

# Online Marketing Manager (IHK)

## Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	<b>Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung/ Begrüßung</li> <li>• Kennenlernen der Gruppe</li> <li>• Organisatorisches zum Lehrgang</li> <li>• Informationen zur Facharbeit*</li> <li>• Einführung in die Online Marketing Strategie*</li> <li>• Informationen zum Abschluss</li> <li>• Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</li> <li>• Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
KWXX/XX	TT.MM. JJJ - TT.MM. JJJ			<b>Einführung in das eLearning, erste Übungen</b>	
KWXX/XX	TT.MM. JJJ - TT.MM. JJJ		8	<b>Web Usability und Mobile Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe zum Webseitenaufbau: Website, Webseiten, Homepage, Landingpage</li> <li>• Nutzerfreundlichkeit: Web Usability</li> <li>• User Experience</li> <li>• Kriterien für eine gute Web Usability</li> <li>• Usability Testmethoden</li> <li>• Mobile Marketing</li> <li>• Responsive Webdesign</li> <li>• Mobile Websites</li> <li>• Mobile Apps</li> <li>• Mobile Advertising</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KWXX/XX	TT.MM. JJJ - TT.MM. JJJ		8	<b>SEO: OnPage und OffPage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung</li> <li>• Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage</li> <li>• Darstellung in den Suchergebnissen</li> <li>• Keyword Recherche</li> <li>• Strukturen (Webseite, Landingpage, Navigation, URL)</li> <li>• Content Optimierung (Texte, Bilder, Videos, Keywords)</li> <li>• SEO OffPage (Inbound- und Outbound-Links)</li> <li>• Linkbuilding: Linkpopularität, Linkgenerierung, Linkqualität</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken für den Linkaufbau (Backlinks, Linkbait, Social Media, Foren etc.)</li> <li>• SEO Tools, Webseitenanalyse</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> </ul>	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	<p><b>Online Anzeigen: Social Media Advertising</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Social Media Advertising</li> <li>• Social Media Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken</li> <li>• Werbemanagement Tools</li> <li>• Unterschiede der Werbemöglichkeiten und Kampagnen auf sozialen Plattformen</li> <li>• Gesponserte Inhalte und Paid Content</li> <li>• Targeting für Werbekampagnen</li> <li>• Generierung von Reichweite durch Werbung</li> <li>• Steuerung von Kampagnen</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	<p><b>Anzeigenschaltung mit Google Ads: Such-, Display-, Video- und App Anzeigen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen von Google Ads</li> <li>• Funktionsumfang und Einstellungen</li> <li>• Erste Schritte: Konto anlegen, Bedienung</li> <li>• Kampagnentypen: Such- und/oder Displaynetzwerk</li> <li>• Anzeigenformate: Text-, Responsive-, Bild-, App, Video-, Produkt Shopping und Showcase Shopping- Anzeigen</li> <li>• Kampagnen und Anzeigengruppen über Google Ads</li> <li>• Budget, Gebote und Abrechnungsmodelle</li> <li>• Keywords</li> <li>• Kriterien einer guten Text-, Display-, Video- und App Anzeige</li> <li>• Anzeigenverwaltung</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	8	<p><b>Direktmarketing: eMail-Marketing und Newsletter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter-Marketing</li> <li>• Newsletter-Software</li> <li>• Anmeldung, Adressverwaltung und Datenschutz</li> <li>• Double-Opt-In, Einwilligung und Möglichkeit des Abbestellens</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impressumspflicht</li> <li>• Kriterien für einen guten Newsletter</li> <li>• Mehrwert für den Abonnenten</li> <li>• Gestaltung, Design, Versandzeitpunkt</li> <li>• Rechtssicheres eMail-Marketing</li> <li>• Einbindung des Newsletters in die Webpräsenz</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> </ul>	
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ		8	<b>Webcontrolling: Google Analytics und Google Search Console</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Web Controllings</li> <li>• Instrumente: Tools zur Webseitenanalyse</li> <li>• Einrichtung und Anwendung von Google Analytics und Google Search Console in der Praxis</li> <li>• Berichte in Google Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions</li> <li>• Definition von Zielvorhaben</li> <li>• Kennzahlen (KPI) in Google Analytics</li> <li>• Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktanfragen, Bekanntheit, uvm.)</li> <li>• Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking, UTM Parameter in Google Analytics</li> <li>• Verknüpfung von Google Ads und Google Analytics</li> <li>• Interpretation und Auswertung der Daten</li> <li>• Anwendungsbeispiele</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KWXX/XX	TT.MM. JJJJ - TT.MM. JJJJ	<b>Abgabe der Abschlussleistungen:</b>		<b>Facharbeit* und Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertigstellung der Facharbeit</li> <li>• Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul> <b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen</li> </ul>	
TT.MM. JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	<b>Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abschlussveranstaltung</li> <li>• Präsentation</li> <li>• Feedback zur Facharbeit* im Plenum</li> <li>• Evaluation</li> <li>• Abschlussfotos</li> <li>• Lehrgangsende</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>

			60	Lehrgangsende	
--	--	--	----	---------------	--

KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	20	*Facharbeit = Erstellung eines Handlungskonzepts (Strategie) im Verlauf des Lehrgangs zu einem individuell gewählten Anwendungsfall.		
		80			
KWXX-XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	<b>eTutor/in für die virtuelle Lernplattform:</b> eTutorin			