

| Online Marketing Manager (IHK) | | | | | |
|--------------------------------|--|---------------|----|---|----------------------------|
| April - Juni | | | | | |
| Datum | Tag | Zeit | UE | Module/ Inhalte | Dozent/in |
| 25.04.2025 | Fr | 10.00 – 14.00 | 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 17/18 | 25.04.2025 – 01.05.2025 | | | Einführung in das eLearning, erste Übungen | |
| KW 18/19 | 02.05.2025 – 08.05.2025 Expertenchat Donnerstag, 08.05.2025 18.00-20.00 Uhr | | 10 | 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 Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1 | Dozent*in |
| KW 19/20 | 09.05.2025 – 15.05.2025 Expertenchat Donnerstag, 15.05.2025 18.00-20.00 Uhr | | 10 | 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 Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2 | Dozent*in |
| KW 20/21 | 16.05.2025 – 22.05.2025 | | 10 | 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 | Dozent*in |

| | | | | |
|-------------|--|----|--|------------------|
| | Expertenchat Donnerstag, 22.05.2025 18.00-20.00 Uhr | | <ul style="list-style-type: none"> • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords, Kampagnentypen, Anzeigengruppen und Anzeigengestaltung • Gebotsstrategie • Landingpages • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3 | |
| KW 21/22 | 23.05.2025 – 29.05.2025 Expertenchat MITTWOCH , 28.05.2025 18.00-20.00 Uhr | 10 | 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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4 | Dozent*in |
| KW 22/23 | 30.05.2025 – 05.06.2025 Expertenchat Donnerstag, 05.06.2025 18.00-20.00 Uhr | 10 | 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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5 | Dozent*in |
| KW 23/24 | 06.06.2025 – 12.06.2025 Expertenchat Donnerstag, 12.06.2025 18.00-20.00 Uhr | 10 | 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 • Erstellung der Online-Marketing-Strategie – Teil 6 | Dozent*in |

| | | | | |
|----------------|--|---------------------|----|--|
| | | | | |
| KW 24/25 | 13.06.2025 – 18.06.2025 Abgabe der Abschlussleistungen: MITTWOCH , 18.06.2025 (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 |
| 23.06. 2025 | Mo | 10.00 – 15.15 | 6 | Abschluss <ul style="list-style-type: none"> Abschlussveranstaltung Präsentation Feedback zur Facharbeit im Plenum Evaluation Abschlussfotos Lehrgangsende |
| | | | 80 | Lehrgangsende |

| | | |
|----------|-------------------------|---|
| KW 17-24 | 25.04.2025 – 12.06.2025 | 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.