



Weiterbildung zum/zur Online Marketing Manager/in (Diploma in Digital Marketing)

Foto: iStock / demaerre



Online Marketing Manager sind Allrounder, die genau wissen, mit welchen Marketing-Instrumenten und -Maßnahmen sie **eine Unternehmensmarke stärken, Kunden gewinnen und Umsätze steigern** können. In unserer Weiterbildung eignest du dir zeitgemäße Kenntnisse und Fähigkeiten an, mit denen du in den wichtigsten und effektivsten Kanälen und Plattformen erfolgreiche Kampagnen durchführst, um deine Ziele zu erreichen. Zusätzlich erhältst du Einblicke, wie KI das Online Marketing verändert, und erfährst über die Chancen und Herausforderungen, die damit einhergehen.



■ Warum eine Weiterbildung zum Online Marketing Manager?

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

- Einführung ins Online Marketing
- Verkaufspsychologie im Online Marketing
- 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
- Pay-Per-Click-Werbung
- 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** lernst du beispielsweise, wie du Websites für Google optimierst, damit sie zu relevanten Suchbegriffen auf der ersten Suchergebnisseite von Google erscheinen. Flankierend erfährst du, wie du **PPC-Werbekampagnen (Pay-Per-Click)**, z. B. mit Google Ads, effizient und zielführend konzipierst und im laufenden Betrieb optimieren kannst. Du wirst 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** erhältst du ein umfassendes Verständnis der Online-Marketing-Konzepte inkl. dem komplexen Gebiet des Social Media Marketing und eignest dir dabei ein umfangreiches Wissen aller wichtigen Methoden, Kanäle, Plattformen, Tools und Strategien des Online Marketing an. Du übst praxisbezogen, die verschiedenen Instrumente des Online

Marketing fachgerecht anzuwenden. Unser umfangreiches und sorgsam zusammengestelltes Weiterbildungsangebot bietet dir damit einerseits die Möglichkeit, die gelernten Methoden in der Praxis kombiniert anzuwenden, eröffnet dir andererseits aber auch den Weg in die Spezialisierung auf einzelne Online-Marketing-Disziplinen.

Zusätzlich wirst du gründlich in die Webanalyse mit Google Analytics 4 und Google Tag Manager eingeführt, sodass du genau weißt, wie du diese Tools für die Optimierung von Online-Präsenzen einsetzen kannst.

■ 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 Online Marketing](#)
2. [Experte/Expertin für Web Content Management, Blogs & E-Mail-Marketing](#)
3. [Experte/Expertin für Social Media Marketing & Management](#)
4. [Experte/Expertin für SEO, PPC & Web Analytics: Suchmaschinenmarketing & Webanalyse mit GA4](#)

Gegenüber einer Einzelbuchung der vier Module sparst du 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 erhältst du 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 dich 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 dir anschließend einen Überblick über die wichtigsten Online-Marketing-Disziplinen und zeigen dir deren Einsatzgebiete, spezielle Vorgehensweisen und Ziele. Nach einer kurzen Übersicht über häufig genutzte Fachbegriffe stellen wir dir Kriterien vor, anhand derer du im Rahmen einer Online-Marketing-Strategie einen zu Unternehmenszielen passenden Mix an Online-Marketing-Disziplinen zusammenstellen kannst. Abschließend wird das Thema KI vorgestellt und erläutert, wie es im Online Marketing eingesetzt wird, unter Einbeziehung zahlreicher nützlicher KI-Tools und Tipps.

Die Lektionen der Class

- Grundlagen des Marketing
- Digitalisierung und Online Marketing
- Elemente einer Online-Marketingstrategie
- Wie Künstliche Intelligenz (KI) das Online Marketing transformiert

► Verkaufspsychologie im Online Marketing

Du tauchst ein in die Welt der Verkaufspsychologie im Online Marketing und lernst, psychologische Prinzipien gezielt einzusetzen, um Kaufentscheidungen zu fördern. Du erfährst, wie Emotional Selling, Bedürfnisweckung und Strategien wie z. B. Social Proof, Authority oder Urgency den Erfolg deiner Website und Produkte steigern können. Du erhältst praxisnahe Tipps und Tricks zu Design, Bild- und Farbwahl, Sprachmustern, Headlines und psychologischen Triggern, die deine Botschaften verstärken und emotionale Verbindungen zu deinen Besuchern aufbauen. Zudem erfährst du, wie du die Veränderungen im Kaufverhalten für dich nutzt und dir so einen klaren Vorteil im Wettbewerb verschaffst.

Die Lektionen der Class

- Einführung in die Verkaufspsychologie
- Wie trifft ein Kunde Kaufentscheidungen?
- Kenne deinen Kunden: Kundentypen, Ego-Labeling und kulturelle Unterschiede
- Die Psychologie hinter dem Verkauf: Vom Bedürfnis zur Kaufentscheidung
- Strategien der Beeinflussung und Überzeugung im Online Marketing
- Das »Hook«-Modell
- Praktische Anwendungen auf Websites und Onlineshops
- Beispielszenario: Meditations-App

► Blogs im Marketing

Von Produkt- und Markenblogs bis hin zu Themenblogs erfährst du in dieser Class anhand vieler Beispiele, welche Arten von **Unternehmensblogs** es gibt und für welche Zwecke sie eingesetzt werden. Du lernst, worauf bei der Konzeption und Vermarktung von Corporate Blogs zu achten ist, um deine Zielgruppe richtig anzusprechen. In den beiden Abschlussarbeiten wirst du 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 dich gründlich in die Kerndisziplin des **nicht-werblichen Online Marketing** ein. Du erfährst, welche Chancen und Risiken **Content Marketing** für Unternehmen birgt und wie du eine erfolgversprechende Content-Marketing-Strategie entwickelst. Anschließend lernst du die wichtigsten Content-Marketing-Modelle und ihre Einsatzgebiete kennen. Darüber hinaus erfährst du, wie du eine Content-Marketing-Strategie mit KI-Unterstützung entwickelst, wie du KI-Tools effizient nutzen kannst und mit KI-generierten Inhalten umgehen solltest. Um das Gelernte in die Praxis umzusetzen, entwickelst du abschließend am Beispiel eines Unternehmensszenarios eine **Content-Marketing-Strategie**, deren wesentlichen Inhalte du dann schrittweise in mehreren Teilaufgaben umsetzt.

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
- Einsatz von KI im Content Marketing
- Erfolgreich mit Content Commerce
- Möglichkeiten zur Content-Promotion

► E-Mail-Marketing

Diese Class zeigt dir, wie du deine **E-Mail-Marketing-Kampagnen** so konzipierst, dass sie für deine 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 erfährst du, welche Möglichkeiten es im E-Mail-Marketing gibt und wie du die verschiedenen Inhalte optimal einsetzt. Du lernst dabei auch, hervorragende E-Mail- und Newsletter-Texte zu verfassen. Anhand eines Beispielszenarios wirst du 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. Du erhältst nützliche Tipps, wie du auf Basis einer umfangreichen Zielgruppenrecherche die passenden Social-Media-Plattformen für dein Social Media Marketing auswählst 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 wirst du 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 dir 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 dir, wie Unternehmen sich dort präsentieren und mit den Menschen in den Dialog kommen können. Du erhältst einen Überblick, welche Nutzungsmöglichkeiten die Plattformen für Unternehmen im Bereich des organischen Marketing bieten, und anhand vieler Beispiele und Übungen lernst du, wie du deren jeweilige Beitragsformate in der Praxis vorteilhaft einsetzen und gestalten kannst. Zudem erfährst du, wie sich KI-generierter Content für Social-Media-Postings nutzen lässt und welche Dos und Don'ts im Umgang mit KI zu beachten sind. 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 dir die fünf wichtigen Social-Media-Werbepattformen von **X (vormals Twitter), Facebook/Instagram, Youtube und LinkedIn** vor. Du erfährst, unter welchen Voraussetzungen du diese Plattformen speziell für Werbung nutzen kannst und worauf du dabei rechtlich und in Bezug auf Datenschutz achten musst. Anhand von Beispielen, Übungen, Fallstudien und vielen Schritt-für-Schritt-Anleitungen zeigen wir dir anschließend, wie du in diesen Plattformen **Social Ads konzipieren und konfigurieren** kannst. Du lernst, wie du auf Grundlage einer guten **Zielgruppenrecherche** die Möglichkeiten des Targeting und der **Zielgruppeneinstellungen** in den WerbETOOLS bestmöglich nutzt. Im Verlauf der Class erstellst du eine dreiteilige Abschlussarbeit: Als Erstes wirst du 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 dir 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 dir Einblicke, warum Menschen Inhalte in den Sozialen Medien teilen. Wir erläutern dir außerdem, warum Storytelling in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung ist und wie du selbst eine spannende Story ausarbeitest. Du lernst dann, eine **virale Kampagne zu planen und umzusetzen**. Anhand vieler Video-Beispiele verschiedenster viraler Kampagnen zeigen wir dir, wie du z. B. von Trends und Hypes profitierst, das richtige Umfeld wählst und per Seeding für eine virale Verbreitung deines

Kampagnenguts sorgen kannst. Selbstverständlich geht die Class auch auf **Risiken und Erfolgskriterien** im viralen Marketing und das Thema der Erfolgsmessung ein. Als Abschlussarbeit konzipierst du 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 dich ausführlich darüber, nach welchen Kriterien Suchmaschinen generell Webseiten bewerten und sie in ihren Index einordnen. Anhand der weltweit führenden und bedeutsamsten Suchmaschine **Google** führt dich **Dr. Schneider** dabei in die wichtigsten Suchmaschinenkriterien und Rankingsignale ein. Dabei lernst du, worauf du bei der **Optimierung von Webseiten** generell achten musst und wie du das Ranking deiner Landingpages bei Google mit **seriösen und bewährten Maßnahmen** der sog. **Suchmaschinenoptimierung** nachhaltig verbessern kannst. Anhand vieler Beispiele und Aufgabenstellungen wirst du 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 Schokoladenmanufaktur 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

► Pay-Per-Click-Werbung (PPC)

Praxisbezogen und mit Blick auf das Wesentliche erlernst du grundlegende Fähigkeiten einer Tätigkeit als **PPC Managers**. Anzeigenschaltungen auf PPC-Plattformen, z. B. **Suchmaschinen, digitale Marktplätze oder Social-Media-Netzwerke**, erhöhen die Sichtbarkeit deiner Website oder deines Online-Shops, lenken mehr Besucher auf deine Website und steigern Umsatz sowie Gewinn. Darüber hinaus erhältst du wertvolle Tipps, wie du deine Werbekampagnen **zielgruppengerecht** konzipieren, im laufenden Betrieb steuern und anhand von wichtigen Leistungskennzahlen (KPIs) optimieren kannst.

Die Lektionen der Class

- Einführung in PPC Advertising
- Zielgruppenansprache im PPC: Customer Journey und Touchpoints
- Keywords im SEA
- Abrechnungsmodelle und Kennzahlen
- So schreibst du effektive Anzeigen für deine Kampagnen
- Onpage: Vorbereitungen für PPC
- Start ins Google-Ads-Interface
- Keywordrecherche und Leistungsprognose mit dem Google Keyword Planner
- Keyword-Optionen für Suchnetzwerk-Kampagnen
- PPC-Kampagnenerstellung am Beispiel von Google Ads
- Google-Ads-Optimierung für Suchnetzwerk-Kampagnen

- Best Practices für Suchnetzwerk-Kampagnen
- Conversion-Tracking
- So gehst du bei der Erstellung von Google-Shopping-Kampagnen vor
- Einführung in die Display-Werbung
- Kampagnenerstellung im Google Displaynetzwerk
- Weitere geeignete Plattformen für eine Multiplattform-PPC-Kampagne

► Webanalyse mit Google Analytics 4

Diese Class zeigt dir, wie du mit Webanalyse-Tools wie z. B. **Google Analytics 4** die Resultate von Online-Marketing-Maßnahmen laufend beobachten und analysieren kannst. Neben einer umfassenden Einführung in die Grundlagen der Webanalyse stellen wir dir anschließend die verschiedenen Analyse-Ebenen und Berichtsarten von Google Analytics 4 (GA4) vor. Anhand vieler Praxisbeispiele lernst du dabei auch, wie du die Berichte nutzen kannst, um **Schwachstellen und Optimierungspotenziale** aufzuspüren. In einer mehrteiligen Abschlussarbeit wirst du 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 auf Basis von Serverlogs
- Die Rolle von Cookies in der Webanalyse
- Datenschutzkonformer Einsatz von Webanalysetools am Beispiel von Google Analytics 4 gemäß DSGVO
- Vorbereitende Maßnahmen für die Einrichtung und Implementierung von Webanalyse-Systemen
- Google Analytics 4 einrichten
- Einstieg in Google Analytics 4
- Der Echtzeitbericht von Google Analytics 4
- Der Bericht-Snapshot
- Der Akquisition-Bereich
- Eigenes Eventtracking einrichten
- Der Engagement-Bereich
- E-Commerce-Tracking am Beispiel von Google Analytics 4
- Der Monetarisierungs-Bereich
- Entwicklung eines Tracking-Konzepts
- Entwicklung eines Tracking-Implementierungs- oder -Fehlerbehebungsplans
- Anhang: Grundlagen von HTML, CSS und JavaScript

► Webanalyse via Google Tag Manager

Diese Class zeigt dir, wie du ein **Google Analytics 4**-Standardtracking und ein Eventtracking über den Google Tag Manager einrichten kannst. Du lernst die Benutzeroberfläche und Vorteile des Google Tag Manager kennen, was Tags, Trigger und Variablen in GTM sind, und wie du sie richtig konfigurierst. Ergänzt wird die Class um eine zusätzliche Lektion zum wichtigen Thema des Debuggings von GA4-Tracking. Dabei erhältst du 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. erreichst du durch die Erbringung von Studienleistungen in Theorie und Praxis.

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

Du absolvierst insgesamt vier **Theorieprüfungen** nach dem Multiple-Choice-Verfahren, die du beim [Europäischen Webmasterverband Webmasters Europe e. V.](#) online ablegst. Für die Teilnahme an diesen Prüfungen erhältst du 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 dich 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 dir die Lerninhalte des Fernstudiums in unserer **browserbasierten Online-Lernplattform** rund um die Uhr zur Verfügung. So kannst du in Ruhe zu beliebigen Tageszeiten, gemäß deines gebuchten Voll- oder Teilzeitmodells und von jedem Ort aus studieren. Eine Anwesenheitspflicht gibt es bei uns nicht. In unserem **Online-Campus** kannst du jederzeit die jeweils zuständigen Tutoren kontaktieren. Von ihnen erhältst du zeitnah fachlich und pädagogisch kompetente Unterstützung, z. B. wenn du Fragen hast oder Hilfe benötigst. Auf der Seite [Wie läuft ein Fernstudium bei uns ab?](#) erläutern wir dir im Detail, wie der Ablauf von der Buchung bis zur Abschlussprüfung bei uns ist.

Auf unserer Seite **Häufige Fragen** erfährst du, welche **Voraussetzungen** für die Teilnahme an unseren Weiterbildungen du grundsätzlich erfüllen solltest.

■ 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	24 Monate, 3 Wochen
10	12 Monate, 1 Woche
15	8 Monate, 1 Woche
20	6 Monate, 1 Woche
25	4 Monate, 4 Wochen
30	4 Monate
35	3 Monate, 2 Wochen
40	3 Monate

■ Kostenlose Verlängerung

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

■ Studiengebühr

Die Studiengebühr beträgt 6.125,00 €, 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



Robert von Heeren



Dr. Ulrike Walter



Stefan Wölfel

■ Förderung

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



► Förderung mit Bildungsgutschein (Agentur für Arbeit, Jobcenter)

Die Weiterbildung zum Online Marketing Manager ist unter der Maßnahmennummer 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 kontaktiere uns telefonisch für ein Beratungsgespräch. Über den weiteren Ablauf kannst du dich auf unserer Seite [Weiterbildung per Bildungsgutschein](#) informieren. Sobald uns alle Unterlagen vorliegen und überprüft sind, können wir den Bildungsvertrag mit dir abschließen und das Fernstudium für dich 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:

- 12.05.2025
- 10.06.2025
- 07.07.2025
- 04.08.2025
- 01.09.2025
- 29.09.2025

*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

