

Online Marketing Manager (IHK) Dezember 2024 – Februar 2025					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
20.12.2024	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 51/52	20.12.2024 – 23.12.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW 52-01	24.12.2024 – 02.01.2024		Weihnachtsferien		
KW 01/02	03.01.2025 – 09.01.2025	Expertenchat: Donnerstag, 09.01.2025 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 02/03	10.01.2025 – 16.01.2025	Expertenchat: Expertenchat: Donnerstag, 16.01.2025 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 03/04	17.01.2025 – 23.01.2025	Expertenchat: Donnerstag, 23.01.2025	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 	Dozent*in

	18.00-20.00 Uhr		<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3 	
KW 04/05	24.01.2025 – 30.01.2025 Expertenchat: Donnerstag, 30.01.2025 18.00-20.00 Uhr	10	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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4 	Dozent*in
KW 05/06	31.01.2025– 06.02.2025 Expertenchat: Donnerstag, 06.02.2025 18.00-20.00 Uhr	10	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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5 	Dozent*in
KW 06/07	07.02.2025 – 13.02.2025 Expertenchat: Donnerstag, 13.02.2025 18.00-20.00 Uhr	10	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 	Dozent*in

			<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6 		
KW 07/08	14.02.2025 – 20.02.2025	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 		
24.02.2025	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 51-07	20.12.2024 – 13.02.2025	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in		
----------	-------------------------	--	--	--