende Sprache
- Mobile Optimierung, Performance und Barrierefreiheit
- Methoden zur Analyse der User Experience (z. B. Webanalyse, Heatmaps, Usability-Tests, A/B-Testing)
- Kontinuierliche Optimierung statt Relaunch: datenbasierte Weiterentwicklung von Websites
- Aktuelle Entwicklungen: KI-gestützte Personalisierung und digitale Assistenzsysteme

Modul 7: Mündliche Präsentationen & Abschlussarbeit

Jedes Modul schließt mit einer mündlichen Präsentation á 20 Minuten ab. (50% der Abschlussnote)

07721 922-200
akademie@vs.ihk.de
IHK Akademie
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen

Digitaler Marketing Manager (m/w/d) - Berufsbegleitend - Virtuell

Alle Modulabschlusspräsentationen sollen in maximal in 20 Seiten schriftlich zusammengefasst werden. (50% der Abschlussnote)

Abschluss

- IHK-Zertifikat

Veranstaltung online ansehen

https://www.ihkakademie-sbh.de/weiterbildung/details/digitaler-marketing-manager-m-w-d-berufsbegleitend-virtuell_119616

07721 922-200

akademie@vs.ihk.de

IHK Akademie
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen