

Online Marketing Manager Advanced (IHK)					
Juli - August					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent*in
10.07. 2026	Fr	10.00 – 14.00	5	Online-Einführung <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Informationen zur Facharbeit • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Dozent*in
10.07.2026 – 15.07.2026			5	Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer Optimierungs-Strategie	Dozent*in
Online-Seminar: Mittwoch, 22.07.2026 18.00-21.00 Uhr			10	Modul 1: (KI-gestützte) Suchmaschinenoptimierung <ul style="list-style-type: none"> • Neue SEO-Entwicklungen, Updates und Auswirkungen • Implementierung von nachhaltigen SEO-Prozessen • KI gestützte Tools und Automatisierung • Kennzahlen und Analyse mit SEO-Tools unter Berücksichtigung von KI-erweiterten Analysemethoden • Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung, u.a. durch die Nutzung von KI-basierten Erkenntnissen und Prognosen • Strukturierung von Inhalten (Index, Noindex, Duplicate Content, usw.) • Technische Optimierung • Einrichtung, Einbindung und Nutzung des Google Tag Managers • Strukturierte Daten, Rich-Suchergebnisse und Snipped-Optimierung • Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 1 	Dozent*in
Online-Seminar Mittwoch, 29.07.2026 18.00-21.00 Uhr			10	Modul 2: (KI-gestützte) Suchmaschinenwerbung <ul style="list-style-type: none"> • Neue SEA-Entwicklungen, neue Funktionen und Entwicklungen bei Google Ads • Kennzahlen im Werbetool vs. Kennzahlen in Analytics-Tool • Beurteilung der Kampagnenleistung und Ableitung von Optimierungsmaßnahmen • Automatisierte Anzeigenoptimierung mithilfe von KI • Optimierung von Kampagnen(-strukturen): strukturelle Organisation und Einstellungen • Anzeigenoptimierung mithilfe von A/B-Tests und KI-gestützten Tools 	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> • Landingpage-Optimierung • Kostenoptimierung • Conversion Tracking • Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 2 	
Online-Seminar Mittwoch, 05.08.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 06.08.2026 – 12.08.2026	10		Modul 3: (KI-gestütztes) Web-Controlling <ul style="list-style-type: none"> • Neue Entwicklungen im Web Controlling, neue Funktionen und Entwicklungen bei Google Analytics • Implementierung von nachhaltigen Web-Controlling-Prozessen • Einrichtung, Auswertung und Optimierung von Ereignissen und Schlüsselereignissen (Conversions) • KI-Funktionalitäten in Analytics-Tools • Datenanalyse mithilfe von KI-Tools • Erweiterte Analysen: Zeitreihenanalysen, Korrelationsanalyse, Sentimentanalyse etc. • Fortgeschrittene Berichts- und Dashboard-Lösungen mit KI-Unterstützung (z.B. Google Locker Studio) • Kampagnentracking • Planung und Erstellung von UTM-Parametern • Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 3 	Dozent*in
12.08.2026 – 16.08.2026 Input zur Abschlusspräsentation: Mittwoch, 12.08.2026 18.00-21.00 Uhr	4		Facharbeit und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis Sonntag 16.08.2026 (23.59Uhr) 	Dozent*in
17.08. 2026	Mo	10.00 – 15.00	Online-Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Lehrgangsende 	Dozent*in
		50	Lehrgangsende	

eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: Vorname Nachname

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

Anzahl der synchronen Unterrichtseinheiten: 31 UE (62%)
Anzahl der asynchronen Unterrichtseinheiten: 19 UE (38%)