

Online Marketing Manager Advanced (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	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 XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW XX/XX	Online-Seminar: TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ		10	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 • Optimierung der Online-Marketing--Strategie - Teil 1 	Dozent/in

<p>KW XX/XX</p>	<p>Online-Seminar TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p>	<p>10</p>	<p>Google Ads: Optimierung von Google Anzeigen</p> <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 • 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 • Optimierung der Online-Marketing--Strategie - Teil 2 	<p>Dozent/in</p>
<p>KW XX/XX</p>	<p>Online-Seminar: TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p>	<p>10</p>	<p>Web-Controlling: Erweiterte Analysen mit Google Analytics</p> <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 • Optimierung der Online-Marketing--Strategie - Teil 3 	<p>Dozent/in</p>
<p>KW XX/XX</p>	<p>Abgabe der Abschlussleistungen</p>	<p>8</p>	<p>Facharbeit und Abschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation 	

	Mittwoch, TT.MM.JJJJ (bis 12.00 Uhr)			Abgabe der Facharbeit + Präsentation: • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen	
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	Abschluss • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende	Business Academy Ruhr GmbH
			50	Lehrgangsende	

KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin
-------------	----------------------------	---