Foto: iStock / demaerre

Online Marketing Manager sind Allrounder, die genau wissen, mit welchen Marketing-Instrumenten und -Maßnahmen sie **Ihre Unternehmensmarke stärken, Kunden gewinnen und Umsätze steigern** können. In unserer Weiterbildung eignen Sie sich zeitgemäße Kenntnisse und Fähigkeiten an, mit denen Sie in den wichtigsten und effektivsten Kanälen und Plattformen erfolgreiche Kampagnen durchführen, um Ihre Ziele zu erreichen.

Warum eine Weiterbildung zum Online Marketing Manager?

Als Online Marketing Manager übernehmen Sie einen anspruchsvollen und vielseitigen Job, für den Sie ein breit gefächertes Fachwissen und viel handwerkliche Kompetenz in den folgenden Online-Marketing-Disziplinen benötigen:

- Einführung ins Online Marketing
- Neuromarketing: die Psychologie des Werbens und Verkaufens im WWW
- Blogs im Marketing
- Content Marketing und Content Commerce
- E-Mail-Marketing
- Social Media Marketing
- Social Media Plattformen
- Social Media Werbung (Social Media Advertising)
- Virales Marketing
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Google
- Suchmaschinenwerbung (SEA) mit Google Ads
- Webanalyse mit Google Analytics 4
- Webanalyse via Google Tag Manager

Unsere **Online-Marketing-Weiterbildung** mit dem Abschluss **Diploma in Digital Marketing** des Europäischen Webmasterverbandes Webmasters Europe e.V. legt Fokus auf eine gründliche Einführung in das Online Marketing allgemein und alle einzelnen Fachgebiete. Neben der Vermittlung wichtigen Grundwissens u.a. auch in den rechtlichen Rahmenbedingungen legen wir in dieser Weiterbildung besonderen Wert auf möglichst viel Praxisbezug: In zahlreichen **Schritt-für-Schritt-Anleitungen** lernen Sie beispielsweise, wie Sie Websites für Google optimieren, damit sie zu relevanten Suchbegriffen auf der ersten Suchergebnisseite von Google erscheinen. Flankierend erfahren Sie, wie Sie Werbekampagnen mit **Google Ads für die Googlesuche und für Google Shopping** effizient und zielführend konzipieren und im laufenden Betrieb optimieren können. Sie werden im Bereich **Blogging und Content Marketing** Konzepte für die Erstellung von Zielgruppen-relevanten Inhalten erstellen und selbst umfangreiche Blogposts und Artikel verfassen.

Alle in dieser Weiterbildung zum Online Marketing Manager behandelten Disziplinen und Themenbereiche werden in der täglichen Praxis benötigt, um **erfolgreiche Online-Marketing-Kampagnen** zu konzipieren und durchzuführen.

In dieser **Weiterbildung zum Online Marketing Manager** erhalten Sie ein umfassendes Verständnis der Online-Marketing-Konzepte inkl. dem komplexen Gebiet des Social Media Marketing und eignen sich dabei ein umfangreiches Wissen aller wichtigen Methoden, Kanäle, Plattformen, Tools und Strategien des Online Marketing an. Sie üben praxisbezogen, die verschiedenen Instrumente des Online Marketing fachgerecht anzuwenden. Unser umfangreiches und sorgsam zusammengestelltes Weiterbildungsangebot bietet Ihnen

damit einerseits die Möglichkeit, die gelernten Methoden in der Praxis kombiniert anzuwenden, eröffnet Ihnen andererseits aber auch den Weg in die Spezialisierung auf einzelne Online-Marketing-Disziplinen.

Zusätzlich werden Sie gründlich in die Webanalyse mit Google Analytics 4 und Google Tag Manager eingeführt, so dass Sie wissen, wie Sie diese Tools für die Optimierung von Online-Präsenzen einsetzen können.

Was ist das Besondere an dieser Weiterbildung?

