

Digitalisierungsmanager

Titel	Unterrichtseinheiten
<p>Modul 1 – Marktblick, Research und Konkurrenzanalyse</p> <p>1.1 Marktanalyse-Methoden 1.2 Zielgruppenanalyse 1.3 Wettbewerbsanalyse 1.4 Trendforschung und Prognosen</p>	<p>120 UE</p> <p>30 UE 50 UE 20 UE 20 UE</p>
<p>Modul 2 – Digitale Marketing-Arten und Kanäle: Content-, Social-Media und Performance-Marketing</p> <p>2.1 Content-Erstellung und -Management 2.2 Social-Media-Plattformen und -Strategien 2.3 Performance-Marketing-Kanäle und -Tools</p>	<p>120 UE</p> <p>80 UE 20 UE 20 UE</p>
<p>Modul 3 – Acquisition, Persona und Bestandsaufnahme</p> <p>3.1 Kundenakquise-Strategien 3.2 Persona-Entwicklung und -Anwendung 3.3 Marketing Strategieentwicklung</p>	<p>120 UE</p> <p>20 UE 60 UE 40 UE</p>
<p>Modul 4 – Digitale Konten KI Plattformen und KI-Wissensdatenbanken</p> <p>4.1 Einführung in KI-Plattformen 4.2 Nutzung von KI für Marketingzwecke 4.3 KI-Wissensdatenbanken und ihre Anwendung</p>	<p>120 UE</p> <p>80 UE 20 UE 20 UE</p>
<p>Modul 5 – Strategieentwicklung, Funnel-Visualisierung und KPIs</p> <p>5.1 Strategieentwicklung und -planung 5.2 Funnel-Visualisierung und -Optimierung 5.3 KPI-Definition und -Messung 5.4 Performance-Analyse und -Optimierung</p>	<p>120 UE</p> <p>20 UE 50 UE 20 UE 30 UE</p>
<p>Modul 6 – Digitalisierung mit Prozessen und Systemen</p> <p>6.1 Prozess-Digitalisierung und -automatisierung 6.2 Auswahl/Implementierung digitaler Systeme 6.3 Integration von digitalen Tools und Plattformen 6.4 Workflow-Optimierung und -Management</p>	<p>120 UE</p> <p>30 UE 30 UE 30 UE 30 UE</p>

Modul 7 – Copywriting	120 UE
7.1 Grundlagen des Copywritings	40 UE
7.2 Zielgruppenorientierte Textgestaltung	30 UE
7.3 Storytelling und Emotionalisierung	40 UE
7.4 SEO-optimiertes Schreiben	10 UE
Modul 8 – Statische Creatives	120 UE
8.1 Design-Grundlagen für statische Creatives	30 UE
8.2 Bildauswahl und -bearbeitung	30 UE
8.3 Text-Grafik-Balance und Layout-Gestaltung	30 UE
8.4 Branding und Konsistenz in Creatives	30 UE
Modul 9 – Werbevideos, Filme und Reels	120 UE
9.1 Videoproduktion: Planung und Drehbuch	40 UE
9.2 Videoaufnahme und -bearbeitung	50 UE
9.3 Einsatz von visuellen Effekten und Animationen	10 UE
9.4 Kurzformate, Reels und Edits	20 UE
Modul 10 – Tracking und DSGVO	120 UE
10.1 Tracking-Tools und -Technologien	35 UE
10.2 DSGVO und Compliance	5 UE
10.3 Datensicherheit und -management	40 UE
10.4 Tracking-Analyse und -Optimierung	40 UE
Modul 11 – Campaign-Setup und Metrics	120 UE
11.1 Kampagnen-Setup und -Strukturierung	50 UE
11.2 Auswahl von Kampagnen-Metriken	30 UE
11.3 Monitoring und Reporting von Kampagnen	30 UE
11.4 Interpretation/ Anpassung von Metrics	10 UE
Modul 12 – Launch, Reporting und Media-Buying Routine	120 UE
12.1 Produktlaunch-Strategien und -Planung	40 UE
12.2 Reporting-Tools und -Techniken	30 UE
12.3 Media-Buying-Strategien	50 UE
Modul 13 – Ad-Analytics und Auswertung	120 UE
13.1 Ad-Analysemethoden und -Tools	30 UE
13.2 Interpretation von Werbeanzeigen-Daten	30 UE

13.3 Zielgruppenverhalten und -segmentierung 13.4 Optimierung von Anzeigenkampagnen basierend auf Analyseergebnissen	30 UE 30 UE
Modul 14 – A/B Testing und Optimierung 14.1 Grundlagen des A/B-Testings 14.2 Dateninterpretation und -analyse 14.3 Kontinuierliche Optimierung von Marketingstrategien	120 UE 40 UE 30 UE 50 UE
Modul 15 – Advanced Strategies 15.1 Retargeting 15.2 Multichannel- und Omnichannel-Marketingstrategien 15.3 Krisenmanagement und Reputationsmanagement im digitalen Bereich	120 UE 60 UE 50 UE 10 UE
Modul 16 – (KI)-Automation, Workflows und Systematisierung von Unternehmensprozessen 16.1 Automatisierung von Marketingprozessen mit KI 16.2 Workflow-Optimierung durch Automatisierung 16.3 Integration von KI-Tools und -Plattformen 16.4 Skalierung von Automatisierungslösungen für Unternehmensprozesse	120 UE 20 UE 20 UE 40 UE 40 UE
Modul 17 – Digitale Tools, Management und Delegation 17.1 Auswahl/Implementierung von digitalen Tools 17.2 Projektmanagement in digitalen Umgebungen 17.3 Delegations-Strategien und -techniken 17.4 Effektive Zusammenarbeit und Kommunikation in digitalen Teams	120 UE 15 UE 35 UE 30 UE 40 UE
Modul 18 – Process-Mining: Digitalisierung der Arbeitsprozesse mit PandaDoc, Drive, Workspace und Co. 18.1 Analyse und Optimierung von Arbeitsprozessen 18.2 Einführung und Nutzung von PandaDoc 18.3 Integration von Google Drive und Workspace 18.4 Prozessautomatisierung mit verschiedenen digitalen Tools	120 UE 50 UE 5 UE 10 UE 55 UE

Modul 19 – Recap, Evaluierungen und KPI-Monitoring + Analytics	120 UE
19.1 Zusammenfassung und Reflexion vergangener Aktivitäten	30 UE
19.2 Evaluierung von Kampagnen und Strategien	30 UE
19.3 Monitoring von KPIs und Performance-Daten	30 UE
19.4 Fortgeschrittene Analysemethoden und -techniken für datengetriebene Entscheidungen	30 UE
Modul 20 – Skalierung der Digitalisierung: Marketing- und Operations	120 U
20.1 Strategien zur Marketing-Skalierung	30 UE
20.2 Operations-Management in digitalen Umgebungen	30 UE
20.3 Ressourcenallokation und -optimierung für Wachstum	30 UE
20.4 Risikomanagement und Kontinuitätsplanung für das digitalisierte Unternehmen	30 UE
Gesamt	2400 UE