

WP Facebook Advertising (Katalog OM)

Dozent: Jannik Bork

Inhalt

Voraussetzungen

Für das Elective „Facebook Advertising“ werden keine verpflichtenden Voraussetzungen benötigt. Hilfreiche Kenntnisse sind:

- Schlüsselkennzahlen im Online-Marketing (KPIs)
- Erfahrungen mit Online-Monitoring (bspws. Dashboards)
- Struktur einer Online-Marketing-Kampagne
- Benutzeroberfläche von Facebook
- Erste Erfahrungen mit Online Advertising

Die hilfreichen Kenntnisse werden im Rahmen des Kurses angeschnitten. Wer bereits Vorkenntnisse mit Online-Marketing-Kampagnen besitzt, kann von einem schnelleren Einstieg in die Thematik profitieren.

Leistungsnachweis

- (Virtuelle) Präsentation des Kundenprojekts (50 %)
- Portfolio als Dokumentation des Kundenprojekts (50 %)

Lerninhalte

In der heutigen Zeit sind Daten das neue Gold. Personen konsumieren crossmedial Inhalte – unabhängig von Ort und Zeit, wodurch zahlreiche Daten im Internet entstehen. Es bieten sich daher große Chancen für Werbetreibende, die eigene Zielgruppe im richtigen Moment zu erreichen. Doch niemand ist auf Facebook, um direkt Produkte zu kaufen. Werbeanzeigen funktionieren nur, wenn diese exakt auf die aktuellen Bedürfnisse des Rezipienten abgestimmt sind. Ziel dabei ist, die Customer Journey der Zielgruppe zu verstehen, zu analysieren und daraus Rückschlüsse für die Kampagnenplanung abzuleiten. „Facebook Advertising“ ist ein Elective für alle Studierenden, die etwas über die Planung einer Facebook Kampagne erfahren möchten. Der Kurs ist auf 3 Termine geteilt: Zum Auftakt werden die wichtigsten Grundkenntnisse erläutert und ein theoretischer Rahmen für die Kampagnenplanung geschaffen. Im Anschluss werden die Studierenden in Gruppen eingeteilt, die als fiktive Werbeagenturen agieren – mit einer Expertenrolle für jeden Mitarbeitenden. Dabei bekommt jede kleine Agentur einen fiktiven Kundenauftrag zugeteilt, der im Rahmen des Kurses bearbeitet wird. Am letzten Termin stellen die Agenturen ihre Kundenarbeit als Präsentation vor. Die Lernenden sind nach dem Kurs in der Lage, ein passendes Setup für eine Facebook-Kampagne zu entwickeln.

Der Kurs beinhaltet folgende Themen:

- Einführung in den Business Manager
- Verwaltung von Facebook-Seiten – Verfassen einer Copy
- Auswahl und Gestaltung eines Visuals
- Konzeption einer Ads-Strategie

- Kampagnen-Setup
- Conversion Funnel
- Werbeziele richtig wählen
- Media-Zielgruppenerstellung – Auktionssystem verstehen
- Dark Ads sinnvoll nutzen
- Multivariate Tests
- Schlüsselkennzahlen (KPI) lesen
- Facebook Pixel verstehen
- Best Practices

Für das Elective „Facebook Advertising“ werden keine verpflichtenden Voraussetzungen benötigt. Hilfreiche Kenntnisse sind:

- Schlüsselkennzahlen im Online-Marketing (KPIs)
- Erfahrungen mit Online-Monitoring (bspws. Dashboards)
- Struktur einer Online-Marketing-Kampagne
- Benutzeroberfläche von Facebook
- Erste Erfahrungen mit Online Advertising

Die hilfreichen Kenntnisse werden im Rahmen des Kurses angeschnitten. Wer bereits Vorkenntnisse mit Online-Marketing-Kampagnen besitzt, kann von einem schnelleren Einstieg in die Thematik profitieren.

Literatur

Für das schnelllebige Thema Facebook Advertising gibt es keine adäquate Fachliteratur. Als Vertiefung der Inhalte empfehle ich aktuelle Expertenblogs:

Florian Litterst: www.adsventure.de

Thomas Hutter: www.thomashutter.com