

Online Marketing Manager (IHK)					
Januar – März 2022					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
28.01.2022	Fr	10.00 – 14.00	6	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • 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 04/05	28.01.2022 – 03.02.2022			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW 05/06	Expertenchat	04.02.2022 – 10.02.2022 10.02.2022 18.00-20.00 Uhr	10	Web Usability und Mobile Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe zum Webseitenaufbau: Website, Webseiten, Homepage, Landingpage • Nutzerfreundlichkeit: Web Usability • User Experience • Kriterien für eine gute Web Usability • Usability Testmethoden • Mobile Marketing • Responsive Webdesign • Mobile Websites • Mobile Apps • Mobile Advertising • Best Practice Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1 	Dozent/in
KW 06/07	Expertenchat	11.02.2022 – 17.02.2022 17.02.2022 18.00-20.00 Uhr	10	SEO: OnPage und OffPage <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung • Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage • Darstellung in den Suchergebnissen • Keyword Recherche 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Strukturen (Webseite, Landingpage, Navigation, URL) • Content Optimierung (Texte, Bilder, Videos, Keywords) • SEO OffPage (Inbound- und Outbound-Links) • Linkbuilding: Linkpopularität, Linkgenerierung, Linkqualität • Methoden und Techniken für den Linkaufbau (Backlinks, Linkbait, Social Media, Foren etc.) • SEO Tools, Webseitenanalyse • Best Practice Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 2 	
KW 07/08	<p>18.02.2022 – 24.02.2022</p> <p>Expertenchat 24.02.2022 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Online Anzeigen: Social Media Advertising</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Social Media Advertising • Social Media Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken • Werbemanagement Tools • Unterschiede der Werbemöglichkeiten und Kampagnen auf sozialen Plattformen • Gesponserte Inhalte und Paid Content • Targeting für Werbekampagnen • Generierung von Reichweite durch Werbung • Steuerung von Kampagnen • Auswertung und Kennzahlen • Best Practice Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 3 	Dozent/in
KW 08/09	<p>25.02.2022 – 03.03.2022</p> <p>Expertenchat 03.03.2022 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Anzeigenschaltung mit Google Ads: Such-, Display-, Video- und App Anzeigen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von Google Ads • Funktionsumfang und Einstellungen • Erste Schritte: Konto anlegen, Bedienung • Kampagnentypen: Such- und/oder Displaynetzwerk • Anzeigenformate: Text-, Responsive-, Bild-, App, Video-, Produkt Shopping und Showcase Shopping- Anzeigen • Kampagnen und Anzeigengruppen über Google Ads • Budget, Gebote und Abrechnungsmodelle • Keywords • Kriterien einer guten Text-, Display-, Video- und App Anzeige 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Anzeigenverwaltung • Auswertung und Kennzahlen • Best Practice Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 4 	
KW 09/10	<p>04.03.2022 – 10.03.2022</p> <p>Expertenchat 10.03.2022 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Direktmarketing: eMail-Marketing und Newsletter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter-Marketing • Newsletter-Software • Anmeldung, Adressverwaltung und Datenschutz • Double-Opt-In, Einwilligung und Möglichkeit des Abbestellens • Impressumspflicht • Kriterien für einen guten Newsletter • Mehrwert für den Abonnenten • Gestaltung, Design, Versandzeitpunkt • Rechtssicheres eMail-Marketing • Einbindung des Newsletters in die Webpräsenz • Auswertung und Kennzahlen • Best Practice Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 5 	Dozent/in
KW 10/11	<p>11.03.2022 – 17.03.2022</p> <p>Expertenchat 17.03.2022 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Webcontrolling: Google Analytics und Google Search Console</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Web Controllings • Instrumente: Tools zur Webseitenanalyse • Einrichtung und Anwendung von Google Analytics und Google Search Console in der Praxis • Berichte in Google Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions • Definition von Zielvorhaben • Kennzahlen (KPI) in Google Analytics • Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktanfragen, Bekanntheit, uvm.) • Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking, UTM Parameter in Google Analytics • Verknüpfung von Google Ads und Google Analytics • Interpretation und Auswertung der Daten • Anwendungsbeispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 6 	Dozent/in

KW 11/12	18.03.2022 – 24.03.2022		8	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 	
	Abgabe der Abschlussleistungen Donnerstag, 24.03.2022 (bis 12.00 Uhr)				
28.03.2022	Mo	10.00 - 15.15	7	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	
			80	Lehrgangsende	
KW 04-12	28.01.2022 – 24.03.2022		eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin		