

Online Marketing Manager (IHK)					
April - Juni					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
10.04.2024	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 15/16	10.04.2024 – 17.04.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
17.04.2024	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 16/17	18.04.2024 – 24.04.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1	
24.04.2024	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 17/18	25.04.2024 – 01.05.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2	
KW 18/19	01.05.2024 – 07.05.2024			Feiertagspause	

08.05.2024	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 19/20	09.05.2024 – 15.05.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3	
15.05.2024	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 20/21	16.05.2024 – 22.05.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4	
22.05.2024	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 21/22	23.05.2024 – 29.05.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5	
29.05. 2024	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 22/23	30.05.2024 - 05.06.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6	
KW 23/24	06.06.2024 – 12.06.2024 Abgabe der Abschlussleistungen Mittwoch, 12.06.2024 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 	
19.06. 2024	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 15-23	10.04.2024 – 05.06.2024	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in
----------	----------------------------	--