

Online Marketing Manager (IHK)					
Januar - März					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
24.01.2025	Fr	10.00 – 14.00	6	<b>Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen</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>Einführung in die Erstellung einer Strategie</li> <li>Informationen zum Abschluss</li> <li>Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</li> <li>Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben</li> </ul>	Business Academy Ruhr GmbH
KW 04/05	24.01.2025 – 30.01.2025			<b>Einführung in das eLearning, erste Übungen</b>	
KW 05/06	31.01.2025 – 06.02.2025  Expertenchat Donnerstag, 06.02.2025 18.00-20.00 Uhr		10	<b>Website-Faktoren: User Experience und Web Usability</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundbegriffe zum Aufbau einer Website</li> <li>Grundlagen und Bedeutung User Experience (kurz: UX)</li> <li>Bereiche der User Experience: Joy of Use, Design und Web Usability</li> <li>UX-Faktoren</li> <li>Mobile Optimierung</li> <li>Ladezeitenoptimierung</li> <li>Methoden zur Messung der Usability</li> <li>Usability- und UX-Analyse</li> <li>Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> <li>Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1</li> </ul>	Dozent*in
KW 06/07	07.02.2025 – 13.02.2025  Expertenchat Donnerstag, 13.02.2025 18.00-20.00 Uhr		10	<b>Suchmaschinen-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen und Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO)</li> <li>Funktionsweise einer Suchmaschine und Darstellung von Suchergebnissen</li> <li>Keyword-Recherche und -Optimierung</li> <li>On-Page-Optimierung: Meta-Tags, Hierarchie und Strukturierung von Content, Bilder-Optimierung, u.v.m.</li> <li>Methoden und Techniken der Content-Optimierung</li> <li>Off-Page-Optimierung: Linkbuilding, Social Signals, Reputation, u.v.m.</li> <li>Methoden und Techniken für den Linkaufbau</li> <li>SEO-Analyse-Tools</li> <li>Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> <li>Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2</li> </ul>	Dozent*in
KW 07/08	14.02.2025 – 20.02.2025  Expertenchat Donnerstag, 20.02.2025 18.00-20.00 Uhr		10	<b>Suchmaschinen-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads</li> <li>Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen, Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-Kampagnen oder Video-Kampagnen</li> <li>A/B-Testing</li> </ul>	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords, Kampagnentypen, Anzeigengruppen und Anzeigengestaltung</li> <li>• Gebotsstrategie</li> <li>• Landingpages</li> <li>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung</li> <li>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3</li> </ul>	
KW 08/09	21.02.2025 – 27.02.2025  Expertenchat Donnerstag, 27.02.2025 18.00-20.00 Uhr	10	<b>Online Werbung: Social-Media-Advertising</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Social-Media-Advertising</li> <li>• Social-Media-Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken</li> <li>• Werbemanagement-Tools</li> <li>• Gesponserte Inhalte und Paid Content</li> <li>• A/B-Testing</li> <li>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Plattformen, Budget, Zeitplan und Anzeigengestaltung</li> <li>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung</li> <li>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW 09/10	28.02.2025 – 06.03.2025  Expertenchat Donnerstag, 06.03.2025 18.00-20.00 Uhr	10	<b>Direktmarketing: eMail- und Newsletter-Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen E-Mail- und Newsletter-Marketing</li> <li>• Software und Rahmenbedingungen</li> <li>• A/B-Testing</li> <li>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppen, Themen, Frequenz und Newslettergestaltung</li> <li>• Listenaufbau und Segmentierung</li> <li>• Datenschutz und rechtliche Aspekte</li> <li>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung</li> <li>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW 10/11	07.03.2025 – 13.03.2025  Expertenchat Donnerstag, 13.03.2025 18.00-20.00 Uhr	10	<b>Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen Web-Controlling</li> <li>• Kennzahlen (KPI) und Tools zur Analyse einer Website</li> <li>• Einrichtung und Anwendung der Google Search Console</li> <li>• Einrichtung und Anwendung von Google Analytics</li> <li>• Berichte und Kennzahlen in Google Analytics</li> <li>• Interpretation, Auswertung und Reporting</li> <li>• Monitoring von Social-Media-Kampagnen, Google-Ads-Kampagnen und Newsletter-Kampagnen</li> <li>• Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> <li>• Erstellung der Online-Marketing-Strategie – Teil 6</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>

KW 11/12	14.03.2025 – 20.03.2025  Abgabe der Abschlussleistungen: Donnerstag, 20.03.2025 (bis 12.00 Uhr)	8	<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</li></ul>	
24.03. 2025	Mo	10.00 – 15.15	6	<b>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>Abschlussfotos</li><li>Lehrgangsende</li></ul> <b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
			80	<b>Lehrgangsende</b>

KW 04-11	24.01.2025 – 13.03.2025	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in
----------	----------------------------	---------------------------------------------------------

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