

Rollenbeschreibung „Certified E-Commerce & Social Media Expert „CESE“	
<b>Ziele</b>	Sowohl die rasche technologische Entwicklung als auch die damit verbundene Technik und neue Geschäftsmodelle in der Werbewirtschaft ergeben einen umfangreichen und interessanten Themenmix, der eine permanente Weiterbildung auf dem Gebiet des Werbewesens erfordert. Ziel der Zertifizierung ist es, das hohe Niveau zertifizierter Personen, insbesondere aus dem Bereich der Werbewirtschaft mit Konzentration auf den Bereich „E-Commerce und Social Media“, entsprechend dem Programm KMU-Digital abzubilden.
<b>Aufgaben / Verantwortlichkeiten</b>	Experten im Bereich E-Commerce & Social Media besitzen umfassendes Wissen im Bereich der neuen Medien. Sie sind in der Lage Marketingmaßnahmen in Abstimmung mit ihren Kunden in soziale Medien zu konzipieren, zu planen und zu beauftragen. Ferner führen sie eine Erfolgskontrolle durch. Diese Medien in denen sie tätig sind umfassen neben sozialen Netzwerken auch Videoplattformen und Bilderplattformen.

## 1.1 QUALIFIKATIONSBEREICHE UND KOMPETENZFELDER

Die in nachfolgender Tabelle angeführten Qualifikationsbereiche und Kompetenzfelder geben einen Überblick über die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen des „CESE“.

Kompetenzfeld	Qualifikationsbereiche Kenntnisse - Fertigkeiten - Kompetenzen
<b>Fachkompetenz/ Kontextkompetenz/ Sozialkompetenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschreibung der Denkweise und die Aufgaben des „neuen“ Marketings in Relation zu „traditionellem“ Marketingmaßnahmen</li> <li>• Kenntnisse der Begriffe aus der Online-Vermarktung</li> <li>• Kenntnis der Marktforschung</li> <li>• Kenntnis der Instrumente der Marketingerfolgskontrolle (Statistiktools)</li> <li>• Kenntnis von Maßnahmen zur Steigerung der Werbeeffizienz</li> <li>• Erkennen des Unterschiedes von Marketingmaßnahmen für B2C bzw. B2B in den digitalen Medien</li> <li>• Kennen von strategischen Analyseinstrumenten zur Medienauswahl</li> </ul>

- Treffen von preispolitischen Entscheidungen in der Medienauswahl
- Aufbau einer Firmen Corporate Identity unter Nutzung der neuen Medien
- Formulierung von Marketingzielen für das Internet
- Kenntnis der Werbepsychologie (Wahrnehmungsbarrieren, Lernpsychologie, Farbenlehre, Textgestaltung)
- Definition von Kommunikationszielgruppen
- Definition eines Kommunikationsmix unter Berücksichtigung der sozialen Medien
- Erarbeitung des optimalen Media-Mixes unter Berücksichtigung der sozialen Medien
- Kenntnis des Einsatzes von IT-Systemen am POS
- Kenntnis des Unterschiedes von klassischen Werbeagenturen zu Internetagenturen
- Kenntnis und Anwendung von DTP-Programmen, von objektorientierten Grafik-Programmen, pixelorientierten und vektororientierten Programmen
- Kenntnisse von HTML, Meta-Tags und Robots
- Kenntnis über interaktive Medien und des Internets
- Beschreibung der wesentlichen Unterschiede zwischen On- und Offline-Werbung
- Wesentliche Inhalte einer Website (aus Marketingsicht) aufzuzählen und begründen
- Rechtliche Grundlagen der Werbung in den sozialen Medien
- Wissen um E-Commerce Gütezeichen und -Siegel