



# Online Marketing

mit Zertifikats- oder Diplomabschluss WZR





# Die Ausbildung am Kompetenzzentrum des WZR – Ihr Mehrwert

Das Weiterbildungszentrum Rorschach-Rheintal gehört in der Ostschweiz mit seinen über 1000 Studierenden zu den grössten Anbietern im Bereich der Erwachsenenbildung.

Als ambitioniertes und innovatives Bildungszentrum setzt sich das WZR zum obersten Ziel, die hohen Kundenerwartungen in jeder Beziehung zu erfüllen. Professionalität, Fachkompetenz, aber auch Pflege persönlicher Kontakte, Lernen in familiärer Atmosphäre, Sozialkompetenz: Die bisherigen Stärken des WZR werden auch in Zukunft keine Schlagwörter sein, sondern gelebte Realität.

Wir freuen uns auf Sie.

# <sup>4</sup> Online Marketing

## Berufsbild / Aufgaben

Die Welt des Marketings wurde durch das Internet grundlegend geändert. Die veränderte Verhaltensweise der Gesellschaft und somit potenziellen Kunden müssen in den Marketingkampagnen zwingend berücksichtigt werden. Die sich stark ändernden Märkte verursachen eine weitere Dynamik für die Abstimmung der Marketinginstrumente. Damit Sie für diese Herausforderungen gerüstet sind, werden Ihnen die wichtigen Online Marketing Kenntnisse in diesem Lehrgang vermittelt.

## Ziele des Lehrgangs

Mit dem wichtigen Fachwissen sind Sie in der Lage, Performance Marketing zielgerichtet einzusetzen. Sie kennen die Bereiche Suchmaschinenmarketing sowie Online Werbung und PR. Sie wissen, was Mobile Marketing ist und setzen Newsletter-Marketing professionell um. Auch beherrschen Sie die rechtlichen Grundlagen und wissen mit Social Media umzugehen.

## Zielgruppe

Angesprochen sind die folgenden Personengruppen:

- Praktiker/innen, die beruflich mit Online-Projekten konfrontiert sind,
- Personen, die für Online Marketing, Social Media und Suchmaschinenoptimierung (SEO) oder Suchmaschinenwerbung (SEA) zuständig sind,
- Mitarbeitende von KMU, die Marketingaufgaben wahrnehmen,
- Marketing- und Verkaufsfachleute FA, dipl. Marketingmanager/innen HF sowie Detailhandels-spezialisten FA, die ihre Fachkenntnisse im Online Marketing vertiefen möchten,
- Vertreter/innen von Vereinen und Stiftungen, die den Webauftritt gestalten und/oder für die Mit-gliederwerbung und das Sponsoring verantwortlich sind,
- Interessierte, die sich in Zukunft im Bereich Online Marketing weiterentwickeln und sich ein Grundverständnis aneignen wollen.

## Voraussetzungen

- Praxiserfahrung in Marketing und Verkauf sind von Vorteil, aber nicht zwingend.
- Für den Wissenstransfer ideal ist, wenn das Gelernte im Rahmen der beruflichen Tätigkeit direkt umgesetzt werden kann.
- Regelmässiger Besuch des Unterrichts
- Erledigung von Hausaufgaben

# Methodisch-didaktisches Lehrgangskonzept

Der Lehrgang «Online Marketing» am WZR Rorschach-Rheintal zeichnet sich durch ein klares und aufbauendes methodisches Konzept aus. Die Inhalte der einzelnen Lernfelder werden im Unterricht so vermittelt, dass der Lehrgang erfolgreich abgeschlossen werden kann. Aber nicht nur das, auch dem Transfer des Gelernten in die tägliche Praxis wird ein hoher Stellenwert beigemessen.

Unsere Dozierenden sind Spezialisten aus der digitalen Marketingpraxis. Sie verfügen nicht nur über das entsprechende Fachwissen, sondern sind auch didaktisch-methodisch ausgebildet. Ihr Erfolg ist das grösste Anliegen unserer Dozierenden. Um die Vermittlung des Fachwissens möglichst abwechslungsreich zu gestalten, kommen die unterschiedlichsten Unterrichtsmethoden zur Anwendung, wie z.B.:

- **Fallstudien**
- **Gruppen-Diskussionen**
- **Kleine Rollenspiele**
- **Einsatz von Video**
- **Im Internet Themen suchen**
- **Inserate/Berichte in Zeitungen sammeln und analysieren**

Die kompetente und professionelle Betreuung der Studierenden durch unsere Dozierende sowie die Schulleitung ist uns ein grosses Anliegen.

