

Online Marketing Manager (IHK)

September - Dezember

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
24.09. 2025	Mi	18.00 – 21.15	6	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Informationen zur Facharbeit • Einführung in die Erstellung einer Strategie • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KW 39/40	24.09.2025 – 01.10.2025			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
01.10. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Website-Faktoren: User Experience und Web Usability <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe zum Aufbau einer Website • Grundlagen und Bedeutung User Experience (kurz: UX) • Bereiche der User Experience: Joy of Use, Design und Web Usability • UX-Faktoren • Mobile Optimierung • Ladezeitenoptimierung • Methoden zur Messung der Usability • Usability- und UX-Analyse • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele 	Dozent*in
KW 40/41	02.10.2025 – 08.10.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1	
08.10. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Suchmaschinen-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO) <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO) • Funktionsweise einer Suchmaschine und Darstellung von Suchergebnissen • Keyword-Recherche und -Optimierung • On-Page-Optimierung: Meta-Tags, Hierarchie und Strukturierung von Content, Bilder-Optimierung, u.v.m. • Methoden und Techniken der Content-Optimierung • Off-Page-Optimierung: Linkbuilding, Social Signals, Reputation, u.v.m. • Methoden und Techniken für den Linkaufbau • SEO-Analyse-Tools • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele 	Dozent*in
KW 41/42	09.10.2025 – 15.10.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2	

KW 42-44	15.10.2025 – 28.10.2025			Herbstferien	
29.10.2025	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Suchmaschinen-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA) <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads • Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen, Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-Kampagnen oder Video-Kampagnen • A/B-Testing • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords, Kampagnentypen, Anzeigengruppen und Anzeigengestaltung • Gebotsstrategie • Landingpages • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele 	Dozent*in
KW 44/45	30.10.2025 – 05.11.2025			Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3	
05.11.2025	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Online Werbung: Social-Media-Advertising <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffsdefinitionen Social-Media-Advertising • Social-Media-Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken • Werbemanagement-Tools • Gesponserte Inhalte und Paid Content • A/B-Testing • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Plattformen, Budget, Zeitplan und Anzeigengestaltung • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele 	Dozent*in
KW 45/46	06.11.2025 – 12.11.2025			Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4	
12.11.2025	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Direktmarketing: eMail- und Newsletter-Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen E-Mail- und Newsletter-Marketing • Software und Rahmenbedingungen • A/B-Testing • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppen, Themen, Frequenz und Newslettergestaltung • Listenaufbau und Segmentierung • Datenschutz und rechtliche Aspekte • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele 	Dozent*in

KW 46/47	13.11.2025 – 19.11.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5	
19.11. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Web-Controlling • Kennzahlen (KPI) und Tools zur Analyse einer Website • Einrichtung und Anwendung der Google Search Console • Einrichtung und Anwendung von Google Analytics • Berichte und Kennzahlen in Google Analytics • Interpretation, Auswertung und Reporting • Monitoring von Social-Media-Kampagnen, Google-Ads-Kampagnen und Newsletter-Kampagnen • Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele 	Dozent*in
KW 47/48	20.11.2025 – 26.11.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6	
KW 48/49	27.11.2025 – 03.12.2025 Abgabe der Abschlussleistungen Mittwoch, 03.12.2025 bis 12.00 Uhr		8	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 	
10.12. 2025	Mi	14.00 – 19.00 Uhr	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende	

KW 39-48	24.09.2025 – 26.11.2025	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.