

Online Marketing Manager (IHK)					
September - November					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
26.09.2025	Fr	10.00 – 14.00	6	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen - 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	26.09.2025 – 02.10.2025			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW 40/41	03.10.2025 – 09.10.2025 Expertenchat Donnerstag, 09.10.2025 18.00-20.00 Uhr		10	Website-Faktoren: User Experience und Web Usability - 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 41/42	10.10.2025 – 16.10.2025 Expertenchat Donnerstag, 16.10.2025 18.00-20.00 Uhr		10	Suchmaschinen-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO) - 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 42/43	17.10.2025 – 23.10.2025		10	Suchmaschinen-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA) - Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads - Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen, Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-Kampagnen oder Video-Kampagnen - A/B-Testing	Dozent*in

	Expertenchat Donnerstag, 23.10.2025 18.00-20.00 Uhr		• 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 43/44	24.10.2025 – 30.10.2025 Expertenchat Donnerstag, 30.10.2025 18.00-20.00 Uhr	10	Online Werbung: Social-Media-Advertising • 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 44/45	31.10.2025 – 06.11.2025 Expertenchat Donnerstag, 06.11.2025 18.00-20.00 Uhr	10	Direktmarketing: eMail- und Newsletter-Marketing • 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 45/46	07.11.2025 – 13.11.2025 Expertenchat Donnerstag, 13.11.2025 18.00-20.00 Uhr	10	Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung • 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 46/47	14.11.2025 – 20.11.2025 Abgabe der Abschlussleistungen: Donnerstag, 20.11.2025 (bis 12.00 Uhr)		8	Facharbeit* und Abschluss - Fertigstellung der Facharbeit - Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: - digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen
24.11. 2025	Mo	10.00 – 15.15	6	Abschluss - Abschlussveranstaltung - Präsentation - Feedback zur Facharbeit im Plenum - Evaluation - Abschlussfotos - Lehrgangsende Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende

KW 39-46	26.09.2025 – 13.11.2025	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.