# Studienübersicht

Der Lehrgang ist wie folgt aufgebaut:

## Lektionenübersicht

	<b>Lektionen</b>
Digitales Marketing (Grundlagen, Strategie und Instrumente)	12 Lektionen
Webkonzeption/-planung, Webdesign	8 Lektionen
Content Marketing und PR	4 Lektionen
Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenwerbung (SEA)	8 Lektionen
Online Werbung	4 Lektionen
E-Mail Marketing	4 Lektionen
Social Media Marketing	8 Lektionen
E-Commerce	8 Lektionen
Performance Marketing, Customer Journey	4 Lektionen
Datenschutz	4 Lektionen
Mobile Apps	4 Lektionen
Trends und Entwicklungen, Internet of Things	4 Lektionen
<b>Total Lektionen</b>	<b>72 Lektionen</b>

## Selbststudium

Wir erwarten von unseren Teilnehmerinnen und Teilnehmern regelmässigen Schulbesuch, aktive Mitarbeit und die Bereitschaft, die für das Selbststudium und das Lösen der Hausaufgaben notwendige Zeit aufzubringen. Zusätzlich zum Präsenzunterricht beträgt der Aufwand für das Selbststudium pro Lektionseinheit zirka 60 - 180 Minuten.

# Abschluss

## **Zertifikat in Online Marketing**

Kandidatinnen und Kandidaten erhalten bei einer nachgewiesenen Anwesenheit von 80 % das vom WZR ausgestellte Zertifikat in Online Marketing.

## **Diplom in Online Marketing**

Wer zusätzlich eine Diplomarbeit im Bereich Online Marketing schreibt, erhält das vom WZR ausgestellte Diplom in Online Marketing.

## **Diplomarbeit**

Die Diplomarbeit umfasst 40 bis 60 Arbeitsstunden. Sie wird im Anschluss an den Lehrgang, in einem Zeitraum von 3 Monaten, geschrieben. Sie muss sich zwingend mit einem praxisorientierten Thema aus dem Online Marketing beschäftigen und wird von einem Fachexperten betreut. Die Arbeit wird mit dem Fachexperten in einem Schlussgespräch besprochen. Eine eigentliche Präsentation findet nicht statt.



# Anschlussmöglichkeiten in Marketing und Verkauf

Mit dem Zertifikat/Diplom «Online Marketing WZR» stehen Ihnen verschiedene Weiterbildungsmöglichkeiten offen.

## **Sachbearbeiter/in mit Marketing und Verkaufsdiplom edupool.ch**

Sachbearbeiter/innen mit Marketing- und Verkaufsdiplom übernehmen Aufgaben in der Marketing- und Unternehmenskommunikation, Produkt- und Preisgestaltung, in Verkauf und Distribution sowie im Projektmanagement. Mit engem Praxisbezug und den hohen Erfahrungswerten des WZR erreichen unsere Studierenden regelmässig überdurchschnittliche Prüfungsergebnisse: eine gute Basis für die anschliessende Weiterbildung zum Verkaufsfachmann oder Marketingfachmann mit eidgenössischem Fachausweis.

## **Marketingfachleute mit eidg. Fachausweis**

Marketingfachleute sind in Unternehmen aller Branchen sowie in Werbeagenturen tätig. Sie analysieren das Marktgeschehen, konzipieren und planen die unterschiedlichsten Marketingaktivitäten, welche Sie selbst oder in Zusammenarbeit mit Spezialistinnen und Spezialisten umsetzen. Diese umfassende Weiterbildung bietet Ihnen beste Voraussetzungen für eine attraktive und zukunftsorientierte Position.

## **Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis**

Verkaufsfachleute sind in allen Branchen und für alle möglichen Güter und Dienstleistungen tätig. Ihr Aufgabengebiet erstreckt sich über alle Verkaufsprozesse, von der Erhebung und Analyse der Kundenbedürfnisse, über die Ausgestaltung der Marktleistungen und der Bearbeitung des Marktes bis hin zum Verkaufsabschluss und den Massnahmen zur Kundenpflege, -bindung und -intensivierung.



