

Online Marketing Manager Advanced (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	Kurseröffnung <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Einführung in die Optimierung einer Online Marketing Strategie • Informationen zur Facharbeit* • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ		8	SEO: Prozesse und Techniken optimieren <ul style="list-style-type: none"> • Neue SEO-Entwicklungen, Updates und Auswirkungen • Nachhaltige SEO-Management Prozess implementieren • Einmalige und fortlaufende Aufgaben • Content Optimierung • Strukturierung von Inhalten (Index, Noindex, Duplicate Content, usw.) • Einrichtung, Einbindung und Nutzung des Google Tag Managers • Technische Optimierung: Ladezeit (Content Delivery Network), schema.org, Rich Snippets, Daten-Komprimierung (JS, CSS, html) • Suchmaschinenoptimierung für Landingpages • Kennzahlen und Analyse mit SEO Tools (Google Search Console, Google Analytics, uvm.) • Optimierungsvorschläge ableiten 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ		8	Google Ads: Optimierung von Google Anzeigen <ul style="list-style-type: none"> • Neue Funktionen, Ankündigungen und Innovationen • Auswahlkriterien für die Kampagnentypen Such- und Displaynetzwerk • Einführung in die Optimierung von Google Anzeigen 	Dozent/in

				<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlen in Google Ads vs. Kampagnen-Auswertung in Google Analytics • Optimierung von Kampagnen: Anzeigengruppen, Anzeigen, Keywords und Anzeigenerweiterungen • Optimierung des Qualitätsfaktors • Kosten-Optimierung, automatische Gebotsstrategie • Conversion Tracking • Landingpage Optimierung • Remarketing, Remarketing Listen erstellen 	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ		8	Web Controlling: Erweiterte Analysen mit Google Analytics <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Web Controlling Prozesse implementieren • Erstellung eines Webanalyseplans • Google Analytics Berichte (Reports): Echtzeitberichte, Akquisitionsberichte, Verhaltensberichte, Conversion-Berichte, benutzerdefinierte Berichte • Erweiterte Filter, Ereignis-Tracking, benutzerdefinierte Dimensionen und Messwerte • Erweiterte Analysetools- und Verfahren: Daten segmentieren und analysieren • Retargeting (Custom Audience erstellen und anbinden) • Kampagnen Tracking • Conversion Optimierung • Optimierungsmaßnahmen planen und umzusetzen • Praktische Vertiefung über Testzugänge 	Dozent/in
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	Abgabe der Abschlussleistungen: TT.MM. JJJJ (bis 23:59Uhr)		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 	
TT.MM. JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit* im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH

			40	Lehrgangsende	
--	--	--	----	---------------	--

KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	10	*Facharbeit = Erstellung eines Handlungskonzepts (Strategie) im Verlauf des Lehrgangs zu einem individuell gewählten Anwendungsfall.		
		50			
KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin			