# Online Marketing Manager (IHK)

August - Oktober

| Datum | Tag | Zeit | UE | Module/ Inhalte | Dozent*in |
|---|---|---|---|---|---|
| 07.08. 2026 | Fr | 10.00 – 14.00 | 6 | **Online-Einführung**<br>• Einführung/ Begrüßung<br>• Kennenlernen der Gruppe<br>• Organisatorisches zum Lehrgang<br>• Informationen zur Facharbeit<br>• Einführung in die Erstellung einer Strategie<br>• Informationen zum Abschluss<br>• Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform<br>• Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben | **Dozent*in** |
| 07.08.2026 – 13.08.2026 | | | | **Einführung in das eLearning, erste Übungen** | |
| 14.08.2026 – 20.08.2026<br><br>Expertenchat<br>Donnerstag,<br>20.08.2026<br>18.00-20.00 Uhr | | | 10 | **Modul 1: Website-Faktoren: User Experience und Web Usability**<br>• Grundbegriffe zum Aufbau einer Website<br>• Grundlagen und Bedeutung User Experience (kurz: UX)<br>• Bereiche der User Experience: Joy of Use, Design und Web Usability<br>• UX-Faktoren<br>• Mobile Optimierung<br>• Ladezeitenoptimierung<br>• Methoden zur Messung der Usability<br>• Usability- und UX-Analyse<br>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele<br>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1 | **Dozent*in** |
| 21.08.2026 – 27.08.2026<br><br>Expertenchat<br>Donnerstag,<br>27.08.2026<br>18.00-20.00 Uhr | | | 10 | **Modul 2: Suchmaschinen-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO)**<br>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO)<br>• Funktionsweise einer Suchmaschine und Darstellung von Suchergebnissen<br>• Keyword-Recherche und -Optimierung<br>• On-Page-Optimierung: Meta-Tags, Hierarchie und Strukturierung von Content, Bilder-Optimierung, u.v.m.<br>• Methoden und Techniken der Content-Optimierung<br>• Off-Page-Optimierung: Linkbuilding, Social Signals, Reputation, u.v.m.<br>• Methoden und Techniken für den Linkaufbau<br>• SEO-Analyse-Tools<br>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele<br>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2 | **Dozent*in** |
| 28.08.2026 – 03.09.2026<br><br>Expertenchat<br>Donnerstag,<br>03.09.2026 | | | 10 | **Modul 3: Suchmaschinen-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA)**<br>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads<br>• Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen, Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-Kampagnen oder Video-Kampagnen | **Dozent*in** |



© Business Academy Ruhr GmbH

| | | | |
|---|---|---|---|
| 18.00-20.00 Uhr | | • A/B-Testing<br>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords, Kampagnentypen, Anzeigengruppen und Anzeigengestaltung<br>• Gebotsstrategie<br>• Landingpages<br>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung<br>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen<br>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele<br>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3 | |
| 04.09.2026 – 10.09.2026<br><br>Expertenchat<br>Donnerstag,<br>10.09.2026<br>18.00-20.00 Uhr | 10 | **Modul 4: Online Werbung: Social-Media-Advertising**<br>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Social-Media-Advertising<br>• Social-Media-Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken<br>• Werbemanagement-Tools<br>• Gesponserte Inhalte und Paid Content<br>• A/B-Testing<br>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Plattformen, Budget, Zeitplan und Anzeigengestaltung<br>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung<br>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen<br>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele<br>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4 | **Dozent*in** |
| 11.09.2026 – 17.09.2026<br><br>Expertenchat<br>Donnerstag,<br>17.09.2026<br>18.00-20.00 Uhr | 10 | **Modul 5: Direktmarketing: E-Mail- und Newsletter-Marketing**<br>• Grundlagen E-Mail- und Newsletter-Marketing<br>• Software und Rahmenbedingungen<br>• A/B-Testing<br>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppen, Themen, Frequenz und Newslettergestaltung<br>• Listenaufbau und Segmentierung<br>• Datenschutz und rechtliche Aspekte<br>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung<br>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen<br>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele<br>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5 | **Dozent*in** |
| 18.09.2026 – 24.09.2026<br><br>Expertenchat<br>Donnerstag,<br>06.08.2026<br>18.00-20.00 Uhr | 10 | **Modul 6: Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung**<br>• Grundlagen Web-Controlling<br>• Kennzahlen (KPI) und Tools zur Analyse einer Website<br>• Einrichtung und Anwendung der Google Search Console<br>• Einrichtung und Anwendung von Google Analytics<br>• Berichte und Kennzahlen in Google Analytics<br>• Interpretation, Auswertung und Reporting<br>• Monitoring von Social-Media-Kampagnen, Google-Ads-Kampagnen und Newsletter-Kampagnen | **Dozent*in** |



© Business Academy Ruhr GmbH

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | • Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter<br>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele<br>• Erstellung der Online-Marketing-Strategie – Teil 6 | |
| 25.09.2026 – 01.10.2026<br><br>**Abgabe der Abschlussleistungen:**<br>Donnerstag,<br>01.10.2026<br>(bis 12.00 Uhr) | | | 8 | **Facharbeit* und Abschluss**<br>• Fertigstellung der Facharbeit<br>• Erstellung der Abschlusspräsentation<br><br>**Abgabe der Facharbeit + Präsentation:**<br>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen | |
| 05.10.<br>2026 | Mo | 10.00<br>–<br>15.00 | 6 | **Online-Abschluss**<br>• Abschlussveranstaltung<br>• Präsentation<br>• Feedback zur Facharbeit im Plenum<br>• Evaluation<br>• Lehrgangsende | **Dozent*in** |
| | | | **80** | **Lehrgangsende** | |

| |
|---|
| **eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:**<br>Vorname Nachname |

**Angesichts der dynamischen Veränderungen in digitalen Themen behalten wir uns vor, unsere Lehrpläne flexibel an aktuelle Entwicklungen anzupassen.**



© Business Academy Ruhr GmbH