

Online Marketing Manager Advanced (IHK)					
Februar - März					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent*in
20.02.2026	Fr	10.00 – 14.00	5	<b>Online-Einführung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung/ Begrüßung</li> <li>Kennenlernen der Gruppe</li> <li>Organisatorisches zum Lehrgang</li> <li>Informationen zur Facharbeit</li> <li>Informationen zum Abschluss</li> <li>Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</li> <li>Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben</li> </ul>	Dozent*in
20.02.2026 – 25.02.2026			5	<b>Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer Optimierungs-Strategie</b>	Dozent*in
Input zur Facharbeit: Mittwoch, 25.02.2026 18.00-21.00 Uhr			10	<b>Modul 1: (KI-gestützte) Suchmaschinenoptimierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Neue SEO-Entwicklungen, Updates und Auswirkungen</li> <li>Implementierung von nachhaltigen SEO-Prozessen</li> <li>KI gestützte Tools und Automatisierung</li> <li>Kennzahlen und Analyse mit SEO-Tools unter Berücksichtigung von KI-erweiterten Analysemethoden</li> <li>Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung, u.a. durch die Nutzung von KI-basierten Erkenntnissen und Prognosen</li> <li>Strukturierung von Inhalten (Index, Noindex, Duplicate Content, usw.)</li> <li>Technische Optimierung</li> <li>Einrichtung, Einbindung und Nutzung des Google Tag Managers</li> <li>Strukturierte Daten, Rich-Suchergebnisse und Snipped-Optimierung</li> <li>Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 1</li> </ul>	Dozent*in
Online-Seminar: Mittwoch, 04.03.2026 18.00-21.00 Uhr  Online-Vertiefung: 05.03.2026 – 11.03.2026			10	<b>Modul 2: (KI-gestützte) Suchmaschinenwerbung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Neue SEA-Entwicklungen, neue Funktionen und Entwicklungen bei Google Ads</li> <li>Kennzahlen im Werbetooll vs. Kennzahlen in Analytics-Tool</li> <li>Beurteilung der Kampagnenleistung und Ableitung von Optimierungsmaßnahmen</li> <li>Automatisierte Anzeigenoptimierung mithilfe von KI</li> <li>Optimierung von Kampagnen(-strukturen): strukturelle Organisation und Einstellungen</li> </ul>	Dozent*in

				<ul style="list-style-type: none"> <li>Anzeigenoptimierung mithilfe von A/B-Tests und KI-gestützten Tools</li> <li>Landingpage-Optimierung</li> <li>Kostenoptimierung</li> <li>Conversion Tracking</li> <li>Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 2</li> </ul>	
Online-Seminar: Mittwoch, 18.03.2026 18.00-21.00 Uhr  Online-Vertiefung: 19.03.2026 – 25.03.2026			10	<b>Modul 3: (KI-gestütztes) Web-Controlling</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Neue Entwicklungen im Web Controlling, neue Funktionen und Entwicklungen bei Google Analytics</li> <li>Implementierung von nachhaltigen Web-Controlling-Prozessen</li> <li>Einrichtung, Auswertung und Optimierung von Ereignissen und Schlüsselereignissen (Conversions)</li> <li>KI-Funktionalitäten in Analytics-Tools</li> <li>Datenanalyse mithilfe von KI-Tools</li> <li>Erweiterte Analysen: Zeitreihenanalysen, Korrelationsanalyse, Sentimentanalyse etc.</li> <li>Fortgeschrittene Berichts- und Dashboard-Lösungen mit KI-Unterstützung (z.B. Google Locker Studio)</li> <li>Kampagnentracking</li> <li>Planung und Erstellung von UTM-Parametern</li> <li>Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 3</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
25.03.2026 – 29.03.2026  Input zur Abschlusspräsentation: Mittwoch, 25.03.2026 18.00-21.00 Uhr			4	<b>Facharbeit und Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fertigstellung der Facharbeit</li> <li>Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul> <b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis Sonntag, 29.03.2026 (23.59Uhr)</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
30.03.2026	Mo	10.00 – 15.00	6	<b>Online-Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Abschlussveranstaltung</li> <li>Präsentation</li> <li>Feedback zur Facharbeit im Plenum</li> <li>Evaluation</li> <li>Lehrgangsende</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
			<b>50</b>	<b>Lehrgangsende</b>	

**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%)**