

Online Marketing & eCommerce



- Prof. Dr. Alexander Rossmann, Leiter des Herman-Hollerith-Zentrums

Inhalt

Der Kurs bezieht sich auf die Nutzung digitaler Kanäle für unterschiedliche Teilfragen der Marketingstrategie. Dazu wird das Online Marketing in der gesamten Marketing- und Unternehmensstrategie verortet. Es werden wesentliche Ansätze und Methoden zur Entwicklung und Umsetzung einer Online Marketingstrategie entwickelt, z.B. die Analyse und Entwicklung der Customer Journey über unterschiedliche Kundenkontaktpunkte. Das Ziel des Kurses liegt auch in einer integrierten Analyse und Betrachtung der unterschiedlichen digitalen Marketingkanäle im Sinne einer modernen Omni-Channel Marketingkonzeption.

Lernziel

- Kenntnisse der Gestaltung einer Marketingkonzeption unter der Nutzung von Online Medien sowie Aufbau und Gestaltung einer digitalen Marketingstrategie
- Kenntnisse zu unterschiedlichen Kanälen und Gestaltungsmöglichkeiten, v.a. mit Hinblick auf Search, Social, Display und eMail-Marketing.
- systematische Anwendung von Marketingtechniken und Werkzeugen im Kontext der Gestaltung einzelner digitaler Kontaktpunkte
- Analyse von digitalen Marketingansätze im Gesamtzusammenhang
- Entwicklung und Umsetzung digitaler Marketingstrategien. Diese wird v.a. auf der Grundlage von Fallstudien vermittelt. Darüber hinaus ist die Kompetenz der Teilnehmenden zur Anwendung einzelner Marketingansätze nach Abschluss des Moduls deutlich ausgebaut.

Zielgruppe

Methodik

 Weitere Informationen
 Online Marketing & eCommerce

Über den Kurs

Themenschwerpunkte:

- Entwicklung und Umsetzung einer Online Marketing Strategie und Einbettung in die Marketing- und Unternehmensstrategie, Unterschiede Online / Offline-Marketing, neue Rollenkonzepte für das Marketing durch die Entwicklung digitaler Kanäle
- Gestaltung der Customer Experience, agile Vorgehensmodelle und datenbasierte Entscheidung im Marketing, Modellierung der Consumer Journey, Messung einzelner Touchpoints
- Ansätze für das Content Marketing, unterschiedliche Arten und Formen von Content, Integration und Kuratation von Content
- Search Engine Marketing (SEA), Advertising mit Google, Management eines AdWord Accounts, Umsetzung von AdWord-Kampagnen, Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Social Media Marketing, Werbung im Kontext von Social Media, Vernetzung von Social Media mit anderen Kanälen
- Einführung in das eMail Marketing, Gestaltung von Newsletterformaten, Permission Based Marketing, Einholung von Subscriptions
- Integration der verschiedenen Marketingkanäle, Omni-Channel Marketing, Integration von Marketingansätzen in andere Funktionsbereiche

Über den Dozenten

- Leiter des Herman Hollerith Zentrums und Professor für Digitale Geschäftsmodelle an der Hochschule Reutlingen
- zuvor Research Associate am Institut für Marketing der Universität St. Gallen sowie
- über 10 Jahre Mitglied der Geschäftsleitung einer renommierten Beratungsgesellschaft
 Forschungsschwerpunkte: Digital Business, User Experience, agile Governance, Smart Cities und Artificial Intelligence

Format	Seminar mit Teilnahmebescheinigung oder ECTS Zertifikat (6 ECTS)		
Teilnahmevoraussetzungen	An Zertifikatsprüfungen kann teilnehmen, wer ein Hochschulstudium abgeschlossen oder die erforderliche Qualifikation für ein Studium nachweisen kann im Sinne von § 58 Abs. 2 LHG. Die Feststellung der Eignung nach Satz 1 obliegt der Akademischen Leitung des jeweiligen Zertifikatsprogramms.		
Veranstaltungsort	Präsenzveranstaltung am HHZ, in Böblingen	Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch
Dauer	6 Tage: 16.01.-21.01.2023	Kosten	Seminar: 2.250 € Zertifikat: 2.650 €
Teilnehmende	Durchführungsgarantie (Plätze begrenzt)	Anmeldung bis 14 Tage vor Seminarbeginn unter:	Online Anmeldung Online Marketing & eCommerce