

# KURSPROGRAMM FÜR DIGITALES UND GRÜNES MARKETING



Funded by  
the European Union

„Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autorin bzw. des Autors (der Autorinnen bzw. Autoren) und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur Bildung, Audiovisuelles und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die bewilligende Behörde können dafür verantwortlich gemacht werden.“



Es handelt sich um das Ergebnis des Projekts „Digitales und grünes Marketing im digitalen Zeitalter“ mit der Nummer 2024-1-DE02-KA210ADU-000253719.

## **Dauer: 5 Tage (6 Stunden pro Tag) – Insgesamt 30 Stunden**

### **Tag 1 – Einführung in digitales Marketing und Grundkonzepte**

<b>Zeit</b>	<b>Thema</b>
9:30–10:30 Uhr:	Was ist digitales Marketing? Die Transformation des Marketings
10:30–11:30 Uhr:	Grundlegende Elemente des digitalen Marketings (SEO, SEM, Social Media, Content, E-Mail usw.)
11:30–12:30 Uhr:	Zielgruppenanalyse und Persona-Erstellung
01:30–02:30 Uhr:	Der Sales Funnel und die digitale Customer Journey
02:30–03:30 Uhr:	Digitale Tools: Einführung in Google Trends, Analytics, Canva, Mailchimp
03:30–04:30 Uhr:	Anwendung: Eine einfache Übung zur digitalen Kampagnenplanung

### **Tag 2 – Social Media und Content Marketing**

<b>Zeit</b>	<b>Thema</b>
9:30–10:30 Uhr:	Die Rolle von Social-Media-Plattformen im Marketing
10:30–11:30 Uhr:	Inhaltstypen: Text, Bild, Video, Story, Reels
11:30–12:30 Uhr:	Erstellen und Planen eines Content-Kalenders
1:30–02:30 Uhr:	Organische vs. gesponserte Inhalte
2:30–03:30 Uhr:	Interaktion und Community-Management
3:30–04:30 Uhr:	Praxis: Gestaltung einer einwöchigen Social-Media-Kampagne

### **Tag 3 – Grünes Marketing und nachhaltigkeitsbasierte Ansätze**

<b>Zeit</b>	<b>Thema</b>
9:30 – 10:30	Was ist Green Marketing? Warum ist es wichtig?
10:30 – 11:30	Wer ist ein grüner Konsument? Verhaltensanalyse
11:30 – 12:30	Das Konzept der Nachhaltigkeit und die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung
01:30 – 02:30	Umweltzeichen, CO2-Fußabdruck, Umweltzertifikate
02:30 – 03:30	Erfolgreiche Beispiele für Green Marketing (aus aller Welt und der Türkei)
03:30 – 04:30	Gruppenarbeit: Erstellen einer Marketingbotschaft für ein grünes Produkt

## **Tag 4 – Homeoffice-Kultur und produktives Remote-Arbeiten**

### **Zeit**

### **Thema**

09:30 – 10:30 Was ist Homeoffice? Vorteile und Herausforderungen

→ Die Rolle von Remote-Arbeit im digitalen Marketing, in der Freiberuflichkeit und in hybriden Modellen

10:30 – 11:30 Digitale Tools und Infrastruktur fürs Homeoffice

→ Einführung in Tools wie Zoom, Trello, Slack, Google Workspace, Notion usw.

11:30 – 12:30 Zeitmanagement und Produktivitätstechniken

→ Anwendung der Pomodoro-Technik, der Eisenhower-Matrix sowie digitaler Kalender und Planer

01:30 – 02:30 | Homeoffice-Organisation und Ergonomie

→ Körperlicher Komfort, Schaffung eines produktiven Raums, Reduzierung von Ablenkungen

02:30 – 03:30 | Umweltfreundliches Homeoffice

→ Geringer Energieverbrauch, Reduzierung des digitalen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks, papierloses Arbeiten, Bewusstsein für Elektroschrott

03:30 – 04:30 Uhr | Praxis und Gruppenarbeit

→ Die Teilnehmer erstellen eigene Homeoffice-Pläne und digitale Werkzeuglisten und tauschen sich aus.

## **Tag 5 – Erstellung eines umfassenden digitalen und grünen Marketingplans**

### **Zeit**

### **Thema**

09:30–10:30 Entwicklung und Planung einer Marketingstrategie

10:30–11:30 Grünes Markenimage und Storytelling

11:30–12:30 Vorbereitung einer digitalen Kampagne: Ziel, Zeitpunkt, Kanal 01:30–

02:30 Interaktiver Gruppenworkshop: Digitaler und grüner Marketingplan 02:30–03:30

Präsentationen und Auswertung

03:30–04:30 Teilnahmezertifikate und Abschluss

## **Eingesetzte Methoden:**

- Vorlesungen und Präsentationen
- Praktische Übungen

Es handelt sich um das Ergebnis des Projekts „Digitales und grünes Marketing im digitalen Zeitalter“ mit der Nummer 2024-1-DE02-KA210ADU-000253719.

- Gruppenarbeit
- Fallstudien
- Nutzung von Tools (Canva, Meta Business Suite, Google Ads)
- Überprüfung von Beispielkampagnen