# Inhalt und Lernziele der einzelnen Fächer

Taxonomiestufe	Erklärung	Verben
K1 Wissen  Faktenwissen kennen	Der Kandidat gibt wieder, was er vorher gelernt hat. Der Prüfungsstoff musste auswendig gelernt oder geübt werden.	angeben, aufschreiben, aufzählen, aufzeichnen, ausführen, beschreiben, bezeichnen, darstellen, reproduzieren, vervollständigen, zeichnen, zeigen, wiedergeben
K2 Verständnis  Verstehen, mit eigenen Worten begründen	Der Kandidat erklärt z.B. einen Begriff, eine Formel, einen Sachverhalt oder ein Gerät. Das Verständnis zeigt sich darin, dass er das Gelernte auch in einem Kontext präsent hat, der sich vom Kontext unterscheidet, in dem gelernt worden ist. So kann er z.B. einen Sachverhalt umgangssprachlich erläutern oder den Zusammenhang graphisch darstellen.	begründen, beschreiben, deuten, einordnen, erklären, erläutern, interpretieren, ordnen, präzisieren, schildern, übersetzen, übertragen, umschreiben, unterscheiden, verdeutlichen, vergleichen, wiedergeben
K3 Anwenden  Umsetzung eindimensionaler Lerninhalte  Beispiele aus eigener Praxis	Der Kandidat wendet etwas Gelerntes in einer neuen Situation an. Diese Anwendungssituation ist vorher im Unterricht nicht vorgekommen.	abschätzen, anknüpfen, anwenden, aufstellen, ausführen, begründen, berechnen, bestimmen, beweisen, durchführen, einordnen, erstellen, entwickeln, interpretieren, formulieren, lösen, modifizieren, quantifizieren, realisieren, übersetzen, unterscheiden, umschreiben, verdeutlichen

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
können diverse Marketingbegriffe erklären.
definieren und zeichnen das Marktsystem für eine Beispielunternehmen auf.
können alle relevanten Marktteilnehmer aufzählen.
verstehen das Digitale Marketing als Ergänzung zum klassischen Marketing und zum Dienstleistungsmarketing.
beschreiben das Standard-Dominanz-Modell und wenden dieses an.
können ein Marketingkonzept und eine SWOT-Analyse erstellen.
unterscheiden ökonomische und psychologische Ziele.
beschreiben die verschiedenen Wachstumsstrategien nach Ansoff.
können einen Massnahmenplan sowie ein Grobbudget erstellen.
können die Vorgabe des Lotteriegesetzes und des UWG erklären.
schlagen ein Kommunikationskonzept vor.
können eine Fallstudie selbständig lösen und die besprochenen Themen fallbezogen gestalten.

## **Themeninhalte**

- Marketing, Definition und Begriffe
- Marktsystem nach Kühn
- Unternehmen, Konkurrenz, Zwischenhandel und Endkunden
- interne und externe Beeinflusser
- Umfeldfaktoren, Vertriebswege
- Segmente und Teilmärkte
- Marketing- und Dienstleistungsmix
- Marketingkonzept
- Kommunikationsrecht
- Kommunikationskonzept
- Fallbeispiele
- Instrumente des digitalen Marketings
- Customer Journey und Touchpoint Management
- Gesellschaftsentwicklung

# Webkonzeption/-planung, Webdesign

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
erkennen die Wichtigkeit einer Website im Kommunikations-Mix.
wissen, was gute Ziele für eine Website sind und können diese formulieren.
wissen, wie sie eine Zielgruppe für ihre Website definieren können.
kennen den Unterschied von Informationsarchitektur und Navigation.
kennen die Wichtigkeit von audiovisuellen Medien auf einer Website.
kennen Faustregeln für leserfreundliches Schreiben im Web.
kennen die Grundzüge der Geschichte des Webdesigns.
kennen Wireframes und können diese selber zeichnen.

## Themeninhalte

- Webkonzeption/-planung
- Ziele und Zielgruppen
- Webdesign
- Skizzen, Wireframes und Prototyping

# Content Marketing

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
kennen die Grundlagen einer Content Marketing Strategie.
können eine Anforderungsliste aus Sicht des Unternehmens erarbeiten.
können die grundlegenden Anforderungen bezüglich Medienneutralität, Publikationsprozess, Integrationsfähigkeit, Personalisierung und Usability beschreiben und erläutern.

## Themeninhalte

- Definition
- Redaktionsplanung erstellen
- Inhalte auf Zielgruppen und der eigenen Unternehmung anpassen
- Content-Planung
- Erstellung und Verbreitung der Planung

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
kennen die Ziele und Bedeutungen von SEO.
können die Relevanz der wichtigsten Suchmaschinen einschätzen.
kennen die Handlungsfelder von SEO.
können die einfachste Keyword-Recherche und Inhaltsoptimierungen durchführen.
verstehen die strategischen Grundlagen für Suchmaschinenmarketing.
können einfache Kampagnen selbst aufbauen.
verstehen die Zielgruppen und können diese selbst definieren.
kennen das Auktionsmodell von Google.
kennen wichtige Metriken im SEA und werten diese aus.

## Themeninhalte

- Begriffe
- Ziele
- Bedeutung
- Suchmaschinenoptimierung
- Suchmaschinenwerbung

# Online-Werbung

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
können die verschiedenen Begriffe rund um Online Werbung, wie Display Werbung, Bannerwerbung, Programmatic Advertising etc. einordnen.
kennen die gängigen Abkürzungen CPM, CPC, CPA, CPL.
verstehen den Aufbau von Online Werbung.
verstehen die Landingpages und wissen, worauf man bei deren Einsatz achten muss.

## Themeninhalte

- Begriffserklärung
- Einordnung
- Vor- und Nachteile
- Preis- und Bezahlmodelle
- Landingpages
- Wozu, Wer, Wie, Wann und Wo?

# E-Mail Marketing

## **Lernziele**

Die Teilnehmenden

wissen, worauf es beim Anmeldeverfahren im E-Mail Marketing ankommt.

kennen die Punkte, die es bei Gestaltung und Layout zu beachten gibt.

kennen die gängigen Kennzahlen im E-Mail Marketing.

## **Themeninhalte**

- Einsatzmöglichkeiten
- Typen
- An- und Abmeldeverfahren
- Aufbau des Adressstamms
- Gestaltung und Layout
- Gliederung
- Pflichtinhalte

# Social Media Marketing

## **Lernziele**

Die Teilnehmenden

erkennen den Stellenwert von Social Media im Kommunikations-Mix.

kennen die wichtigsten Social-Media-Plattformen und können diese im Marketing zielgerichtet einsetzen.

kennen die Vor- und Nachteile im Social-Media und können diese für ihr Unternehmen einschätzen.

## **Themeninhalte**

- Definition
- Erfolgsfaktoren
- Plattformen und Zielgruppen
- Social-Media-Advertising
- Community-Management
- Monitoring, Automatisierung und Kennzahlen

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
kennen den heutigen Handel.
können die Grundbegriffe des Handels einordnen.
kennen die Entwicklung und die Herausforderungen des E-Commerce.
verstehen die Triebkräfte des Handels und deren Veränderer.
verstehen den Unterschied von on- und offline Handel und welchen Impact die Verknüpfung mit sich bringt.
kennen die Konsumenten und deren Ansprüche.

## Themeninhalte

- Grundlagen
- Keywords und Instrumente
- Customer Journey und Touchpoint Management
- Möglichkeiten der Vernetzung
- Digital Marketing Massnahmen
- Logistikkette des Handels
- Branchensegmente des Handels
- Payment-Anbindungen
- Nachhaltigkeit

# Performance Marketing, Customer Journey

<b>Lernziele</b>
Die Teilnehmenden
können die wichtigsten Begriffe verstehen und erklären.
kennen die Vorteile und Herausforderungen von Customer Journey.
wissen, worum es beim Online Controlling geht und was dabei wichtig ist.
kennen einen möglichen Ablauf zur Erstellung von Personas und Customer Journeys.
verstehen einen möglichen Ablauf zur Erstellung einer Performance Marketing Strategie.
kennen den Einsatz von Web Analytics anhand eines möglichen Ablaufs.

## Themeninhalte

- die Customer Journey – Kundenreise
- Performance Marketing
- Online Controlling
- Web Analytics

# Datenschutz

<b>Lernziele</b> Die Teilnehmenden
kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen im Umgang mit Datenschutz und Persönlichkeitschutz und können sie erläutern.
können erklären, was eine Persönlichkeitsverletzung darstellt.
sind in der Lage zu erklären, wann die DSGVO zur Anwendung kommt und was die Konsequenzen bei Verstößen gegen die DSGVO sind.
können den rechtlichen Rahmen von Cookies und Newslettern zu erklären.
können den rechtlichen Rahmen bezüglich korrekter urheberrechtlicher Verwendung von Bildern bei der Online-Benutzung erklären.

## Themeninhalte

- Persönlichkeitsrechte
- Datenschutz in der Schweiz
- DSGVO und Bedeutung davon im Online Marketing
- Cookies und Newsletter im rechtlichen Umfeld
- Rechtlich korrekte Bildverwendung im Onlinebereich

# Mobile Apps

<b>Lernziele</b> Die Teilnehmenden
kennen die Grundlagen über Mobile Apps.
wissen, welche Programmiersprachen es für Mobile Apps gibt.
kennen den Unterschied zwischen Native Apps, Webanwendungen und hybriden Anwendungen und wissen, welcher Entwicklungsansatz für ihr Unternehmen (oder Privat) geeignet ist.
können einen Anforderungskatalog für eine App für ihr Unternehmen (oder Privat) erstellen.
können einen Prototyp erstellen und wissen, worauf sie bei der Entwicklung eines Apps achten müssen.
beherrschen die Grundlagen des Mobile Marketings.

## Themeninhalte

- Einführung
- Entwicklung mobiler Anwendungen
- Server und Backend
- Anforderungen
- Prototyping



**Lernziele**

Die Teilnehmenden

kennen die aktuellen Trends.

verstehen die Chancen und Gefahren.

kennen die (Trend-) Treiber.

verstehen die Innovationszyklen.

**Themeninhalte**

- Trendgrundlagen
- Innovationsmanagement
- Hype Cycles Interpretation
- Mindset & Wissensmanagement im Unternehmen
- Ethische Grundsätze in einer digitalorientierten Welt

# Lehrgänge

## Kursbeginn

jeweils im April und Oktober

## Kursdauer

1 Semester

## Kursort

Altstätten

## Unterrichtszeiten

Variante 1: Dienstagabend, jede Woche, 18.00 - 21.15 Uhr

Variante 2: Donnerstag, alle 14 Tage, 08.30 - 16.15 Uhr

## Kursgeld

CHF 2'900.— inkl. Lehrmittel

Preisänderung vorbehalten. Das Kursgeld ist jeweils vor Semesterbeginn fällig.

Absolvent/innen, welche eine Diplomarbeit schreiben, bezahlen zusätzlich CHF 900.- für die Diplomarbeitseinführung und -betreuung. Darin enthalten sind zudem zwei bis drei Zwischengespräche sowie ein Abschlussgespräch mit dem Fachexperten.

## Vertragsbedingungen

Bitte beachten Sie die Vertragsbedingungen auf der Rückseite des Anmeldeformulars. Diese bilden einen integrierten Vertragsbestandteil.

## Lehrgangsführung



**Karl Luca Büeler**

karlluca.bueeler@wzr.ch

### **Fachgebiete**

Digital Marketing, E-Commerce/E-Business, Marketing, Management, Service- und Verkaufsmanagement

### **Berufstätigkeit**

Lehrgangsführer Online Marketing

Dozent Weiterbildung an Höheren Fachschulen und eidgenössischen Lehrgängen

Marketing- und Kommunikationsleiter

Lehrbuchautor für Digital Marketing und Marketing

Konzeption und Entwicklung von digitalen Lehrgängen

### **Aus- und Weiterbildung**

Ausbilder mit eidgenössischem Fachausweis

Marketingfachmann mit eidg. Fachausweis

MAS Digital Education (in Ausbildung), CAS eDidactics FFHS

MAS in Marketing Management UniBS

CAS Digital Customer Experience HSLU

Executive MBA FHO in Dienstleistungsmanagement

Eidg. dipl. Verkaufsleiter

Dipl. Betriebswirtschafter HF (HFW)

## Organisation

WZR Rorschach-Rheintal

Feldmühlestr. 28, 9400 Rorschach

T 058 229 99 81

rorschach@wzr.ch, www.wzr.ch



S V E B ■  
F S E A ■



## Auskunft und Beratung

### **WZR Rorschach-Rheintal**

Feldmühlestrasse 28, 9400 Rorschach

T 058 229 99 81

rorschach@wzr.ch, [www.wzr.ch](http://www.wzr.ch)

### **WZR Rorschach-Rheintal**

Bildstrasse 8, 9450 Altstätten

T 058 229 99 35

altstaetten@wzr.ch, [www.wzr.ch](http://www.wzr.ch)