

Online Marketing Manager (IHK)					
März - Juni 2022					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
16.03. 2022	Mi	18.00 - 21.15	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 11/12	16.03.2022 – 23.03.2022			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
23.03. 2022	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	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 	Dozent/in
KW 12/13	24.03.2022 – 30.03.2022		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 1	
30.03. 2022	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	SEO: OnPage und OffPage <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung • Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage 	Dozent/in

				<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung in den Suchergebnissen • Keyword Recherche • 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 	
KW 13/14	31.03.2022 – 06.04.2022		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2	
06.04. 2022	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Online Anzeigen: Social Media Advertising <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 	Dozent/in
KW 14/15	07.04.2022 – 13.04.2022		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3	
KW 15-17	13.04.2022 – 26.04.2022		Osterferien		
27.04. 2022	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Anzeigenschaltung mit Google Ads: Such-, Display-, Video- und App Anzeigen <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von Google Ads • Funktionsumfang und Einstellungen • Erste Schritte: Konto anlegen, Bedienung • Kampagnentypen: Such- und/oder Displaynetzwerk 	Dozent/in

				<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Anzeigenverwaltung • Auswertung und Kennzahlen • Best Practice Beispiele 	
KW 17/18	28.04.2022 – 04.05.2022		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4	
04.05. 2022	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Direktmarketing: eMail-Marketing und Newsletter <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 	Dozent/in
KW 18/19	05.05.2022 – 11.05.2022		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5	
11.05. 2022	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Webcontrolling: Google Analytics und Google Search Console <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 	Dozent/in

				<ul style="list-style-type: none"> • 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 	
KW 19/20	12.05.2022 – 18.05.2022		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6	
KW 20/21	19.05.2022 – 25.05.2022 Abgabe der Abschlussleistungen Mittwoch, 25.05.2022 bis 12.00 Uhr		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 	
01.06. 2022	Mi	14.00 – 19.00 Uhr	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			80	Lehrgangsende	

KW 11-21	16.03.2022 – 25.05.2022	eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin
----------	----------------------------	---