

# **Modulübersicht**

des Hochschulzertifikats  
Online-Marketing

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

### **Studienhefte**

Den theoretischen Rahmen Deines Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Du bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten kannst. Sie vermitteln Dir umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern des Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

### **Online-Vorlesungen**

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Dich im Online-Campus jederzeit abrufbar.

### **Online-Tutorien**

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien kannst Du Dich interaktiv mit Deinen Dozierenden austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Du je nach Aufgabenstellung allein oder in der Gruppe bearbeitest, lernst Du, wie Du Dein theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen kannst. In unserem Online-Campus hast Du die Möglichkeit, Dich mit Deinen Kommiliton:innen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder Dich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

### **Präsenzphasen**

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexpert:innen sowie Deinen Kommiliton:innen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in der Regel in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Du hast Fragen oder wünschst ergänzende Informationen zu der folgenden Modulübersicht?  
Rufe uns unter der Telefonnummer +49 211 86668 0 an. Wir freuen uns auf Dich!

## Grundlagen Online-Marketing und Social Media (5 Credit Points)

### ■ Online-Marketing

- ▶ Usability – Benutzerfreundliche Corporate Websites
- ▶ Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM)
- ▶ Online-Werbung
- ▶ Online-PR
- ▶ E-Mail-Marketing
- ▶ Affiliate-Marketing
- ▶ Mobile Communications
- ▶ Video-Marketing/Viral Marketing
- ▶ Web Analytics
- ▶ Cross Media Marketing
- ▶ Multi-Channel-Marketing

### ■ Social Media

- ▶ Möglichkeiten und Grenzen
- ▶ Social Media als Instrument der Marktforschung
- ▶ Social Media im Rahmen der proaktiven Unternehmenskommunikation
- ▶ Social Media im Rahmen der reaktiven Kommunikation und Dialogorganisation
- ▶ Rechtliche Aspekte in Social Media

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

## **Social Media- und Influencer:innen Marketing (9 Credit Points)**

- Historie des Social Media Marketings
- Technische Innovationen, die Social Media Marketing ermöglicht haben
- Bedeutung des Social Media Marketings für die Bereiche B2C und B2B
- Dialog im Social Web: Community Management
- Konzeption von Social-Media-Kampagnen
- Einfluss von Influencer:innen auf die Meinungsbildung unterschiedlicher Zielgruppen
- Nutzung von Influencer:innen in Marketing-Kampagnen
- Konzeption von Influencer-Relations-Kampagnen
- Evaluation von Social-Media- und Influencer-Marketingkampagnen mit KPI-Modellen (Social Media Balanced Scorecard)

**Prüfungsleistung:** Projektarbeit (15–20 Seiten)

## **Künstliche Intelligenz, Extended Reality und Zukunftstrends im Online-Marketing (5 Credit Points)**

- Künstliche Intelligenz und KI-Systeme im Online-Marketing: Historische Entwicklung, Status quo, künftige potenzielle Bedeutung
- XR-Technologien im Online-Marketing: Historische Entwicklung, Status quo, künftige potenzielle Bedeutung
- Konzept des Metaversum als virtueller, vernetzter Raum, Gruppendynamiken in virtuellen Räumen: Historische Entwicklung, Status quo, künftige potenzielle Bedeutung
- Zukunftstrends im Online-Marketing, Zukunftsforschung, Trendforschung

**Prüfungsleistung:** Hausarbeit (15–20 Seiten)

## SEO/SEA (9 Credit Points)

- Einführung in Suchmaschinenmarketing und -optimierung, technische Grundlagen, Keyword-Strategien
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
  - ▶ Technische Onpage-SEO
  - ▶ Inhaltsoptimierende Onpage-SEO
  - ▶ Offpage-SEO
  - ▶ Bewertung und Analyse von Backlinks
  - ▶ Wettbewerbsanalyse im SEO-Kontext
- Suchmaschinenwerbung (SEA)
  - ▶ Google Ads Kontostruktur
  - ▶ Google Ads Keyword Match Types
  - ▶ Google Ads Kampagnen
  - ▶ Google Ads Gebote
  - ▶ Google Ads Einstellungen
  - ▶ Google Ads Gestaltung & Responsive Ads
  - ▶ Google Ads Anzeigenerweiterungen
  - ▶ Google Ads Optimierungen

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

## Agiles Projekt- und Kampagnenmanagement (5 Credit Points)

- Definition der Grundbegriffe und grundlegenden Konzepte: Projekte, Projektmanagement, Projektcontrolling, Projektsteuerung, Agilität, agiles Manifest, klassisches, agiles Projektmanagement, hybrides Projektmanagement
- Methoden des agilen Projekt- und Kampagnenmanagements: Scrum, Kanban, Design Thinking
- Agile Kampagnen
- Agile Methoden im Campaigning und agile Kampagnen, Szenarien und Rahmenbedingungen für agile Methoden, Stakeholder, Fokus, Erfolgsmessung
- Fallbeispiele für agile Projekte und Kampagnen

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)

## **Medienrecht** (5 Credit Points)

- Medienrecht als Querschnittsrecht
- Presserecht
- Rundfunkrecht
- Filmrecht
- Recht der Telemedien
- Telekommunikationsrecht
- Allgemeines Persönlichkeitsrecht (verfassungsrechtliche Verankerung und zivilrechtliche Ausgestaltung)
- Übergreifende Regelungen zur Ausgestaltung und Beschränkung (Jugendschutz, Datenschutz, Urheberrecht, Marken- und Werberecht, Sport und Medien)

**Prüfungsleistung:** Klausur (120 Minuten)