

Modul 1: Grundlagen des Marketings für KMU	100
Einführung in Marketing: Definition, Ziele und Aufgaben	
Zielgruppenanalyse und Marktsegmentierung	
Wettbewerbsanalyse und Positionierung	
Entwicklung eines Marketingplans	
Unterschiede zwischen traditionellem und digitalem Marketing	
Modul 2: Content-Marketing & Storytelling	100
Grundlagen des Content-Marketings	
Entwicklung einer Content-Strategie für KMU	
Erstellung von Text-, Bild-, und Videoinhalten	
Storytelling als Marketinginstrument	
Best Practices für erfolgreiche Content-Kampagnen	
Modul 3: Suchmaschinenoptimierung (SEO) & Website-Marketing	100
Einführung in SEO und Keyword-Recherche	
On-Page-Optimierung (Meta-Tags, Struktur, Ladezeiten)	
Off-Page-Optimierung und Linkbuilding	
Lokale SEO für KMU	
Nutzung von Analyse-Tools für SEO-Optimierung	
Modul 4: Social Media Grundlagen & Plattformstrategien	100
Überblick über Social Media-Kanäle (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter)	
Auswahl der passenden Plattformen für KMU	
Entwicklung einer Social Media-Strategie	
Plattformgerechte Content-Erstellung	
Trends und aktuelle Entwicklungen in Social Media	
Modul 5: Redaktionsplanung & Community-Management	100
Erstellung eines Social Media-Redaktionsplans	
Timing und Frequenz von Beiträgen	
Aufbau und Pflege einer Community	
Interaktion mit Followern und Kunden	
Krisenmanagement und Umgang mit negativem Feedback	
Modul 6: Werbeanzeigen & Social Media Advertising	100
Einführung in bezahlte Werbung auf Social Media	
Targeting- und Retargeting-Strategien	
Erstellung und Optimierung von Werbeanzeigen	
Budgetierung und Performance-Tracking	
Facebook Ads, Instagram Ads und Google Ads im Vergleich	
Modul 7: Influencer-Marketing & Kooperationen	100
Auswahl von Influencern und Markenbotschaftern	
Vertragsgestaltung und Zusammenarbeit mit Influencern	

Planung und Durchführung von Influencer-Kampagnen	
Erfolgsmessung und Analyse von Influencer-Marketing	
Risiken und rechtliche Aspekte von Influencer-Kooperationen	
Modul 8: Digitale Tools & Automatisierung im Marketing	100
Einführung in Social Media Management-Tools (Hootsuite, Buffer, Canva)	
Nutzung von Google Analytics und Meta Business Suite	
Automatisierung von Social Media-Prozessen	
Einsatz von Chatbots und KI im Marketing	
Erfolgskontrolle durch digitale Analyse-Tools	
Modul 9: Kampagnenmanagement & Performance-Marketing	100
Planung und Umsetzung erfolgreicher Kampagnen	
Zielsetzung und KPIs für Kampagnen definieren	
A/B-Testing und Conversion-Optimierung	
Datengetriebene Entscheidungen im Performance-Marketing	
Case Studies erfolgreicher Kampagnen in KMU	
Modul 10: Markenbildung & Kundenbindung durch Social Media	100
Entwicklung einer starken Markenidentität	
Authentizität und Konsistenz im Online-Auftritt	
Social Media als Tool für Kundenbindung	
Community-Pflege und langfristige Interaktionsstrategien	
Kundenfeedback als Instrument zur Markenstärkung	
Modul 11: Erfolgsmessung & Datenanalyse im digitalen Marketing	100
Einführung in Key Performance Indicators (KPIs)	
Methoden zur Erfolgsmessung von Social Media-Kampagnen	
Analyse von Reichweite, Engagement und Conversion-Rates	
Erstellung von Marketing-Reports	
Optimierungsmöglichkeiten durch datenbasierte Entscheidungen	
Modul 12: Praxisprojekt & Abschlussarbeit	100
Entwicklung einer individuellen Marketing- und Social Media-Strategie	
Umsetzung einer realen Kampagne für ein fiktives oder echtes Unternehmen	
Präsentation und Bewertung der Projekte	
Peer-Review und Feedback-Runde	
Zusammenfassung und Ausblick auf zukünftige Entwicklungen im Marketing	
Summe UE	1200