Unsere Weiterbildung zum **Online Marketing Manager** führt zum Abschluss **Diploma in Digital Marketing** (Webmasters Europe e.V.), indem sie folgende vier Module, die auch unabhängig buchbar sind, kombiniert:

1. Experte/Expertin für Verkaufspsychologie im Web: Online mehr verkaufen mit Neuromarketing
2. Experte/Expertin für Web Content Management, Blogs & E-Mail-Marketing
3. Experte/Expertin für Social Media Marketing & Management
4. Experte/Expertin für SEO, SEA & Web Analytics: Suchmaschinenmarketing & Webanalyse mit GA4

Gegenüber einer Einzelbuchung der vier Module sparen Sie 400,- €

Der Praxisbezug unserer Weiterbildung zum Online Marketing Manager wird sichergestellt durch über 77 Schritt-für-Schritt-Anleitungen und über 132 praxisnahe Übungen, die auf über 118 Lektionen verteilt sind. Zudem enthält die Weiterbildung 24 Projektaufgaben, die von den jeweils zuständigen Tutoren (siehe unten) betreut und bewertet werden. Zu jeder eingereichten Arbeit erhalten Sie eine differenzierte Bewertung und ein ausführliches Feedback.

Was lerne ich in dieser Weiterbildung?

Die Weiterbildung enthält insgesamt folgende Classes und Inhalte:

▸ Einführung ins Online Marketing

In dieser Class führen wir Sie gründlich in das moderne Online Marketing ein und erläutern dabei u.a., wie es sich aus dem klassischen (Offline)-Marketing entwickelt hat und davon unterscheidet. Wir geben Ihnen anschließend einen Überblick über die wichtigsten Online-Marketing-Disziplinen und zeigen Ihnen deren Einsatzgebiete, spezielle Vorgehensweisen und Ziele. Nach einer kurzen Übersicht über häufig genutzte Fachbegriffe stellen wir Ihnen Kriterien vor, anhand derer Sie im Rahmen einer Online-Marketing-Strategie einen zu Unternehmenszielen passenden Mix an Online-Marketing-Disziplinen zusammenstellen können. Abschließend werden wichtige rechtliche Rahmenbedingungen z.B. in den Fachgebieten des Urheber- und Wettbewerbsrechts sowie des Datenschutzes ausführlich erläutert.

Die Lektionen der Class

- Grundlagen des Marketing
- Digitalisierung und Online Marketing
- Elemente einer Online-Marketingstrategie
- Urheber- und Wettbewerbsrecht
- Datenschutzrecht

▸ Neuromarketing @Work

Marketingexperte Prof. Dr. Zich führt Sie in dieser Class in das moderne **Neuromarketing** ein: Sie steigen tief in das Thema **Verkaufspsychologie** ein, um für künftige Projekte zu lernen, wie Menschen heute Kaufentscheidungen treffen. Anhand von Fallbeispielen erfahren Sie, welche Rolle dieses Hintergrundwissen im heutigen Marketing spielt und wie Sie mit entsprechend konzipierter Werbung Ihre Produkte online noch erfolgreicher verkaufen können. Als Praxisarbeit werden Sie abschließend eine Beispiel-Webseite aus **Zielgruppensicht analysieren und Optimierungsvorschläge** im Sinne des Neuromarketing erarbeiten.

Die Lektionen der Class

- Wie trifft ein Kunde Kaufentscheidungen?
- Neuromarketing: Die Anwendung der wichtigsten Grundkonzepte der Individual- und Sozialpsychologie im Marketing
- Werbung als Lernprozess: Warum das Verständnis der menschlichen Informationsverarbeitung ein wichtiger Erfolgsfaktor ist
- »Verkaufen« — Die Essenz aller Marketingaktivitäten
- Customer Journey: die Integration von Werbung und Vertrieb im Internetzeitalter
- Die Entwicklung einer Kreatividee oder die Vereinigung von Kundenpsychologie, Content Marketing und Stilmitteln

▸ Blogs im Marketing

Von Produkt- und Markenblogs bis hin zu Themenblogs erfahren Sie in dieser Class anhand vieler Beispiele, welche Arten von **Unternehmensblogs** es gibt und für welche Zwecke sie eingesetzt werden. Sie lernen, worauf bei der Konzeption und Vermarktung von Corporate Blogs zu achten ist, um Ihre Zielgruppe richtig anzusprechen. In den beiden Abschlussarbeiten werden Sie beispielhaft für ein fiktives Unternehmen **Rahmenbedingungen für ein Corporate Blog** definieren und einen entsprechenden **Blogbeitrag** dafür schreiben.

Die Lektionen der Class

- Was ist eigentlich ein Blog? (Arten von Corporate Blogs)
- Bedeutung des Bloggings im Marketingmix
- Was spricht für oder gegen ein Corporate Blog?
- Strategie erarbeiten
- Technische Grundlagen
- Inhalte mit Mehrwert entwickeln
- Blogmarketing betreiben
- Umgang mit Kommentaren

▸ Content Marketing

Diese Class führt Sie gründlich in die Kerndisziplin des **nicht-werblichen Online Marketing** ein. Sie erfahren, welche Chancen und Risiken **Content Marketing** für Unternehmen birgt und wie Sie eine erfolgversprechende Content-Marketing-Strategie entwickeln. Anschließend lernen Sie die wichtigsten Content-Marketing-Modelle und ihre Einsatzgebiete kennen. Um das Gelernte in die Praxis umzusetzen, entwickeln Sie abschließend am Beispiel eines Unternehmensszenarios eine **Content-Marketing-Strategie**, deren wesentlichen Inhalte Sie dann schrittweise in mehreren Teilaufgaben umsetzen.

Die Lektionen der Class

- Bedeutung von Content Marketing für Unternehmen und Organisationen
- Inhalte auswählen und gestalten
- Entwicklung einer Content-Marketing-Strategie
- Verschiedene Modelle zur strategischen Planung von Content Marketing
- Content planen und erstellen
- Erfolgreich mit Content Commerce
- Möglichkeiten zur Content-Promotion

▸ E-Mail-Marketing

Diese Class zeigt Ihnen, wie Sie Ihre **E-Mail-Marketing-Kampagnen** so konzipieren, dass sie für Ihre Zielgruppe relevant sind. Neben den zu beachtenden rechtlichen Rahmenbedingungen geht sie dabei auch auf verschiedene Formen und Strategien des E-Mail-Marketing ein. Anhand vieler Beispiele erfahren Sie, welche Möglichkeiten es im E-Mail-Marketing gibt und wie Sie die verschiedenen Inhalte optimal einsetzen. Sie lernen dabei auch, hervorragende E-Mail- und Newsletter-Texte zu verfassen. Anhand eines Beispielszenarios werden Sie Schritt für Schritt eine E-Mail-Marketing-Kampagne konzipieren und als Teil davon einen **Newsletter** selbst gestalten.

Die Lektionen der Class

- E-Mail-Marketing im Marketing-Mix
- Relevanz herstellen
- Strategie entwickeln
- Abonnenten gewinnen
- Zustellbarkeit sicherstellen
- Marketing-E-Mails gestalten
- Versand organisieren
- Erfolge messen und Maßnahmen optimieren

▸ Social Media Marketing

Diese Class zeigt auf, wie Unternehmen Social Media sinnvoll und erfolgversprechend für ihr Marketing nutzen können. Dabei gibt sie zu Beginn einen kurzen Überblick über die fünf wichtigsten Social-Media-Plattformen, bevor sie sich dem anspruchsvollen Thema der Social Media Strategie widmet. Dabei liegt der Fokus auf einem **Dreiphasenmodell**, das auch für mittelständische Unternehmen mit mittlerem bis kleinerem Budget umsetzbar ist. Sie erhalten nützliche Tipps, wie Sie auf Basis einer umfangreichen Zielgruppenrecherche die passenden Social Media Plattformen für Ihr Social Media Marketing auswählen und welche Social Media Tools bei der täglichen Arbeit besonders hilfreich sind. Anschließend geht die Class ausführlich auf die beiden wichtigen Themen des

Krisenmanagements im Rahmen des Social Media Marketing ein. In der Abschlussarbeit werden Sie auf Basis eines vorgegebenen Unternehmensszenarios im Rahmen der Vorgehensweise nach dem Dreiphasenmodell die einzelnen Schritte der Phase 1 ausarbeiten.

