

Veranstaltungsname
Strategisches Content Marketing

Dozent: Dr. Stephan Tiersch
E-mail: stiersch@kresse-discher.de
Sprechstunde: nach Vereinbarung per e-mail

Lehrmaterial:

- <https://scompler.com/blog-zum-strategischen-content-marketing/>
- <https://www.kopp-online-marketing.de/blog>
- <https://www.toushenne.de/>
- <https://kresse-discher.de/blog/>
- Powerpoint-Präsentationen, Handouts

Lehrinhalte:

Teil 1: Einführung in das Strategische Content Marketing

1. Unterschiede zur klassischen Marketing- und Unternehmenskommunikation
2. Das Strategie-Framework als Basis
3. Transformation von der Silo- zur Kommunikationsorganisation

Teil 2: Die Content-Marketing-Strategie

1. Ziele und Conversions
2. Zielgruppen und Personas
3. Marke und Mission
4. Core Story und Themenfelder

Teil 3: Die Infrastruktur

1. Kanalarchitektur und Content-Formate
2. Teams und Prozesse

Teil 4: Operatives Content Marketing

1. Customer Journey und Themenplanung
2. Content Distribution
3. Performance Management
4. Social Media und Communities

Lernziele:

Die Teilnehmer...

- verstehen den Sinn und Zweck von Strategischem Content Marketing.
- sind grundsätzlich in der Lage, eine einfache Content-Marketing-Strategie zu erstellen.
- wissen, worauf sie bei der operativen Umsetzung einer Content-Marketing-Strategie achten müssen.
- können Content-Marketing-Maßnahmen bzgl. ihres Nutzens bewerten.
- verstehen die Zusammenhänge in komplexen Kommunikationsprojekten.

Kurzpräsentation:

Jeder Studierende hält eine Kurzpräsentation (20 Minuten) mit den Kernaussagen des vorangegangenen Lehrmoduls und erläutert diese mit eigenen Beispielen.

Klausur:

Am Ende der Veranstaltung wird eine Klausur geschrieben (90 Minuten), relevant sind die in der Vorlesung vermittelten Inhalte.

Zusammensetzung der Endnote:

Klausur: 70 %

Präsentation: 30 %