

# Online Marketing Manager (IHK)

## Musterlehrplan

Online Marketing Manager (IHK)					
Musterlehrplan					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	<b>Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung/ Begrüßung</li> <li>Kennenlernen der Gruppe</li> <li>Organisatorisches zum Lehrgang</li> <li>Informationen zur Facharbeit</li> <li>Einführung in die Erstellung einer Strategie</li> <li>Informationen zum Abschluss</li> <li>Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</li> <li>Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ			<b>Einführung in das eLearning, erste Übungen</b>	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ  Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr		10	<b>Web Usability und User Experience</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundbegriffe zum Aufbau einer Website</li> <li>Usability Faktoren</li> <li>Mobile Optimierung</li> <li>Ladezeitenoptimierung</li> <li>Design Faktoren</li> <li>Joy of Use</li> <li>Methoden zur Messung der Usability</li> <li>Usability- und UX-Analyse mittels Experten-Review</li> <li>Best Practice Beispiele</li> <li>Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 1</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ  Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr		10	<b>SEO: OnPage und OffPage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung</li> <li>Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage</li> <li>Darstellung in den Suchergebnissen</li> <li>Keyword Recherche</li> <li>Strukturen (Webseite, Landingpage, Navigation, URL)</li> <li>Content Optimierung (Texte, Bilder, Videos, Keywords)</li> <li>SEO OffPage (Inbound- und Outbound-Links)</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>

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

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 4</li> </ul>	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ  Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	<b>Direktmarketing: E-Mail-Marketing und Newsletter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter-Marketing</li> <li>• Newsletter-Software</li> <li>• Anmeldung, Adressverwaltung und Datenschutz</li> <li>• Double-Opt-In, Einwilligung und Möglichkeit des Abbestellens</li> <li>• Impressumspflicht</li> <li>• Kriterien für einen guten Newsletter</li> <li>• Mehrwert für den Abonnenten</li> <li>• Gestaltung, Design, Versandzeitpunkt</li> <li>• Rechtssicheres eMail-Marketing</li> <li>• Einbindung des Newsletters in die Webpräsenz</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 5</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ  Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	<b>Web-Controlling: Google Analytics und Google Search Console</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Web-Controllings</li> <li>• Instrumente: Tools zur Webseitenanalyse</li> <li>• Einrichtung und Anwendung von Google Analytics und Google Search Console in der Praxis</li> <li>• Berichte in Google Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions</li> <li>• Definition von Zielvorhaben</li> <li>• Kennzahlen (KPI) in Google Analytics</li> <li>• Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktanfragen, Bekanntheit, uvm.)</li> <li>• Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking, UTM Parameter in Google Analytics</li> <li>• Verknüpfung von Google Ads und Google Analytics</li> <li>• Interpretation und Auswertung der Daten</li> <li>• Anwendungsbeispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie - Teil 6</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	8	<b>Facharbeit und Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertigstellung der Facharbeit</li> <li>• Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul>	

	<b>Abgabe der Abschlussleistungen</b> Mittwoch, TT.MM.JJJJ (bis 12.00 Uhr)			<b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b> • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen	
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	7	<b>Abschluss</b> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
			<b>80</b>	<b>Lehrgangsende</b>	

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