

Online Marketing Manager (IHK)					
September - November					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
04.09 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 36/37	04.09.2024 – 11.09.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
11.09. 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 37/38	12.09.2024 – 18.09.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1	
18.09. 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 38/39	19.09.2024 – 25.09.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2	

25.09.2024	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 39/40	26.09.2024 – 02.10.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3	
02.10.2024	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 40/41	03.10.2024 – 09.10.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4	
09.10.2024	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 41/42	10.10.2024 – 16.10.2024	6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5	
KW 42-44	16.10.2024 – 29.10.2024	Herbstferien		
30.10. 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 <p style="text-align: right;">Dozent*in</p>
KW 44/45	31.10.2024 - 06.11.2024	6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6	
KW 45/46	07.11.2024 – 13.11.2024 Abgabe der Abschlussleistungen Mittwoch, 13.11.2024 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 	
20.11. 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 <p style="text-align: right;">Business Academy Ruhr GmbH</p>
			80	Lehrgangsende

KW 36-43	04.09.2024 – 06.11.2024	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in
----------	----------------------------	--