

Content Marketing

Modulcode: DLBOMCM

| | | | | |
|----------------------------------|--|---------------------|--------------------|---|
| Modultyp s. Curriculum | Zugangsvoraussetzungen keine | Niveau BA | ECTS n/a | Zeitaufwand Studierende 150 h |
|----------------------------------|--|---------------------|--------------------|---|

| | | | |
|----------------------------------|---|--|---|
| Semester s. Curriculum | Dauer Minimaldauer: 1 Semester | Regulär angeboten im WiSe/SoSe | Kurs- und Prüfungssprache Deutsch |
|----------------------------------|---|--|---|

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Lisa-Charlotte Wolter (Content Marketing)

Kurse im Modul

- Content Marketing (DLBOMCM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Content Marketing
- Content Marketing Strategien
- Operatives Content Marketing
- Content Controlling
- Content Produktion

Qualifikationsziele des Moduls**Content Marketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Bedeutung von Content Marketing zu verstehen und Content-Marketing in den Marketingmix des Unternehmens zu integrieren.
- eine Content-Marketing-Strategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.
- passgenaue Ansprachen über die richtigen Kanäle mit den passenden Inhalten für die Zielgruppen zu erarbeiten.
- die Content-Planung effizient zu organisieren, Akteure zu gewinnen und die Ressourcen richtig einzusetzen.
- den richtigen Mix unterschiedlicher Inhalte zu produzieren und Inhalte entlang der Customer Journey bereitzustellen.
- Effektivität der Maßnahmen zu messen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing

Content Marketing

Kurscode: DLBOMCM01

| Niveau | Kurs- und Prüfungssprache | SWS | ECTS | Zugangsvoraussetzungen |
|--------|---------------------------|-----|------|------------------------|
| BA | Deutsch | | n/a | keine |

Beschreibung des Kurses

Sowohl Konsumenten wie auch B2B-Entscheider werden mit einer Fülle an Informationen überflutet. Ergebnis ist die messbare Ermüdung gegenüber Pushwerbung – die Klickraten klassischer Banner liegen bereits unter 0,10%. Demgegenüber stehen zahlreiche Beispiele von Unternehmen mit erfolgreichen Content Marketing Strategien: Laut Forrester Insights konnten 57% der Unternehmen, die Content Marketing nutzen, einen signifikanten Anstieg des Umsatzes verzeichnen. Studien von Nielsen unterstreichen dabei die Bedeutung relevanter Inhalte: 85% der Konsumenten suchen vor dem Kauf gezielt nach beratenden Inhalten aus zuverlässigen Quellen. Aus diesem Grund setzen immer mehr Unternehmen auf vertrauenswürdige Inhalte für den Konsumenten und nutzen Content Marketing gezielt zur Erhöhung des ROI gegenüber klassischen Kampagnen. Der Erfolg von Content Marketing stellt sich jedoch nicht automatisch durch das planlose Bereitstellen zusätzlicher Inhalte ein. Ein höherer Return on Invest lässt sich nur durch eine zielgruppengerechte Content Strategie und eine planvolle Content-Produktion realisieren. In diesem Kurs lernen die Studierenden allgemeine Behauptungen von erzählenswerten Inhalten zu unterscheiden. Im Fokus stehen dabei besonders die Strategieentwicklung, sowie Produktion und Erfolgsmessung von Inhalten mit Mehrwert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Bedeutung von Content Marketing zu verstehen und Content-Marketing in den Marketingmix des Unternehmens zu integrieren.
- eine Content-Marketing-Strategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.
- passgenaue Ansprachen über die richtigen Kanäle mit den passenden Inhalten für die Zielgruppen zu erarbeiten.
- die Content-Planung effizient zu organisieren, Akteure zu gewinnen und die Ressourcen richtig einzusetzen.
- den richtigen Mix unterschiedlicher Inhalte zu produzieren und Inhalte entlang der Customer Journey bereitzustellen.
- Effektivität der Maßnahmen zu messen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Content Marketing
 - 1.1 Definition und Einordnung
 - 1.2 Digitaler Wandel und Entwicklung des Content Marketing
 - 1.3 Content Marketing und Suchmaschinenoptimierung
2. Content-Marketing-Strategien
 - 2.1 Grundlagen zur Entwicklung einer Strategie
 - 2.2 Analysen im Content Marketing
 - 2.3 Crossmediale Kampagnen
 - 2.4 Storytelling
3. Operatives Content Marketing
 - 3.1 Content-Marketing-Prozess und Organisation
 - 3.2 Content-Audit
 - 3.3 Content-Planung
 - 3.4 Content-Produktion
 - 3.5 Content-Distribution
 - 3.6 Rechtliche Aspekte
 - 3.7 Content Marketing und Suchmaschinen
4. Content Controlling
 - 4.1 Messgrößen (KPIs), Tracking und Ziele
 - 4.2 Marketing-Automation
 - 4.3 Tools für Content Marketing und Automation
5. Content-Produktion
 - 5.1 Einführung
 - 5.2 Erfolgsfaktoren
 - 5.3 Inhaltliche Aspekte
 - 5.4 Suchmaschinenoptimierung
 - 5.5 E-Commerce: Produkttexte
 - 5.6 Social Media: Online-PR
 - 5.7 Texter-Tools

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Grunert, G (2019). Methodisches Content Marketing. Springer Gabler.
- Heinrich, S. (2020). Content Marketing: So finden die besten Kunden zu Ihnen (2. Aufl.). Springer Gabler.
- Hilker, C. S. (2017). Content Marketing in der Praxis. Springer Gabler.
- Löffler, M. & Michl, I. (2020). Think Content. Rheinwerk.
- Schlömer, B. & Schlömer, T. (2021). Inbound. Rheinwerk.

Studienformat Fernstudium

| | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| Studienform Fernstudium | Kursart Online-Vorlesung |
|-----------------------------------|------------------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

Studienformat Kombistudium

| | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| Studienform Kombistudium | Kursart Vorlesung |
|------------------------------------|-----------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |