

Lehrplan_Digitales Marketing für den Handel			Maßnahmennummer:	647/145/24
Modul	Untermodul	Inhalte	Unterrichtseinheiten (UE)	
Grundlagen des digitalen Marketings	Einführung in das digitale Marketing	Definition und Bedeutung des digitalen Marketings, Entwicklung und aktuelle Trends	8	
Grundlagen des digitalen Marketings	Überblick über E-Commerce-Plattformen	Amazon, Otto, Kaufland, eigener Shop	24	
Grundlagen des digitalen Marketings	Marketingstrategien und -kanäle	Verschiedene Marketingkanäle (SEO, SEA, Social Media, Content Marketing, E-Mail-Marketing)	28	
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	Grundlagen der SEO	Einführung in SEO, Bedeutung von SEO, wichtige Begriffe	16	
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	On-Page und Off-Page-Optimierung	Technische SEO, Inhaltliche SEO, Backlinks, interne Verlinkung	24	
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	Keyword-Recherche und -Analyse	Methoden der Keyword-Recherche, Tools zur Analyse, Wettbewerbsanalyse	24	
Suchmaschinenoptimierung (SEO)	Tools und Techniken zur SEO-Optimierung	SEO-Tools (Google Search Console, Ahrefs, SEMrush), technische Analyse	16	
Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Grundlagen des Marktplatzmarketings	Definition und Bedeutung, Unterschiede zwischen eigenen Shops und Marktplätzen	8	
Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Überblick über Amazon-Marketing	Plattformstruktur und Funktionen, Produkteinstellungen, Werbeformate	16	
Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Marketing auf Otto und Kaufland	Plattformübersicht, Anforderungen und Richtlinien, Produktlistung und Optimierung	16	
Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Keyword-Recherche und -Analyse	Grundlagen der Keyword-Recherche, Werkzeuge, Analyse und Auswahl	16	
Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Tools und Techniken zur Optimierung	SEO-Tools für Marktplätze, technische Analyse, Content-Optimierungstools, Marketing-Techniken	24	
Marktplatz-Werbung (SEA)	Einführung in Marktplatz-Werbung	Grundlagen der Marktplatz-Werbung, wichtige Plattformen	8	
Marktplatz-Werbung (SEA)	Erstellung und Verwaltung von Amazon Ads-Kampagnen	Kampagnenerstellung, Anzeigenformate, Budgetierung, erweiterte Kampagnen-Features	24	
Marktplatz-Werbung (SEA)	Optimierung von Werbekampagnen	Anzeigenoptimierung, Landing Pages, Targeting-Strategien	24	
Marktplatz-Werbung (SEA)	Analyse und Reporting	KPI-Definition und -Messung, Berichterstellung, Dateninterpretation	24	
Marketing auf weiteren E-Commerce-Plattformen	Grundlagen und Strategien für Marktplätze	Bedeutung von Marktplätzen, Entwicklung einer Marktplatz-Strategie	16	
Marketing auf weiteren E-Commerce-Plattformen	Plattformen und deren Nutzung	Plattformen und deren Nutzung, Content-Erstellung, Kampagnenmanagement, Community Management	24	
Marketing auf weiteren E-Commerce-Plattformen	Erstellung von Inhalten und Kampagnen	Planung und Redaktionskalender, Kampagnenmanagement, Anzeigenformate und -optimierung	24	
Marketing auf weiteren E-Commerce-Plattformen	Engagement und Community Management	Community Building, Interaktion und Moderation, Nutzerbindung	16	
Produktlistung und Verkaufspsychologie	Grundlagen der Produktlistung	Einführung in die Produktlistung, Bedeutung und Vorteile	8	
Produktlistung und Verkaufspsychologie	Erstellung und Optimierung von Produktlistungen	Produktbeschreibungen, Bilder und Videos, Bewertungen und Rezensionen	24	
Produktlistung und Verkaufspsychologie	Verkaufspsychologie und Conversion-Optimierung	Psychologische Trigger, Conversion-Optimierung, A/B-Testing	24	
Produktlistung und Verkaufspsychologie	Fotobriefing und visuelle Gestaltung	Produktfotografie, visuelle Gestaltung, Fotobriefing	24	
Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Produktlistung und -beschreibung auf Amazon, Otto, Kaufland	Produktlistung, SEO, Optimierungsstrategien	24	
Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Verkaufspsychologie und Conversion-Optimierung	Psychologische Trigger, A/B-Testing	24	
Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Fotobriefing und visuelle Gestaltung	Produktfotografie, visuelle Gestaltung, Fotobriefing	16	
Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Plattform-Interfaces und technische Integration	Plattform-Interfaces, technische Integration, API-Integrationen	16	
Online Shop erstellen	Grundlagen der Shop-Erstellung	Einführung in Shopify, Erstellung eines Shopify-Kontos: Produktkatalog: Produkte hinzufügen und bearbeiten. Produktvarianten und -optionen. Bestandsverwaltung: Bestandsüberwachung und -verwaltung. Produktbeschreibungen und Bilder: Erstellung und Optimierung von Produktbeschreibungen. Hochladen und Anpassen von Produktbildern.	16	
Online Shop erstellen	Produkteinstellungen und Verwaltung	Zahlungsgateways: Auswahl und Integration von Zahlungsgateways. Versandmethoden: Einrichtung von Versandzonen und -tarifen. Steuereinstellungen: Konfiguration von Steuerberechnungen.	24	
Online Shop erstellen	Zahlungs- und Versandmethoden	E-Mail-Marketing-Tools: Integration von E-Mail-Marketing-Tools in Shopify. Automatisierung: Einrichtung automatisierter E-Mail-Kampagnen (Willkommensserien, Warenkorbbrecher). Kampagnenmanagement: Entwicklung und Verwaltung von E-Mail-Marketing-Kampagnen.	16	
Online Shop erstellen	E-Mail-Marketing Integration		24	
E-Mail-Marketing	Grundlagen des E-Mail-Marketings	Definition und Bedeutung, Vorteile und Herausforderungen	8	
E-Mail-Marketing	Erstellung von Newslettern und Kampagnen	Newsletter-Design, Inhaltserstellung, technische Umsetzung	16	
E-Mail-Marketing	Segmentierung und Personalisierung	Datenanalyse, Personalisierung	16	
E-Mail-Marketing	Analyse und Optimierung	KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategien	20	
Bildungsträger: KCM Digital GmbH, Blücherstraße 32, 75177 Pforzheim			Unterrichtseinheiten gesamt:	680