

Web Analyst (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	Fr	10.00 – 14.00 Uhr	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 	Dozent*in
Fr, TT.MM. JJJ - Mo, TT.MM. JJJ				Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW	Online-Seminar: Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr Online-Aufgaben Di,TT.MM. JJJ – Mo,TT.MM. JJJ		10	Einführung in Web Analytics <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von Web Analytics • Web-Analyse-Plattformen (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Tag-Management-Systeme (wie z.B. Google Tag Manager oder Matoma Tag Manager) • Website-Testing-Tools (wie z.B. Optimizely) • SEO-Tools (wie z.B. Google Search Console oder SEMrush) • Heatmap-Tools (Hotjar oder Crazy Egg) • Auswahlkriterien für Webanalytics-Tools • Weitere Analyseplattformen (wie z.B. Social Media Analytics Tools) • <i>Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 1)</i> 	Dozent*in
KW	Online-Seminar: Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr Online-Aufgaben Di,TT.MM. JJJ – Mo,TT.MM. JJJ		10	Kennzahlen und Metriken <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Zweck von Kennzahlen und Metriken in der Webanalyse • Unterscheidung zwischen Kennzahlen und Metriken • Grundlegende Web-Kennzahlen (wie z.B. Seitenaufrufe, Conversion Rate, etc.) • Fortgeschrittene Web-Kennzahlen (wie z.B. Traffic-Quellen, Seitenpfade, etc.) • Marketing-Kennzahlen (wie z.B. CTR, CPC, etc.) • Social-Media-Kennzahlen (wie z.B. Engagement Rate, Follower, etc.) • Schwellenwerte und Benchmarks • Definition von KPIs und Auswahl von geeigneten Kennzahlen • <i>Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 2)</i> 	Dozent*in

KW	<p>Online-Seminar: Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p> <p>Online-Aufgaben Di,TT.MM. JJJJ – Mo,TT.MM. JJJJ</p>	10	<p>Web-Analyse-Plattformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web-Analytics-Plattformen in der praktischen Anwendung (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Registrierung und Einrichtung • Trackingcodes, Tags und Cookies • Festlegung von Zielen (Conversions) und Ereignissen • Einrichtung eines E-Commerce Trackings • Integration anderer Plattformen (wie z.B. CRM-System oder E-Mail-Marketing Plattform) • Kampagnen-Tracking und Tracking-Parameter • Berichte • Dimensionen, Metriken und Vergleiche • <i>Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 3)</i> 	Dozent*in
KW	<p>Online-Seminar: Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p> <p>Online-Aufgaben Di,TT.MM. JJJJ – Mo,TT.MM. JJJJ</p>	10	<p>Datenanalyse und -interpretation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenanalyse und -interpretation in Web-Analytics-Plattformen (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Unterscheidung Datenanalyse und Dateninterpretation • Identifizierung und Bereinigung von Inkonsistenzen und Fehlern in der Datenerfassung (z.B. Bot-Traffic) • Datenanalyse im Hinblick auf Zielerreichung und Performance • Definition und Anwendung von Analyseparametern (z.B. Zeitraum, demografische Merkmale, etc.) • Analyse der Konversionsraten • Identifikation von Mustern, Trends und Beziehungen in den Daten • Fortgeschrittene Analysetechniken (z.B. Segmentierung) • Identifizierung von Schwachstellen und Ableitung von Optimierungspotenzialen • <i>Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 4)</i> 	Dozent*in
KW	<p>Online-Seminar: Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p> <p>Online-Aufgaben Di,TT.MM. JJJJ – Mo,TT.MM. JJJJ</p>	10	<p>Reporting</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Reportings • Verschiedene Berichts-Arten • Erstellung von Berichten und Dashboards in Web-Analyse-Plattformen • Erstellung von Berichten mithilfe von Tabellenkalkulationsprogrammen • Erstellung von Berichten in Reporting-Tools • Visualisierung von Daten in Diagrammen, Grafiken und Dashboards • Automatisierung von Berichten • Kommunikation von Berichtsergebnissen • <i>Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 5)</i> 	Dozent*in
KW	<p>Online-Seminar: Montag, TT.MM.JJJJ</p>	10	<p>Datenzusammenführung und -visualisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Ziele der Datenzusammenführung • Tools und Technologien für die Implementierung und Verwaltung eines Data Warehouse (DWH) 	Dozent*in

	18.00-20.00 Uhr		<ul style="list-style-type: none"> • Datenaufbereitung und -bereinigung • Grundlagen und Ziele der Datenvisualisierung • Übersicht über verschiedene Datenvisualisierungstools (z.B. Power BI, Tableau, Looker Studio oder KNIME) • Vor- und Nachteile von Datenvisualisierungstools • Auswahlkriterien für Datenvisualisierungstools • Berichterstellung, Dashboards und Berichtsvorlagen • <i>Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 6)</i> 		
KW	Abgabe der Abschlussleistungen: Sonntag, TT.MM. JJJ (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 		
TT.MM. JJJ	Mo	10.00 – 14.30	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Dozent*in
			80	Lehrgangsende	

TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: Dozent*in
-------------------------	----------------------------------------------------------------