Die Lektionen der Class

- Was ist Social Media Marketing?
- Typische Berufsbilder im Social Media Marketing und Social Media Management
- Social-Media-Strategie — Teil I: die Vorbereitungs- und Analysephase
- Social-Media-Strategie — Teil II: Die Umsetzungs- und Optimierungsphase
- Krisenmanagement
- Tools rund um die Nutzung von Social Media
- Social Media Recht

▸ Social Media Plattformen

Diese Class stellt Ihnen auf Basis aktueller Daten die großen bekannten Social-Media-Plattformen **Facebook, Instagram, X (vormals Twitter), Linkedin und Youtube** ausführlich vor. Anhand von Fallbeispielen aus dem B2B- und B2C-Bereich zeigen wir Ihnen, wie Unternehmen sich dort präsentieren und mit den Menschen in den Dialog kommen können. Sie erhalten einen Überblick, welche Nutzungsmöglichkeiten die Plattformen für Unternehmen im Bereich des organischen Marketing bieten und anhand vieler Beispiele und Übungen lernen Sie, wie sie deren jeweilige Beitragsformate in der Praxis vorteilhaft einsetzen und gestalten. Best Practices runden den Überblick über die wichtigsten Social-Medien-Plattformen ab.

Die Lektionen der Class

- Facebook — das weltweit größte soziale Netzwerk
- Instagram — das bildbasierte Netzwerk für mobile Endgeräte
- Linkedin — das größte soziale Business-Netzwerk weltweit
- X (vormals Twitter) — Microblog und Soziales Netzwerk im Ticker-Stil
- Youtube — die weltweit größte Videoplattform
- Best Practice für erfolgreiches Social Media Marketing und Handlungsempfehlungen

▸ Social Media Advertising

Hier stellen wir Ihnen die fünf wichtigen Social-Media-Werbeplattformen von **X (vormals Twitter), Facebook/Instagram, Youtube und Linkedin** vor. Sie erfahren, unter welchen Voraussetzungen Sie diese Plattformen speziell für Werbung nutzen können und worauf Sie dabei rechtlich und in Bezug auf Datenschutz achten müssen. Anhand von Beispielen, Übungen, Fallstudien und vielen Schritt-für-Schritt-Anleitungen zeigen wir Ihnen anschließend, wie Sie in diesen Plattformen **Social Ads konzipieren und konfigurieren** können. Sie lernen, wie Sie auf Grundlage einer guten **Zielgruppenrecherche** die Möglichkeiten des Targeting und der **Zielgruppeneinstellungen** in den Werbetools bestmöglich nutzen. Im Verlauf der Class erstellen Sie eine dreiteilige Abschlussarbeit: Als erstes werden Sie eine Zielgruppenrecherche für ein Beispielunternehmen durchführen, um im zweiten Teil mithilfe von Mockup-Tools Werbeanzeigen für Facebook, Instagram, Linkedin und X bzw. ein Thumbnail für eine Youtube-Videoanzeige auf Basis des Beispielszenarios zu erstellen.

Die Lektionen der Class

- Einführung in Social Media Advertising
- Beispielszenario erarbeiten
- Schritt für Schritt zur ersten Facebook-Kampagne
- Instagram-Anzeigen erstellen
- Linkedin-Anzeigen erstellen
- Vorbereitende Schritte für Youtube-Anzeigen
- Erstellen von Youtube-Kampagnen
- X-Anzeigen erstellen

▸ Virales Marketing

Diese Class stellt Ihnen zuerst die **Grundlagen des viralen Marketing und dessen Vor- und Nachteile** vor. Dabei grenzen wir diese junge Online-Marketing-Disziplin von anderen Formen des Online-Marketing wie beispielsweise Empfehlungs- oder Guerilla-Marketing etc. ab. Anschließend geben wir Ihnen Einblicke, warum Menschen Inhalte in den Sozialen Medien teilen. Wir erläutern Ihnen außerdem, warum Storytelling in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung ist und wie Sie selbst eine spannende Story ausarbeiten. Sie lernen dann, eine **virale Kampagne zu planen und umzusetzen**. Anhand vieler Video-Beispiele verschiedenster viraler Kampagnen zeigen wir Ihnen, wie Sie z. B. von Trends und Hypes profitieren, das richtige Umfeld wählen und per Seeding für eine virale Verbreitung Ihres Kampagnenguts sorgen können. Selbstverständlich geht die Class auch auf **Risiken und Erfolgskriterien** im viralen

Marketing und das Thema der Erfolgsmessung ein. Als Abschlussarbeit konzipieren Sie auf Basis eines Beispielszenarios eine **virale Kampagne**.

Die Lektionen der Class

- Die Grundlagen des viralen Marketings
- Wie entsteht Viralität? Ein Exkurs in die Psychologie
- Storytelling: Gute Geschichten berühren Menschen
- Planung und Umsetzung einer viralen Kampagne
- Risiken und Stolpersteine viraler Kampagnen und Beispiele für viralen Content
- Fazit

▸ Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Diese Class informiert Sie ausführlich darüber, nach welchen Kriterien Suchmaschinen generell Webseiten bewerten und sie in ihren Index einordnen. Anhand der weltweit führenden und bedeutsamsten Suchmaschine **Google** führt Sie **Dr. Schneider** dabei in die wichtigsten Suchmaschinenkriterien und Rankingsignale ein. Dabei lernen Sie, worauf Sie bei der **Optimierung von Webseiten** generell achten müssen und wie Sie das Ranking Ihrer Landingpages bei Google mit **seriösen und bewährten Maßnahmen der sog. Suchmaschinenoptimierung** nachhaltig verbessern können. Anhand vieler Beispiele und Aufgabenstellungen werden Sie wichtige SEO-Tätigkeiten wie z. B. **Keywordrecherche**, **WDF*IDF-Textanalyse und -Optimierung** oder Backlinkaufbau praxisnah üben und vertiefen.

Die Lektionen der Class

- Die Macht der Suchmaschinen
- Aufbau und Funktionsweise von Suchmaschinen
- SEO-Prozess und SEO-Ziele
- Keywords
- Fallstudie Schokoladenmanufaktor DOS ESTACIONES – CACAO & CHOCOLATE
- Keyword-Recherche
- Content
- Webpage
- Site, Server & Domain
- Nutzerfreundlichkeit von Seiten (User Page Experience)
- Backlinks
- Semantic SEO
- Social SEO
- Shop SEO
- Local SEO
- Erfolgskontrolle
- SEO Site Clinic
- Die wichtigsten Google-Rankingsignale
- Zu guter Letzt: up to date bleiben, Zertifizierung als SEO Manager

▸ Suchmaschinenwerbung (SEA)

Sie werden in dieser Class Schritt für Schritt lernen, wie Sie die beiden wichtigsten Plattformen für Suchmaschinenwerbung – **Google Ads und Google Shopping** – für das Schalten von Werbung im **Google-Suchnetzwerk und -Displaynetzwerk** (GDN) optimal nutzen können. Dabei üben Sie u. a., wie Sie die **Keywordrecherche mit dem Google-Ads-Keyword Planer** richtig durchführen und dabei auch das voraussichtlich notwendige Kampagnen-Budget bestimmen. Darüber hinaus erhalten Sie wertvolle Tipps, wie Sie Ihre **Werbekampagnen zielgruppengerecht** konzipieren, im laufenden Betrieb steuern und anhand von wichtigen Leistungskennzahlen (KPIs) optimieren können. Um das Gelernte in die Praxis umzusetzen, werden Sie abschließend auf Basis einer beispielhaften Landingpage **zwei unterschiedliche Google-Ads-Werbekampagnen** konzipieren und aufsetzen.

Die Lektionen der Class

- Einführung in Google Ads
- Das Google-Ads-Konto
- Suchnetzwerk-Kampagnen vorbereiten
- Kampagnenerstellung im Suchnetzwerk
- Keyword-Optionen für Suchnetzwerk-Kampagnen
- Keywordrecherche und Leistungsprognose mit dem Google Keyword-Planer
- Google-Ads-Optimierung für Suchnetzwerk-Kampagnen
- Best Practices für Suchnetzwerk-Kampagnen
- Conversion-Tracking

- Google-Shopping-Kampagnen
- Einführung in die Display-Werbung
- Kampagnenerstellung im Google Displaynetzwerk

▸ Webanalyse mit Google Analytics 4

Diese Class zeigt Ihnen, wie Sie mit Webanalyse-Tools wie z. B. **Google Analytics 4** die Resultate von Online-Marketing-Maßnahmen laufend beobachten und analysieren können. Neben einer umfassenden Einführung in die Grundlagen der Webanalyse stellen wir Ihnen anschließend die verschiedenen Analyse-Ebenen und Berichtsarten von Google Analytics 4 (GA4) vor. Anhand vieler Praxisbeispiele lernen Sie dabei auch, wie Sie die Berichte nutzen können, um **Schwachstellen und Optimierungspotenziale** aufzuspüren. In einer mehrteiligen Abschlussarbeit werden Sie ein Google-Analytics-4-Tracking in einer von uns zur Verfügung gestellten Beispielwebsite selbst auf unserem Teilnehmer-Webspace **datenschutzkonform einrichten** üben.

Die Lektionen der Class

- Einführung in die Webanalyse
- Webanalyse und Datenschutz
- Webanalyse auf Basis von Serverlogs
- Page-Tagging-Verfahren auf Basis von Zählpixeln
- Die Rolle von Cookies in der Webanalyse
- Datenschutzkonformer Einsatz von Google Analytics 4 gemäß DSGVO
- Google Analytics 4 einrichten
- Einstieg in Google Analytics 4
- Der Echtzeitbericht von Google Analytics 4
- Der Bericht-Snapshot
- Der Akquisition-Bereich
- Der Engagement-Bereich
- Eigenes Eventtracking einrichten
- Der Monetarisierungs-Bereich
- Weitere Standard-Berichte

▸ Webanalyse via Google Tag Manager

Diese Class zeigt Ihnen, wie Sie ein **Google Analytics 4**-Standardtracking und ein Eventtracking über den Google Tag Manager einrichten können. Sie lernen die Benutzeroberfläche und Vorteile des Google Tag Manager kennen, was Tags, Trigger und Variablen in GTM sind und wie Sie sie richtig konfigurieren. Ergänzt wird die Class um eine zusätzliche Lektion zum wichtigen Thema des Debuggings von GA4-Tracking und Sie erhalten dabei viele Tipps für die Fehlersuche und -Lösung evtl. Probleme beim Tracking.

Die Lektionen der Class

- Einstieg in den Google Tag Manager
- Das Standardtracking für die Version Google-Analytics 4 in GTM einrichten
- Eventtracking für Google Analytics 4 in GTM einrichten
- Tipps für Analytics-Debugging und Tracking-Tests

Abschluss/Zertifizierung

Den Abschluss **Diploma in Digital Marketing** von Webmasters Europe e.V. erreichen Sie durch die Erbringung von Studienleistungen in Theorie und Praxis.

Sie bearbeiten in jedem Themenbereich praxisbezogene Projektarbeiten und reichen diese zur Bewertung bei uns ein. Das Ergebnis erscheint im qualifizierten Abschlusszeugnis der Webmasters Fernakademie als **Praxisnote**.

Sie absolvieren insgesamt vier **Theorieprüfungen** nach dem Multiple-Choice-Verfahren, die Sie beim Europäischen Webmasterverband Webmasters Europe e.V. online ablegen. Für die Teilnahme an diesen Prüfungen erhalten Sie von uns jeweils einen Gutschein, der Preis dafür ist im Kurspreis bereits enthalten. Weitere Informationen zu den Abschlüssen und Zertifizierungen von Webmasters Europe e.V. haben wir auf der Seite WE-Zertifizierungen für Sie zusammengestellt.

Voraussetzungen

Für die Class Suchmaschinenwerbung (SEA) und das Lösen der dazugehörenden Aufgaben ist die Einrichtung eines Google-Ads-Kontos notwendig. Das Google-Ads-Konto ist nicht kostenpflichtig, jedoch müssen Zahlungsinformationen in Form von Kredit- oder Debitkartennummer bzw. einer Bankverbindung hinterlegt werden.

Wie läuft ein Fernstudium bei uns ab?

Wir stellen Ihnen die Lerninhalte des Fernstudiums in unserer **browserbasierten Online-Lernplattform** rund um die Uhr zur Verfügung. So können Sie in Ruhe zu beliebigen Tageszeiten, gemäß Ihres gebuchten Voll- oder Teilzeitmodells und von jedem Ort aus studieren. Eine Anwesenheitspflicht gibt es bei uns nicht. In unserem **Online-Campus** können Sie jederzeit die jeweils zuständigen Tutoren kontaktieren. Von ihnen erhalten Sie zeitnah fachlich und pädagogisch kompetente Unterstützung, z.B. wenn Sie Fragen haben oder Hilfe benötigen. Auf der Seite Wie läuft ein Fernstudium bei uns ab? erläutern wir Ihnen im Detail, wie der Ablauf von der Buchung bis zur Abschlussprüfung bei uns ist.

Auf unserer Seite **Häufige Fragen** erfahren Sie, welche Voraussetzungen für die Teilnahme an unseren Weiterbildungen Sie grundsätzlich erfüllen sollten.

Kursdauer

Die Dauer hängt von Ihrer wöchentlichen Studienzeit ab. Diese legen Sie vor Beginn des Lehrgangs fest, können diese jedoch später jederzeit noch anpassen.

Stunden pro Woche	Dauer
5	25 Monate, 1 Woche
10	12 Monate, 3 Wochen
15	8 Monate, 2 Wochen
20	6 Monate, 1 Woche
25	5 Monate
30	4 Monate, 1 Woche
35	3 Monate, 2 Wochen
40	3 Monate, 1 Woche

Kostenlose Verlängerung

Sie können diesen Fernkurs unabhängig von Ihrer gewählten wöchentlichen Studienzeit bzw. Gesamtdauer auf maximal 17 Monate kostenlos verlängern.

Studiengebühr

Die Studiengebühr beträgt 4.900,00 €, zahlbar in monatlichen Raten. Die Höhe und Anzahl der monatlichen Raten ergibt sich aus der von Ihnen gewählten Gesamtdauer, der Gesamtbetrag ändert sich dadurch nicht.

Ein Gutschein für jede Zertifikatsprüfung des Verbandes Webmasters Europe e.V., die Teil dieses Fernkurses ist, ist in den Studiengebühren enthalten.

Buchung

Online auf unserer Website:
https://www.webmasters-fernakademie.de/fernstudium/online-marketing-manager

Ihre Tutoren

In dieser Weiterbildung betreuen und unterstützen Sie:

Michael Rohrlich

Eleonore Schelling

Dr. Thorsten Schneider

Robert von Heeren

Dr. Ulrike Walter

Stefan Wölfel

Förderung

Ihre Teilnahme an dieser **Weiterbildung zum zertifizierten Online Marketing Manager** kann gefördert werden!

zertifiziert nach SGB III und AZAV durch HZA

▸ Förderung mit Bildungsgutschein (Agentur für Arbeit, Jobcenter)

Die **Weiterbildung zum Online Marketing Manager** ist unter der **Maßnahmenummer 729 0113 2023** von der Agentur für Arbeit bundesweit zugelassen. Die Gesamtkosten bei mit Bildungsgutschein staatlich geförderten Maßnahmen betragen 6.360,30 € bezahlbar in monatlichen Raten, die wir über den Bildungsgutschein direkt mit der Agentur für Arbeit abrechnen. Diese Kosten ergeben sich aus einer Deckungsbeitragsrechnung, die von der sog. Fachkundigen Stelle für die Maßnahmezertifizierung gemäß AZAV geprüft wird. Die höheren Kosten im Vergleich zu Selbstzahlern ergeben sich durch den höheren, personalintensiven Verwaltungsaufwand bei geförderten Kursen.

Anmeldung zu einem mit Bildungsgutschein geförderten Fernkurs

Geförderte Weiterbildungen per Bildungsgutschein können **nicht** über den Bestellvorgang auf der Website gebucht werden. Bitte kontaktieren Sie uns telefonisch für ein Beratungsgespräch. Über den weiteren Ablauf können Sie sich auf unserer Seite Weiterbildung per Bildungsgutschein informieren. Sobald uns alle Unterlagen vorliegen und überprüft sind, können wir den Bildungsvertrag mit Ihnen abschließen und das Fernstudium für Sie starten.

Allgemeine Informationen zur Förderung per Bildungsgutschein und weiteren Fördermöglichkeiten.

Beratung & Kontakt

Für alle Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Tel: 0911 / 49 52 23-0
Fax: 0911 / 49 52 23-99
E-Mail: info@webmasters-fernakademie.de

Termine*

Die nächsten Starttermine für geförderte Weiterbildungen sind:

- 13.05.2024
- 10.06.2024
- 08.07.2024
- 05.08.2024
- 02.09.2024
- 30.09.2024

***Wunschtermine sind möglich. Erkundigen Sie sich über unser Kontaktformular!**

ZFU-Zulassung

Die Weiterbildung ist von der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht in Köln (ZFU) geprüft und unter der Nummer **7253612c** staatlich zugelassen.

Studienvertrag und Kündigungsfrist

Sie können den Fernkurs jederzeit mit einer Frist von 4 Wochen zum Ende eines Studienmonats kündigen. Die Studienvertragsbedingungen finden Sie unter
https://www.webmasters-fernakademie.de/fragen-antworten/studienvertrag