

Online Marketing Manager (IHK) Oktober – Dezember 2022					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
18.10.2023	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 42/43	18.10.2023 – 25.10.2023			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
25.10.2023	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Web Usability und User Experience <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe zum Aufbau einer Website • Usability Faktoren • Mobile Optimierung • Ladezeitenoptimierung • Design Faktoren • Joy of Use • Methoden zur Messung der Usability • Usability- und UX-Analyse mittels Experten-Review • Best Practice Beispiele 	Dozent/in
KW 43/44	26.10.2023 – 01.11.2023		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1	
KW 44/45	01.11.2023 – 07.11.2023			Feiertagspause	
08.11.2023	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	SEO: OnPage und OffPage <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung • Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage • 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 	Dozent/in
KW 45/46	09.11.2023 – 15.11.2023		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2	

15.11.2023	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 46/47	16.11.2023 – 22.11.2023		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3	
22.11.2023	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 • 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 	Dozent/in
KW 47/48	23.11.2023 – 29.11.2023		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4	
29.11.2023	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Direktmarketing: E-Mail-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 E-Mail-Marketing • Einbindung des Newsletters in die Webpräsenz • Auswertung und Kennzahlen • Best Practice Beispiele 	Dozent/in

KW 48/49	30.11.2023 – 06.12.2023		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5	
06.12. 2023	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Web-Controlling: Google Analytics und Google Search Console <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Web-Controllings • Kennzahlen (KPI) zur Analyse einer Website • Tools zur Analyse einer Website • Einrichtung und Anwendung der Google Search Console • Einrichtung und Anwendung von Google Analytics • Berichte und Kennzahlen in Google Analytics • Interpretation, Auswertung und Reporting • Monitoring von Social Media Kampagnen • Monitoring von Google Ads Kampagnen und Verknüpfung mit Google Analytics • Monitoring von Newsletter Kampagnen • Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM Parameter 	Dozent/in
KW 49/50	07.12.2023 – 13.12.2023		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6	
KW 50/51	14.12.2023 – 19.12.2023 Abgabe der Abschlussleistungen Dienstag, 19.12.2023 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 	
20.12. 2023	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 42-50	18.10.2023 – 13.12.2023		eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutorin		