

## Content Marketing

**Lernbereich:** Online Marketing

**Kursdauer:** 4 Wochen (Vollzeit), 8 Wochen (Teilzeit)

**Relevanz:** Content Marketing liefert die Inhalte für sämtliche Marketingdisziplinen – somit dient es quasi als Motor des Online Marketings.

### Zielgruppe:

Egal, ob du als Quereinsteiger\*in ins Content Marketing starten willst, vorhandene Berufserfahrung im Marketingbereich auffrischen, oder theoretisches Wissen eines vorangegangenen Marketingabschlusses reaktivieren und vertiefen willst: mit diesem Kurs gelingt dir der spezialisierte Einstieg in den Online-Marketing-Teilbereich Content Marketing.



schneller Kursstart



individuelles Angebot



fachspezifische Tools



praktische Vertiefung



mit Zertifikat

### Sofortberatung:

**0800 – 376 55 37**

Montag – Freitag: 8 – 18 Uhr

### Kurzbeschreibung:

Du lernst, wie du im Rahmen einer Strategie den Markenkern, Ziele, Zielgruppe und passende Kanäle festsetzt. Auf dieser Basis erstellst du zielgruppen-gerechten Content für Websites, Social Media Kanäle

und sorgst dafür, dass du bei Google gefunden wirst. Du lernst den interdisziplinären Charakter von Content Marketing kennen und erfährst, wie du als wichtige Schnittstelle deinen Beitrag leisten kannst.

### Berufliche Perspektiven:

Die beruflichen Möglichkeiten, die dir nach deiner Weiterbildung offenstehen, sind vielfältig – und davon abhängig, in welchem Bereich du dich in Zukunft siehst. Es gibt das eher generalistische Berufsbild Content Marketing Manager\*in, aber auch spezifischere

Positionen wie beispielsweise Content Creator\*innen in Social Media sind möglich. Klar ist: So gut wie jedes Unternehmen hat eine Marketing-Abteilung, in der auch Profis für Content Marketing arbeiten. Aber auch die Arbeit in Werbeagenturen, Start-ups oder NGOs ist denkbar.

### Kursinhalte:

<b>Strategisches Content Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Content-Strategie: Aufbau und Argumente</li> <li>• Recherche &amp; Analyse: Quellen, Workshops und User Research</li> <li>• Unternehmensziele, Zielgruppe &amp; Marke</li> <li>• Strategie-Statement &amp; Audit</li> </ul>
<b>Content Planung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung nach Content-Funktion</li> <li>• Ideen finden &amp; Praxisbeispiel Coca-Cola</li> <li>• Content-Recycling</li> <li>• Schritte der Content Planung &amp; Redaktionsplan</li> <li>• Briefings, Guidelines &amp; Produktionsmodelle</li> <li>• Zeit- und Kostenkalkulation</li> <li>• Produktionsplan</li> <li>• (KI-)Tools &amp; Customer Experience</li> </ul>
<b>Content Management und Controlling</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Content-Prozess</li> <li>• Checkliste operatives Content Management</li> <li>• Content Management mit System</li> <li>• Strukturierung von Content und Tools</li> <li>• Herausforderungen, Kennzahlen, Controlling &amp; Monitoring</li> <li>• Content-Seeding, Influencer*innen &amp; Storytelling</li> </ul>
<b>Formate und Content Produktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contentformate, Textarten &amp; SEO-Relevanz</li> <li>• Webtexte und Contenterstellungprozess</li> <li>• Grafiken, Fotos &amp; Video-Content</li> <li>• SEO für Content-Produzent*innen</li> <li>• Marketingpsychologie mit Think Limbic</li> <li>• Limbic Map, Limbic Types und Markenpositionierung</li> </ul>

## Kontakt

### TELEFON

Kostenlose Hotline  
0800 37 655 37

### E-MAIL & WEB

contact@learning-digital.de  
www.learning-digital.de

### ADRESSE

Learning Digital GmbH  
Innere Hallerstraße 8a,  
90419 Nürnberg

### AMTSGERICHT

Nürnberg: HRB 38242  
Geschäftsführer: Lin Müller