

Web Analyst (IHK) Januar – März					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent*in
30.01.2026	Fr	10.00 – 14.00 Uhr	5	Online-Einführung - 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
30.01.2026 – 02.02.2026 Input zur Facharbeit: Montag, 02.02.2026 18.00-21.00 Uhr			5	Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer Web-Analyse-Strategie	Dozent*in
Online-Seminar: Montag, 09.02.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 10.02.2026 – 16.02.2026			10	Modul 1: Einführung in Web Analytics - 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, 16.02.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 17.02.2026 – 23.02.2026			10	Modul 2: Kennzahlen und Metriken - 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

Online-Seminar: Montag, 23.02.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 24.02.2026 – 02.03.2026	10	Modul 3: Web-Analyse-Plattformen • 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
Online-Seminar: Montag, 02.03.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 03.03.2026 – 09.03.2026	10	Modul 4: Datenanalyse und -interpretation • 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
Online-Seminar: Montag, 09.03.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 10.03.2026 – 16.03.2026	10	Modul 5: Reporting • 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

Online-Seminar: Montag, 16.03.2026 18.00-21.00 Uhr Online-Vertiefung: 17.03.2026 – 23.03.2026			10	Modul 6: Datenzusammenführung und -visualisierung • 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
23.03.2026 – 29.03.2026 Input zur Abschlusspräsentation: Montag, 23.03.2026 18.00-21.00 Uhr			4	Facharbeit und Abschluss • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis Sonntag, 29.03.2026 (23.59Uhr)	Dozent*in
30.03.2026	Mo	10.00 – 15.00	6	Online-Abschluss • 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%)