

# STUDIENBESCHREIBUNG

## Digital Marketing Manager/-in (IST)



**Hinweis:**

Um die Lesbarkeit dieser Studienbeschreibung zu erhalten, wurde auf das Nebeneinander verschiedener Personen- und Berufsbezeichnungen verzichtet. Dafür bitten wir alle Leser (m/w/d) um Verständnis.

## Der Markt

Das Internet – insbesondere die sozialen Medien – sind als Recherchewerkzeug für Waren, Dienstleistungen und Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Im Januar 2020 lag die Anzahl der Internetnutzer weltweit bei 4,54 Milliarden Menschen mit steigender Tendenz. Noch nie war der Zugang zu (mobilem) Internet so barrierefrei wie heutzutage. Quer durch alle Bevölkerungsschichten informieren sich User im Netz. Sie recherchieren Produktinformationen oder Produktbewertungen, vergleichen Preise, suchen nach Sonderaktionen oder reagieren auf Werbeaktionen. Marketingstudien belegen, dass Kunden, die im stationären Einzelhandel Produkte eingekauft haben, sich oft vorher online informiert haben. Für Unternehmen ist es daher unumgänglich, in den digitalen Medien professionell aufgestellt und gut sichtbar zu sein. Nur so können sie entscheidende Wettbewerbsvorteile sichern, neue Kunden gewinnen und langfristig ihre Absatzzahlen erhöhen.

Die grundsätzliche Bereitschaft von Unternehmen, ihr Marketingbudget für Werbung im Online-Bereich zu erhöhen, ist laut des Statistikdienstes Statista mehrheitlich für deutsche Unternehmen zutreffend. Auch die Werbemarkt-Prognose der Agentur Zenith bestätigt von Unternehmensseite eine Investition in Online-Werbung um 5 % im Jahr 2021.

Nicht nur die Bedeutung des Mobile Marketings steigt von Jahr zu Jahr kontinuierlich an, auch die Erwartungshaltung der Verbraucher nimmt zu: Zeitgemäßes Marketing soll den Kunden dort abholen, wo er gerade ist, und das über den Kanal, welchen er zu diesem Zeitpunkt nutzt.

Genauso wie der Kunde auf mehreren Kanälen unterwegs ist, so ist es auch für Unternehmen wichtig, unterschiedliche Kommunikationskanäle adäquat zu nutzen und eine Multi-Channel-Marketing-Strategie aufzubauen. So wird zum einen den modernen Konsumgewohnheiten entsprochen und eine langfristige Kundenbeziehung aufgebaut.

Dazu bedarf es ausgebildeter Fachkräfte im digitalen Marketing, die die unternehmerischen Kommunikationsziele kanalübergreifend in eine digitale Marketing-Strategie überführen und potenzielle Kunden zielgerichtet ansprechen können.

Die IST-Weiterbildung zum Digital Marketing Manager befähigt Fach- und Führungskräfte sowie Quereinsteiger im Bereich Online-Marketing, ganzheitliche digitale Kommunikationsmaßnahmen mit Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinen-Advertising (SEA) zu erstellen und deren Erfolg messbar zu machen.

## Aufgaben und Tätigkeitsfelder

Die Weiterbildung zum Digital Marketing Manager (IST) ist eine ideale Möglichkeit für Marketing-Fach- und Führungskräfte, Selbstständige sowie Quereinsteiger, die mit Online-Marketing und Social Media ihre Markenbekanntheit steigern, Kunden gewinnen und für mehr Sichtbarkeit sorgen wollen. In der praxisnahen Weiterbildung erwerben Sie spezifisches Know-how rund um die Planung, Durchführung und Überwachung von Online-Marketing-Kampagnen. Sie erhalten einen Überblick über die einzelnen Disziplinen des digitalen Marketings. Unsere Branchenexperten vermitteln Ihnen alle wichtigen Methoden für Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinen-Advertising (SEA) und stellen Ihnen gängige Tools und Techniken vor. Über die Vermarktung hinaus lernen Sie, worauf es bei der Landing-Page-Konzeption ankommt, wie Sie Ihre Corporate-Webseite optimieren und um einen Online-Shop ergänzen können. Im Bereich Content und Social Media Marketing erfahren Sie wichtige Regeln der Social-Media-Kommunikation und lernen gängige Content-Formate und Content-Kategorien kennen. Abgerundet wird die Weiterbildung durch angewandtes Data Management und Erfolgsmessung für das Social Web.

Kaum ein Bereich entwickelt sich so rasant wie das digitale Marketing: Mit unseren kostenfreien Trend-Webinaren im Anschluss an Ihre Weiterbildung zu Trends im Online-Marketing bleiben Sie auf dem Laufenden.

