

Online Marketing Manager (IHK)					
September - November					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
27.09 2024	Fr	10.00 – 14.00	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 39/40	27.09.2024 – 03.10.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW 40/41	04.10.2024 – 10.10.2024	Expertenchat: Donnerstag, 10.10.2024 18.00-20.00 Uhr	10	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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1 	Dozent*in
KW 41/42	11.10.2024 – 17.10.2024	Expertenchat: Expertenchat: Donnerstag, 17.10.2024 18.00-20.00 Uhr	10	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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2 	Dozent*in
KW 42/43	18.10.2024 – 24.10.2024	Expertenchat: Donnerstag, 24.10.2024 18.00-20.00 Uhr	10	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 	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> • Generierung von Reichweite durch Werbung • Steuerung von Kampagnen • Auswertung und Kennzahlen • Best-Practice-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3 	
KW 43/44	<p>25.10.2024 – 31.10.2024</p> <p>Expertenchat: Donnerstag, 31.10.2024 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Anzeigenschaltung mit Google Ads: Such-, Display-, Video- und App Anzeigen</p> <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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4 	Dozent*in
KW 44/45	<p>01.11.2024 – 07.11.2024</p> <p>Expertenchat: Donnerstag, 07.11.2024 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Direktmarketing: E-Mail-Marketing und Newsletter</p> <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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5 	Dozent*in
KW 45/46	<p>08.11.2024 – 14.11.2024</p> <p>Expertenchat: Donnerstag, 14.11.2024 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Web-Controlling: Google Analytics und Google Search Console</p> <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 	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> • Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6 	
KW 46/47	15.11.2024 – 21.11.2024 Abgabe der Abschlussleistungen: Donnerstag, 21.11.2024 (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 	
25.11.2024	Mo	10.00 – 15.15	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 39-46	27.09.2024 – 14.11.2024		eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in	