

Web Analyst (IHK) November – Februar					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent*in
20.11.2026	Fr	10.00 – 14.00 Uhr	5	Online-Einführung <ul style="list-style-type: none"> Einführung/ Begrüßung Kennenlernen der Gruppe Organisatorisches zum Lehrgang Informationen zur Facharbeit Informationen zum Abschluss Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Dozent*in
20.11.2026 – 23.11.2026 Input zur Facharbeit: Montag, 23.11.2026 18.00-21.00 Uhr			5	Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer Web-Analyse-Strategie	Dozent*in
Online-Seminar: Montag, 30.11.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 01.12.2026 – 07.12.2026			10	Modul 1: Einführung in Web Analytics <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen von Web Analytics Web-Analyse-Plattformen (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) Tag-Management-Systeme (wie z.B. Google Tag Manager oder Matoma Tag Manager) Website-Testing-Tools (wie z.B. Optimizely) SEO-Tools (wie z.B. Google Search Console oder SEMrush) Heatmap-Tools (Hotjar oder Crazy Egg) Auswahlkriterien für Webanalytics-Tools Weitere Analyseplattformen (wie z.B. Social Media Analytics Tools) Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 1) 	Dozent*in
Online-Seminar: Montag, 07.12.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 08.12.2026 – 14.12.2026			10	Modul 2: Kennzahlen und Metriken <ul style="list-style-type: none"> Bedeutung und Zweck von Kennzahlen und Metriken in der Webanalyse Unterscheidung zwischen Kennzahlen und Metriken Grundlegende Web-Kennzahlen (wie z.B. Seitenaufrufe, Conversion Rate, etc.) Fortgeschrittene Web-Kennzahlen (wie z.B. Traffic-Quellen, Seitenpfade, etc.) Marketing-Kennzahlen (wie z.B. CTR, CPC, etc.) Social-Media-Kennzahlen (wie z.B. Engagement Rate, Follower, etc.) Schwellenwerte und Benchmarks Definition von KPIs und Auswahl von geeigneten Kennzahlen Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 2) 	Dozent*in

<p>Online-Seminar: Montag, 14.12.2026 18.00-21.00 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung: 15.12.2026 – 21.12.2026</p>	10	<p>Modul 3: Web-Analyse-Plattformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web-Analytics-Plattformen in der praktischen Anwendung (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Registrierung und Einrichtung • Trackingcodes, Tags und Cookies • Festlegung von Zielen (Conversions) und Ereignissen • Einrichtung eines E-Commerce Trackings • Integration anderer Plattformen (wie z.B. CRM-System oder E-Mail-Marketing Plattform) • Kampagnen-Tracking und Tracking-Parameter • Berichte • Dimensionen, Metriken und Vergleiche • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 3) 	Dozent*in
Weihnachtspause vom 22.12.2025 bis 03.01.2027			
<p>Online-Seminar: Montag, 04.01.2027 18.00-21.00 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung: 05.01.2027 – 11.01.2027</p>	10	<p>Modul 4: Datenanalyse und -interpretation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenanalyse und -interpretation in Web-Analytics-Plattformen (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Unterscheidung Datenanalyse und Dateninterpretation • Identifizierung und Bereinigung von Inkonsistenzen und Fehlern in der Datenerfassung (z.B. Bot-Traffic) • Datenanalyse im Hinblick auf Zielerreichung und Performance • Definition und Anwendung von Analyseparametern (z.B. Zeitraum, demografische Merkmale, etc.) • Analyse der Konversionsraten • Identifikation von Mustern, Trends und Beziehungen in den Daten • Fortgeschrittene Analysetechniken (z.B. Segmentierung) • Identifizierung von Schwachstellen und Ableitung von Optimierungspotenzialen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 4) 	Dozent*in
<p>Online-Seminar: Montag, 11.01.2027 18.00-21.00 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung: 12.01.2027 – 18.01.2027</p>	10	<p>Modul 5: Reporting</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Reportings • Verschiedene Berichts-Arten • Erstellung von Berichten und Dashboards in Web-Analyse-Plattformen • Erstellung von Berichten mithilfe von Tabellenkalkulationsprogrammen • Erstellung von Berichten in Reporting-Tools • Visualisierung von Daten in Diagrammen, Grafiken und Dashboards • Automatisierung von Berichten • Kommunikation von Berichtsergebnissen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 5) 	Dozent*in

<p>Online-Seminar: Montag, 18.01.2027 18.00-21.00 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung: 19.01.2027 – 25.01.2027</p>			10	<p>Modul 6: Datenzusammenführung und -visualisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Ziele der Datenzusammenführung • Tools und Technologien für die Implementierung und Verwaltung eines Data Warehouse (DWH) • Datenaufbereitung und -bereinigung • Grundlagen und Ziele der Datenvisualisierung • Übersicht über verschiedene Datenvisualisierungstools (z.B. Power BI, Tableau, Looker Studio oder KNIME) • Vor- und Nachteile von Datenvisualisierungstools • Auswahlkriterien für Datenvisualisierungstools • Berichtserstellung, Dashboards und Berichtsvorlagen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 6) 	Dozent*in
<p>25.01.2027 – 31.01.2027</p> <p>Input zur Abschlusspräsentation: Montag, 25.01.2027 18.00-21.00 Uhr</p>			4	<p>Facharbeit und Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation <p>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis Sonntag, 31.01.2027 (23.59Uhr) 	Dozent*in
01.02. 2027	Mo	10.00 – 15.00	6	<p>Online-Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Lehrgangsende 	Dozent*in
			80	Lehrgangsende	

eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:

Vorname Nachname

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

Anzahl der synchronen Unterrichtseinheiten: 43 UE (53%)

Anzahl der asynchronen Unterrichtseinheiten: 37 UE (47%)