## Studienübersicht

Das IST-Studieninstitut bietet die 6-monatige Weiterbildung zum Digital Marketing Manager (IST) in Form eines staatlich zugelassenen Fernstudiums mit vier Studienheften, drei Webinaren sowie Online-Vorlesungen an. Diese Unterrichtsform bringt Ihnen viele Vorteile:

Das Studienmaterial und die Konzeption des Studiengangs wurden von der zuständigen staatlichen Stelle (Zentralstelle für Fernunterricht in Köln, [www.zfu.de](http://www.zfu.de)) überprüft und zugelassen. Das Fernstudium bietet Ihnen die Möglichkeit, die Weiterbildung problemlos berufsbegleitend durchzuführen und orts- und zeitunabhängig zu lernen. Wir stellen Ihnen die Lehrmaterialien zusätzlich im Internet als PDF-Dokumente zur Verfügung, sodass Sie sich diese auf Ihren Rechner laden und dann jederzeit an Ihrem Computer ansehen können. Teilnehmer, die das gesamte Studium online-gestützt durchführen, d. h. auf gedruckte Studienhefte verzichten, erhalten eine Ermäßigung von 5 % auf die Studiengebühren.

## Lehrplan

Im Folgenden sehen Sie eine Aufstellung der verschiedenen Studieninhalte:

Idealverlauf	Versandmonat	Studienheft	Online-Vorlesung	Webinar
1	1	Digitales Marketing und Kampagnenplanung	Grundlagen der digitalen Kommunikation	Awareness, Consideration und Conversion: Erfolgreiche Kampagnenplanung im digitalen Marketing
2			Corporate Website & Mobile Marketing	
3	2	Content-Marketing und Social Media	Social Media Tools – Lösungen für Social Listening, Distribution und Interaktion	Social Media Marketing für Unternehmen in der Praxis
4			E-Mail-Marketing zielgerichtet einsetzen	
4	2	Online-Recht		
5	2	Suchmaschinenmarketing	Keyword-Recherche und Kampagnen-Planung mit SEO und SEA	
6			Webcontrolling & Data Management	Angewandtes Data Management und Erfolgsmessung für das Social Web

## Studienhefte

Nachfolgend möchten wir Ihnen die Inhalte der einzelnen Studieneinheiten vorstellen:

### Studienheft 1

#### Einführung in das digitale Marketing und Kampagnenplanung

- Grundlagen und Instrumente des digitalen Marketings
- Strategische Rahmenbedingungen
- Digitaler Content und Kampagnenplanung
- Steuerung externer Dienstleister und Agenturen

### Studienheft 2

#### Content Marketing und Social Media

- Veränderung der Marketing-Kommunikation und Bedeutung von Content Marketing
- Content-Formate und Content-Kategorien im Überblick
- Content-Strategie
- Content-Planung und Content-Produktion
- Content-Distribution in Social Media

### Studienheft 3

#### Online-Recht

- Die rechtlichen Aspekte des Online-Marketings
- Rechtliche Pflichten & Checklisten im Online-Marketing
- Zukunftsentwicklungen im Online-Recht

### Studienheft 4

#### Suchmaschinenmarketing

- Abgrenzung SEO und SEA
- Keyword-Recherche
- Search Engine Advertising (SEA)
- Search Engine Optimization (SEO)
- SEO Offpage-Optimierung
- SEO Onpage-Optimierung
- Anzeigenschaltung mit Google Ads
- Kampagnentypen und Anzeigenformate

## Online-Vorlesungen und Webinare

Der begleitende Unterricht besteht aus sechs Online-Vorlesungsreihen und drei Webinaren. Im Wesentlichen sollen sie den Fernunterricht durch praktisches und vertiefendes Üben ergänzen sowie neue und weiterführende Themen erarbeiten. Sie erhalten wichtige Informationen und Tipps, die Sie auf die Prüfung vorbereiten.

Es ist für uns selbstverständlich, dass die Webinare und Online-Vorlesungen von erfahrenen Dozenten durchgeführt werden, die über ein fundiertes praktisches und theoretisches Wissen im jeweiligen Themengebiet sowie über langjährige Erfahrung in der Erwachsenenbildung verfügen.

### Online-Vorlesung 1

#### Grundlagen der digitalen Kommunikation

- Analoge vs. digitale Kommunikation
- Konzeptschritte der digitalen Kommunikationsplanung
- Ziele, Zielgruppen und Social Personas

### Online-Vorlesung 2

#### Corporate Website & Mobile Marketing

- Corporate-Website-Analyse
- Landing- Page-Konzeption
- Einführung & Einbindung von Online-Shops
- Möglichkeiten im Mobile Marketing

### Online-Vorlesung 3

#### Social Media Tools – Lösungen für Social Listening, Distribution und Interaktion

- Markenbeobachtung und Image
- Social Media Management – ganzheitliche Lösungen
- Erfolgsmessung und Kennzahlen

### Online-Vorlesung 4

#### E-Mail-Marketing zielgerichtet einsetzen

- Formate und Planung von Kampagnen
- Tools und Erfolgsmessung
- Marketing Automation
- Trends

### Online-Vorlesung 5

#### Keyword-Recherche und Kampagnen-Planung mit SEO und SEA

- Keyword-Recherche
- SEO – Vorstellungen gängiger SEO-Tools
- SEA – Anzeigenerstellung

### Online-Vorlesung 6

#### Webcontrolling & Data Management

- Webcontrolling
- Data Management im Social Web
- Big Data & Smart Data

### Online-Phasen

Neben den Studienheften und den Online-Vorlesungen finden darüber hinaus Online-Live-Veranstaltungen zu den folgenden Themen statt:

- Awareness, Consideration und Conversion: Erfolgreiche Kampagnenplanung im digitalen Marketing
- Social Media Marketing für Unternehmen in der Praxis
- Angewandtes Data Management und Erfolgsmessung für das Social Web

Die Webinare werden durch erfahrene Dozierende aus dem Berufsfeld des digitalen Marketings geleitet. Innerhalb der virtuellen Klassenräume haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, den Austausch mit den Dozierenden zu den oben angegebenen Themenfeldern zu suchen. Dabei bestehen die Online-Live-Veranstaltungen aus wichtigen Lern- sowie Hands-on Arbeitsinhalten, die über die virtuellen Möglichkeiten gemeinsam erarbeitet werden. Dazu geben die Dozierenden aktuelle Beispiele aus der Arbeitswelt an die Hand und ergänzen diese um konkretes Praxiswissen. Ziel ist es, den Kursteilnehmenden ein interaktives Lernerlebnis zu ermöglichen, das sie auf diese wichtigen Themenfelder bestmöglich vorbereitet.

## Prüfungen

### Lernerfolgskontrolle

Grundsätzlich werden in jedem Studienheft am Ende eines jeden Kapitels Lernkontrollfragen gestellt, die sich auf den vorangegangenen Text beziehen. Die Antworten zu diesen Fragen finden Sie immer am Ende des Heftes. Somit haben Sie die Möglichkeit, Ihren Lernerfolg selbst zu überprüfen.

## Studienabschluss

Voraussetzung zur Erlangung des Zertifikates ist das Bestehen einer Projektarbeit. Dies bedeutet, dass die Projektarbeit mindestens mit „ausreichend“ bewertet werden muss.

Nach erfolgreichem Abschluss des Fernstudiums erhalten Sie das IST-Zertifikat:

**Digital Marketing Manager/-in (IST)**

## Wir sind für Sie da!

Während der gesamten Dauer Ihres Fernstudiums steht Ihnen das Team der IST-Studienberatung für Fragen zum Aufbau, zum Ablauf und zur Organisation Ihrer Weiterbildung zur Verfügung.

Für alle fachlichen Fragen zu Ihren Studienmaterialien steht Ihnen unser Beratungsteam für den Bereich Kommunikation & Wirtschaft zur Verfügung. Sprechen Sie uns an, wir freuen uns auf Sie. Sie erreichen uns unter +49 211 86668 0 oder per Mail an [Kommunikation@ist.de](mailto:Kommunikation@ist.de)



## **Auch im Anschluss an Ihr Fernstudium kümmern wir uns weiter um Sie:**

Mithilfe der IST-Jobbörse [www.joborama.de](http://www.joborama.de) können Sie sich kostenfrei über offene Stellen in den Branchen Kommunikation, Event, Medien und Wirtschaft sowie Sport, Fitness, Gesundheit, Wellness, Tourismus, Hotellerie und Gastronomie informieren oder gezielt nach einer Stelle suchen.

Unser monatlicher Online-Newsletter, der Ihnen per E-Mail zugeschickt wird, enthält aktuelle Informationen zu Entwicklungen der Branche, zu Messen und Ausstellungen sowie zu neuen IST-Angeboten. Bestellen Sie diesen unter [www.ist.de](http://www.ist.de).

Über den Besuch der IST-Aufbaumodule haben Absolventen die Möglichkeit, Zusatzqualifikationen zu attraktiven Sonderkonditionen (verkürzte Studiendauer, ermäßigte Preise) zu erwerben, um sich so in ihrem jeweiligen Fachbereich zu spezialisieren. Zum anderen gibt es für alle, die bereits eine Weiterbildung am IST Studieninstitut belegt haben und sich für ein weiteres IST-Angebot entscheiden, einen **Treue-Rabatt**.