

Social Media Spezialist*in

zert.one

Der Schweizer Abschluss
für Online Bildung



NUTZEN & ARBEITSGEBIET

Dein Nutzen

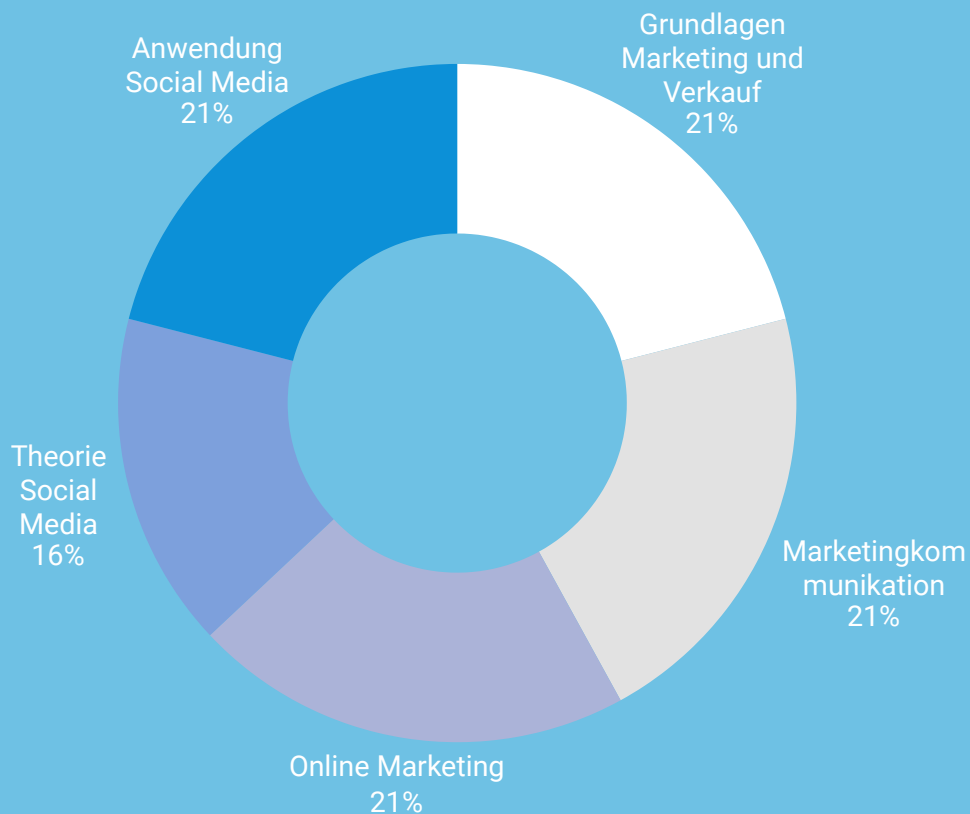
Die Ausbildung zur Social Media Spezialistin bzw. Social Media Spezialist vermittelt Dir die Grundlagen des online Marketings mit Fokus auf Social Media. Du bist in der Lage, in Deinem Berufsalltag Social Media Kanäle professionell zu bewirtschaften und Fachpersonen zu unterstützen. Mit der Ausbildung schaffst Du die Grundlage, um ins online Marketing einzusteigen.

Dein Arbeitsgebiet

Social Media Spezialistinnen und Social Media Spezialisten arbeiten vorwiegend in der Marketingabteilung von grösseren Unternehmen oder kümmern sich ums Digitale Marketing in kleineren Unternehmen.



PRÜFUNGSFÄCHER



Fächer

Social Media Spezialist*in zert.one basiert auf folgenden Fächern:

- Grundlagen Marketing und Verkauf
- Marketingkommunikation
- Online Marketing
- Theorie Social Media
- Anwendung Social Media

1 ABSCHLUSS

3 ERFOLGE



Fachkompetenz

Social Media Spezialist*in
zert.one zeigt, dass Du die
Anforderungen fachlich erfüllst.



Digitale Kompetenz

Social Media Spezialist*in
zert.one zeigt, dass Du mit
digitalen Medien umgehen
kannst.



Eigen- verantwortung

Social Media Spezialist*in
zert.one zeigt, dass Du
ausgeprägte
Eigenverantwortung mitbringst.

ANFORDERUNGEN

Auf den folgenden Seiten findest Du die Inhalte und Anforderungen für die Erlangung des Social Media Spezialist*in Diploms zert.one



GRUNDLAGEN MARKETING UND VERKAUF

Einführung ins Marketing

	Stufe
Definition von Marketing	Verstehen
Geschichte des Marketings	Verstehen
Kernaufgaben des Marketing	Verstehen
Berufe im Marketing	Kennen
SGF und SGE	Verstehen
Strukturmodell Markt als System	Verstehen
Marketingbegriffe	Verstehen
Marktkennzahlen	Verstehen

4P und 7P (Marketingmix)

Übersicht Marketingmix	Verstehen
4P oder 7P	Verstehen
Konkreter Marketingmix	Anwenden
Marketingmix nach Gütern	Verstehen

Marketingkonzept im Überblick

Übersicht zum Marketingkonzept	Verstehen
Analyse, Märkte, Teilmärkte und Segmente	Verstehen
Strategien, Marktbearbeitung und Massnahmenplan	Anwenden
Marketinginfrastruktur und Budget	Verstehen
Operatives Marketing und Kontrolle	Anwenden
Ergänzungen	Kennen

SWOT, BCG und Produktlebenszyklus

Übersicht zur Situationsanalyse	Verstehen
SWOT Analyse	Anwenden
SWOT Matrix	Verstehen
BCG Matrix	Verstehen
Produktlebenszyklus	Verstehen

Ziele und Zielgruppen

Übersicht Ziele und Zielgruppen	Verstehen
Quantitative und qualitative Ziele	Verstehen
SMART Ziele	Anwenden
B2C Zielgruppen	Verstehen
B2B Zielgruppen	Verstehen
Sinus Milieus und Typologien	Verstehen
Typologie nach Generationen	Verstehen

Strategien und Marktbearbeitung

Einführung Strategien und Marktbearbeitung	Verstehen
Ansoff Matrix	Verstehen
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Einleitung	Verstehen
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Konkurrenzstrategie	Anwenden
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Teilmarktentwicklungsstrategie	Verstehen
Wettbewerbsstrategien nach Kühn: Marktentwicklungsstrategie	Verstehen
Positionierung	Anwenden
Absatzkanal	Anwenden
Multi-, Cross- und Omni-Channel	Verstehen

Massnahmenpläne und Kontrolle

Übersicht Massnahmenpläne und Kontrolle	Verstehen
Standard Dominanz Modell	Verstehen
Produkteebenen	Verstehen
Grobmassnahmenplan	Anwenden
Marketingbudget	Anwenden

Verpackung und Sortiment

Übersicht Produktpolitik	Verstehen
Design, Verpackung und Service	Anwenden
Dienstleistungen	Verstehen
Nutzenhierarchie	Verstehen
Verpackung als Gesamtpaket	Anwenden
Sortiment	Verstehen

Preis

Übersicht Preispolitik	Verstehen
4K Modell	Verstehen
Festpreisstrategien	Anwenden
Dynamische Preisstrategien	Anwenden
Preiswettbewerbsstrategie	Verstehen
Preisdifferenzierung	Verstehen
Kalkulation Grundlagen	Verstehen
Kalkulationsschema Industrie	Anwenden
Kalkulationsschema Handel	Anwenden
Beispiel Kalkulation	Anwenden

MARKETING-KOMMUNIKATION

Einführung in die Marketingkommunikation

	Stufe
Grundlagen	Verstehe
Unternehmenskommunikation	Anwenden
Marketing Kommunikation	Anwenden
Instrumente der Kommunikation	Anwenden
Das AIDA-Modell	Verstehen
Das Kommunikationsmodell	Verstehen
CRM	Anwenden
Rechtliche Grundlagen	Verstehen

Integrierte Kommunikation

Definition der integrierten Kommunikation	Verstehen
Gründe für Integrierte Kommunikation in Unternehmen	Verstehen
Übersicht zur integrierten Kommunikation	Verstehen
Strategiepapier	Anwenden
Konzeptpapier	Anwenden
Organisationspapier und Kontrolle	Anwenden
Barrieren und Beispiel	Verstehen

Werbung

Definition und Geschichte
Zweck sowie Vor- und Nachteile
Instrumente der Werbung
Zusammenarbeit mit Agenturen
Copy Plattform
Media Plattform
Werbe Plattform
Berufe in der Werbung

Verstehen
Verstehen
Anwenden
Anwenden
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Kennen

Brand & Storytelling

Übersicht Storytelling & Brand
Einführung Brand
Brand Story
Hero Story
Brand Soul
Brand Design
Dramaturgie

Verstehen
Verstehen
Anwenden
Anwenden
Verstehen
Anwenden
Verstehen

ONLINE MARKETING

Theorie Teil 1

Einführung Online Marketing
Typische Stellen
Definition von Online Marketing
Überblick
Einige zentrale Begriffe
Veränderung in der Kommunikation
Nützlicher Content
Informationsmenge und -relevanz
Sender und Empfänger
Push und Pull Relation
Kaufabsichten und Keywords
Conversion (Rate)
Funnel Modell
AIDA im digitalen Kontext

Stufe

Verstehen
Kennen
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Anwenden
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Anwenden
Anwenden
Verstehen
Verstehen

Theorie Teil 2

Mobile Marketing
Mobile Advertising
Beispiele Mobile Marketing
Tätigkeiten im Internet
Suchmaschinen
Digitale Kommunikation
Bannerwerbung
Programmatic Advertising
Marktplatz- und Bidding-Verfahren
Native Marketing und Advertising
Rechtliche Aspekte
Datenschutz
Unerkannt surfen
Ad-Blocker, Cookies und Co

Verstehen
Anwenden
Anwenden
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Anwenden
Verstehen
Anwenden
Verstehen
Verstehen
Verstehen
Verstehen

Anwendung

Funktionsweise einer Suchmaschine	Verstehen
SEM	Verstehen
SEO	Anwenden
SEA	Anwenden
Arbeiten mit Google Ads	Anwenden
Arbeiten mit Google Analytics	Anwenden
Arbeiten mit E-Mail & Newsletter	Anwenden
Arbeiten mit der Webseite und dem Webshop	Anwenden
Bauen einer Landingpage	Anwenden
11 häufige Fehler auf Landingpages	Verstehen
Planung, Aufbau und Umsetzung digitaler Kampagnen	Anwenden
Briefing & Zusammenarbeit	Verstehen
Aktives Kontrollieren	Anwenden
Grundlegende Kennzahlen & KPI	Verstehen
Informationsquellen	Verstehen

THEORIE SOCIAL MEDIA

Mobile Business

	Stufe
Überblick Mobile Business	Verstehen
Mobile Marketing	Anwenden
Mobile First	Verstehen
Apps	Anwenden
Mobile Optimierung	Anwenden
User- oder Nutzer-Signale	Verstehen
Google Bedarfs-Momente oder Micro-Momente	Verstehen
Usability	Anwenden
Unterschiede	Verstehen
Mobile-Konzept	Anwenden
Location-Based-Marketing	Anwenden
Customer Centricity	Verstehen

Mobile Business: Digital Branding, E-Mail-Marketing & Übungen

Digital Branding	Verstehen
E-Mail & Newsletter Marketing	Anwenden
Permission Marketing	Verstehen
Automation	Anwenden
Mini Case: Mobile Business	Anwenden

Social Media: Grundlagen

Einführung zu Social Media	Verstehen
Employer Branding und Personal Branding	Anwenden
Struktur von Social Media	Verstehen
Wirkung und Nebenwirkungen	Verstehen
Funktionsweise von Social Media	Verstehen
Plattformen und Kanäle	Anwenden
Hashtags und Keywords	Anwenden
Social Media in der Customer Journey	Anwenden
Viralität	Verstehen
Influencer	Anwenden
Risikomanagement	Verstehen
Recht in Social Media	Verstehen
Bedeutung bewegter Bilder	Verstehen
Videoproduktion	Anwenden
Wirkungsvolle Videos	Anwenden

ANWENDUNG SOCIAL MEDIA

Social Media & weitere Aspekte: Umsetzung & Übungen

Ein soziales Medium aufbauen

Konzept und Planung

Online Werbung

Krisen

Programmatic Advertising

Marktplatz und Auktion

Native Marketing

Mini Case: Social Media

Stufe

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Verstehen

Anwenden

Verstehen

Anwenden

Anwenden

Texte

Sprache & Wording

Formate & Anwendungen

Tools & Templates

Verstehen

Anwenden

Anwenden

Daten & Formate

Aufnahmeformat

Bild

Video

Photo

Grafik

Audio

Quellen & Tools

Verstehen

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Anwenden

Verstehen



zert.one