


Kursstart alle 4 Wochen


# Brand Marketing Manager:in


Der Kurs vermittelt Marketing- und Kommunikationsformen sowie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) für ein erfolgreiches Markenmanagement. Du erlernst wichtige Begriffe und Maßnahmen im Social Media Marketing und SEM-Management und bist in der Lage, Online-Kampagnen zu erstellen.

 **Abschlussart**  
Zertifikat „Brand Marketing Manager:in“

 **Abschlussprüfung**  
Praxisbezogene Projektarbeiten mit Abschlusspräsentationen  
Certified SEM Manager  
Certified Social Media Manager:in

 **Dauer**  
16 Wochen

 **Unterrichtszeiten**  
Montag bis Freitag von 8:30 bis 15:35 Uhr  
(in Wochen mit Feiertagen von 8:30 bis 17:10 Uhr)

 **Nächste Kursstarts**  
14.10.2024  
11.11.2024  
09.12.2024

## LEHRGANGSZIEL

Nach Abschluss des Lehrgangs besitzt du Grundlagenkenntnisse in den Bereichen digitales Marketing und Online Marketing. Du weißt, wie eine Marke aufgebaut wird und was eine erfolgreiche und zielgerichtete Markenkommunikation ausmacht. Zudem kennst du die wichtigsten Begriffe und Maßnahmen im Social Media Marketing und bist in der Lage, Online-Kampagnen zu erstellen und die Auffindbarkeit einer Webseite in den Suchergebnissen von Suchmaschinen wie z. B. Google, Bing oder Yahoo zu erhöhen.

## ZIELGRUPPE

Der Kurs richtet sich an Personen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation oder Social Media und an alle, die im Marketing beruflich Fuß fassen oder ihr Unternehmen erfolgreich vermarkten möchten.

## BERUFSAUSSICHTEN

Brand Marketing Designer:innen sind in großen sowie mittelständischen Unternehmen gesucht und auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragt. Mögliche Einsatzgebiete sind Werbeagenturen oder Marketingabteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen aller Wirtschaftsbranchen.

Dein aussagekräftiges Zertifikat gibt detaillierten Einblick in deine erworbenen Qualifikationen und verbessert deine beruflichen Chancen.

## VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse im Bereich Microsoft Windows und Office sowie erste Erfahrungen in den sozialen Netzwerken in Form von einem Facebook- und/oder Instagram-Konto werden vorausgesetzt.

## LEHRGANGSINHALTE

### DIGITAL MARKETING

#### Grundlagen (ca. 2 Tage)

Marktforschung und -analyse  
Zielgruppenanalyse, Customer Insights  
Customer Experience (CX)  
4Ps (Product, Price, Place, Promotion)  
Preis- und Vertriebsstrategie  
B2B und B2C  
Kommunikationsstrategie und -kanäle

#### Digitales Marketing (ca. 5 Tage)

Marketingformen und Medienwerbung  
Content Marketing, Storytelling  
Content Management-Systeme (CMS)  
SEO/SEA  
Google Ads  
Mobile Marketing  
Push und Pull Marketing / Pay-Per-Click (PPC)  
Sonderwerbformen im Überblick: Display, Affiliate und Virales Marketing  
Retargeting und Remarketing  
Social Media Marketing im Online-Publishing  
Collaborative Consumption  
Email und Newsletter Marketing  
Cross-Channel und Cross-Media: der optimale Marketing-Mix

#### Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld  
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

#### Web Analytics und Social Media Monitoring (ca. 1,5 Tage)

Key Performance Indicator (KPI)  
Monitoring-Prozesse  
Social Media Monitoring  
Web Analytics  
Google Analytics

### Chatbots und Dialogdesign (ca. 0,5 Tage)

Chatbots im Marketing  
Verwandte Systeme

### Erfolgsmessung und Budgetierung (ca. 4 Tage)

Messgrößen, Abrechnungsmodelle und Kennzahlen  
Methoden und Tools zur Usability-Messung und -Optimierung  
Buyer's Journey, Customer Decision Funnel, AIDA Modell, After Sales  
4Rs (Recognition, Relevance, Reward, Relationship)  
Budgetierung

### Data Driven Marketing (ca. 1 Tag)

Big Data, Smart Data, Data Driven Marketing, First Party Data, Second Party Data

### Rechtliche Rahmenbedingungen (ca. 1 Tag)

Urheber-, Persönlichkeits- & Nutzungsrechte  
Informationspflichten im Internet  
Marken-, Wettbewerbs- und Äußerungsrecht  
Gesetzliche Grenzen unerlaubter Werbung  
Markenanmeldung und Markenüberwachung

### Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte  
Präsentation der Projektergebnisse

## BRAND MARKETING

### Brand Building (ca. 3 Tage)

Definition des Markenbegriffs  
Eigenschaften einer Marke (Identität, Werte)  
Zieldefinition  
Zielpositionierung und Corporate Identity  
Zielgruppenanalyse  
Customer Insights, Customer Experience (CX)  
Brand Values  
Brand Personality  
Positionierung

### Rechtliche Grundlagen und Markenschutz (ca. 1 Tag)

Namensentwicklung  
Claims, Logos, Schlüsselbilder & Co.  
Markenanmeldung  
Markenüberwachung in digitalen Medien  
Ansprüche bei Markenverletzungen

### Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld  
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

### Digital Branding (ca. 2 Tage)

Auswahl der richtigen Kanäle  
Markenpositionierung  
Online Marketing Mix  
Customer Journey  
Personas erstellen  
Touchpoint-Management

### Brand Communication (ca. 2 Tage)

Content Marketing  
Agendasetting und Storytelling  
Emotionalisierung  
User Generated Content  
Lovestorm und Shitstorm  
Markenkommunikation mit Chats

### Erfolgsmessung und -bewertung (ca. 2 Tage)

Bekanntheit  
Markentreue  
Wahrgenommene Qualität  
Monitoring und Controlling  
Erfolgsindikatoren im Markenprozess (KPIs)

### Influencer Marketing (ca. 5 Tage)

Wirkungsfaktor von Influencer Marketing  
Einblick in Playbooks  
Online Kampagnen  
Kriterien für die passenden Markenbotschafter:innen  
Bewerten von Reichweite  
Mikro- vs. Makroinfluencer  
Community Management  
Kosten und Budgetplanung  
Vertragsgestaltung  
Produktion  
Kennzeichnungspflichten

### Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte  
Präsentation der Projektergebnisse

## FACHWISSEN SEM MARKETING

### Suchmaschinenoptimierung Grundbegriffe (ca. 3 Tage)

Webbasierte Suchmaschinen  
Google Universal Search  
Vertikale Suchmaschinen  
Suchergebnisseiten und Treffer  
Rich Snippets  
Google Knowledge Graph  
PageRank  
Domain Authority  
Google Suchergebnisse/Sucheinstellungen  
RankBrain  
Suchanfragen mit lokalem Bezug/Local SEO  
Social SEO  
Sprachsuche

### SEO-Prozesse (ca. 2 Tage)

Schritte des SEO-Prozesses  
SEO-Ziele definieren  
Zielgruppe/Persona  
Keyword-Kandidaten  
SEO KPIs  
Conversions  
Content-Qualität  
Google Ranking Signale  
Suchintention  
Within Document Frequency (WDF)  
Inverse Document Frequency (IDF)

### Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld  
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

### Webseitenoptimierung (ca. 3 Tage)

Optimierung für Mobilgeräte (AMP)  
Meta-Tags/Meta-Description/Meta-Title  
Duplicate Content  
Semantisches Web/Suche  
Strukturierte Daten und deren Bedeutung/Einsatzmöglichkeiten  
Ladezeiten einer Webseite überprüfen  
Domains auf IP-Adresse überprüfen  
Sicherheitsfunktionen des https-Protokolls  
Robots.txt  
Ankertexte  
Google Penalty  
Suchanfragen mit lokalem Bezug/Local SEO  
Entwicklungen Barrierefreiheit

### SEO-Erfolgskontrolle (ca. 3 Tage)

Erfolgskontrolle ohne kommerzielle Tools durchführen  
Tools für die Ranking-Überwachung  
Google-Index/Google Qualitätsrichtlinien  
Backlinks und Linkbuilding-Maßnahmen  
Sichtbarkeitsindex  
OnPage-Analyse

### Google Ads (ca. 2 Tage)

Google Ads  
Absicht von Suchanfragen analysieren  
Erstellung von Keyword-Listen  
Kampagnenarten/Ziele/Aufbau Google Suchanzeigen  
Google Keyword Planer  
Kampagnen aufsetzen und verwalten  
Google Ads Auktion

### Webanalyse (ca. 3 Tage)

Web Analytics  
Ziele und Funktionen  
Datenschutz  
Reichweitenmessung  
Möglichkeiten und Grenzen der erfassbaren Daten  
Google Analytics 4 einrichten/Demo-Account  
Echtzeit-Berichte  
Zielgruppenanalyse  
Herkunft der Webseitenbesucher:innen  
Event- und Goal-Tracking  
Ereignistracking  
Google Search Console  
Besucherverhalten  
Google Tag Manager  
Cookies

### Projektarbeit, Zertifizierungsvorbereitung und Zertifizierungsprüfung (ca. 4 Tage)

## FACHWISSEN SOCIAL MEDIA MARKETING

### Social Media im Unternehmen (ca. 2 Tage)

Grundlagen/Unternehmenskommunikation  
Chancen/Risiken  
Berufsbilder im Social Media Marketing  
Einsatzmöglichkeiten/Dos and Don'ts

### Social Media Strategie (ca. 3 Tage)

Entwicklung von Social-Media-Strategien und entsprechenden Kampagnen  
Grundlagen zur Erstellung einer Social Media Strategie  
Dreiphasenmodell  
SMART-Zieldefinition  
Zielgruppe definieren/Persona entwickeln  
Ist-Analyse/Audit/Ressourcen  
Kanäle auswählen  
Content-Methoden inkl. Redaktionsplan  
Content-Formate auf Social Media  
Erfolgsmessung/Maßnahmen Analyse  
Strategie anpassen (POST)

### Social Media Management (ca. 2 Tage)

Social Media Tools  
Community Management  
Dos and Don'ts  
Netiquette  
Krisenmanagement/ShitstormBeispiele aus der Praxis

### Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld  
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

### Social Media Kanäle (ca. 7 Tage)

Strategische Bedeutung und Möglichkeiten der sozialen Netzwerke  
Funktionsweise/Algorithmus, Nutzerstruktur und Praxisbeispiele für:  
- Facebook inkl. Meta Business Suite (u. a. Beiträge planen)  
- Instagram  
- Pinterest  
- TikTok  
- X und Youtube mit kurzem Überblick  
- Business-Netzwerk LinkedIn (u. a. Employer Branding und Social Recruiting als Social Media Ziel)  
- Xing (Allgemeine Information, Neuausrichtung, Plattform)

### Online-Recht für Social Media (ca. 3 Tage)

Rechtliche Fallstricke erkennen  
Welche Rechte müssen beachtet werden?  
Aktuelle rechtliche Rahmenbedingungen  
Urheberrecht  
Datenschutz (DSGVO)  
Namensrecht, Markenrecht  
Haftung für eigene und fremde Inhalte  
Lizenzen/Kennzeichnungspflichten  
Beispiele aus der Praxis

### Projektarbeit, Zertifizierungsvorbereitung und Zertifizierungsprüfung (ca. 3 Tage)

## UNTERRICHTSKONZEPT

### Didaktisches Konzept

Deine Dozierenden sind sowohl fachlich als auch didaktisch hoch qualifiziert und werden dich vom ersten bis zum letzten Tag unterrichten (kein Selbstlernsystem).  
Du lernst in effektiven Kleingruppen. Die Kurse bestehen in der Regel aus 6 bis 25 Teilnehmenden. Der allgemeine Unterricht wird in allen Kursmodulen durch zahlreiche praxisbezogene Übungen ergänzt. Die Übungsphase ist ein wichtiger Bestandteil des Unterrichts, denn in dieser Zeit verarbeitest du das neu Erlernte und erlangst Sicherheit und Routine in der Anwendung. Im letzten Abschnitt des Lehrgangs findet eine Projektarbeit, eine Fallstudie oder eine Abschlussprüfung statt.

### Virtueller Klassenraum alfaview®

Der Unterricht findet über die moderne Videotechnik alfaview® statt - entweder bequem von zu Hause oder bei uns im Bildungszentrum. Über alfaview® kann sich der gesamte Kurs face-to-face sehen, in

lippensynchroner Sprachqualität miteinander kommunizieren und an gemeinsamen Projekten arbeiten. Du kannst selbstverständlich auch deine zugeschalteten Trainer:innen jederzeit live sehen, mit diesen sprechen und du wirst während der gesamten Kursdauer von deinen Dozierenden in Echtzeit unterrichtet. Der Unterricht ist kein E-Learning, sondern echter Live-Präsenzunterricht über Videotechnik.

## FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Alle Lehrgänge werden von der Agentur für Arbeit gefördert und sind nach der Zulassungsverordnung AZAV zertifiziert. Bei der Einreichung eines Bildungsgutscheines oder eines Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheines werden in der Regel die gesamten Lehrgangskosten von Ihrer Förderstelle übernommen.

Eine Förderung ist auch über den Europäischen Sozialfonds (ESF), die Deutsche Rentenversicherung (DRV) oder über regionale Förderprogramme möglich. Als Zeitsoldat:in besteht die Möglichkeit, Weiterbildungen über den Berufsförderungsdienst (BFD) zu besuchen. Auch Firmen können ihre Mitarbeiter:innen über eine Förderung der Agentur für Arbeit (Qualifizierungschancengesetz) qualifizieren lassen.

- ① Änderungen möglich. Die Lehrgangsinhalte werden regelmäßig aktualisiert. Die aktuellen Lehrgangsinhalte findest Du immer unter [smartbuilding.alfatraining.de](https://smartbuilding.alfatraining.de).