

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		6	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		6	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.