

Ausbildungsplan Product Marketing & Communications

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Digital Product School (<https://digitalproductschool.io>) ist ein 3-monatiges Ausbildungsprogramm der UnternehmerTUM (<https://www.unternehmertum.de>), das gemeinnützige Entrepreneurship Center an der TU München. Als Teil des “Digital Hub Mobility” (<https://mobility.unternehmertum.de/>) ist die Digital Product School vom Bayerischen Wirtschaftsministeriums gefördert.

Im Anhang finden Sie einen detaillierten Ausbildungsplan für die 3 Monate als Product Marketing & Communications Manager.

Sollten Sie weitere Nachweise (wie etwa die Förderung durch den Freistaat Bayern oder die Gemeinnützigkeit der UnternehmerTUM GmbH) benötigen, dann sende ich diese sehr gerne vertraulich zu.

Bitte kontaktieren Sie mich hierfür oder bei Fragen über den Ausbildungsplan direkt unter meiner Email (rieder@unternehmertum.de).

Bastian Rieder,
Head of Performance Marketing

Zeitbasierte Gliederung des 3-monatigen Ausbildungsprogramms

Zeitraumen	Fokusthemen	Inhalt
Woche 1 - 3	Einführung in Marketing-Strategie, Product Marketing und Grundlagen der Kommunikation	1
Woche 3 + 4	Einführung in rechtliche Aspekte, Zielgruppenentwicklung, Storytelling	2
Woche 4 - 6	Anwenden des gelernten und ausarbeiten einer Marketing-Strategie	3
Woche 7 - 12	Umsetzung von Marketing- Kampagnen, Reporting & Optimierung	4

Inhaltsbasierte Gliederung des 3-monatigen Ausbildungsprogramms

1. Einführung in Marketing-Strategie, Product Marketing und Grundlagen der Kommunikation
 - Branding & Brand Strategy (Looping Group)
 - Kommunikationskanäle analysieren und auswählen (Looping Group)
 - Product Marketing als Rolle im Product-Team (Bastian Rieder)
 - Teamentwicklung (Lorenz Hutterer & Tobias Kalkowski)
2. Einführung in rechtliche Aspekte, Zielgruppenentwicklung, Storytelling
 - DSGVO und Kennzeichnungspflichten (Alexander Stolberg)
 - Grundlagen des Storytelling und Umsetzung in unterschiedlichen Medien und Formaten (Looping Group)
 - Marketing- und Buyer-Persona (Bastian Rieder)
3. Anwenden des gelernten und ausarbeiten einer Marketing-Strategie
 - Erstellung einer Marketing-Strategie (Bastian Rieder)
 - Aufnahme von Video- und Audioformaten & Post-Production (Looping Group)
 - Datenbasiertes Marketing, Analytics & Reporting I (Looping Group)
4. Umsetzung von Marketing-Kampagnen, Reporting & Optimierung
 - Erstellung von Video- und Audioformaten (Steffen Kastner)
 - Analytics & Reporting II (Bastian Rieder)
 - SEA & SEO (Charlotte Blaha)
 - Performance-Marketing (Bastian Rieder)