

# Online Marketing Manager Advanced (IHK)

## Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	TT	10.00 – 14.00	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. JJJ – TT.MM. JJJ			<b>Einführung in das eLearning, erste Übungen</b>	
KW XX/XX	Online-Seminar: Mittwoch, TT.MM.JJJ 18.00-20.00 Uhr  TT.MM. JJJ – TT.MM. JJJ		10	<b>SEO: Prozesse und Techniken optimieren</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue SEO-Entwicklungen, Updates und Auswirkungen</li> <li>• Implementierung von nachhaltigen SEO-Prozessen</li> <li>• Kennzahlen und Analyse mit SEO-Tools (Google Search Console, Google Analytics, uvm.)</li> <li>• Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung</li> <li>• Strukturierung von Inhalten (Index, Noindex, Duplicate Content, usw.)</li> <li>• Technische Optimierung</li> <li>• Einrichtung, Einbindung und Nutzung des Google Tag Managers</li> <li>• Strukturierte Daten und Rich-Suchergebnisse</li> <li>• Snipped-Optimierung</li> <li>• Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 1</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW XX/XX	Online-Seminar Mittwoch, TT.MM.JJJ 18.00-20.00 Uhr  TT.MM. JJJ – TT.MM. JJJ		10	<b>Google Ads: Optimierung von Google Anzeigen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Funktionen und Entwicklungen</li> <li>• Auswahlkriterien für die Kampagnentypen Such- und Displaynetzwerk</li> <li>• Kennzahlen in Google Ads vs. Kampagnen-Auswertung in Google Analytics</li> <li>• Optimierung von Kampagnen: Anzeigengruppen, Anzeigen, Keywords und Anzeigenerweiterungen</li> <li>• Optimierung des Qualitätsfaktors</li> <li>• Kostenoptimierung, automatische Gebotsstrategie</li> <li>• Conversion Tracking</li> <li>• Landingpage Optimierung</li> <li>• Remarketing, Remarketing-Listen erstellen</li> <li>• Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 2</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>

KW XX/XX	Online-Seminar: Mittwoch, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr  TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ		10	<b>Web-Controlling: Erweiterte Analysen mit Google Analytics</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementierung von nachhaltigen Controlling-Prozessen</li> <li>• Berichte und Kennzahlen von Google Analytics 4</li> <li>• erweiterte Analysen mit Vergleichen und Dimensionen</li> <li>• Personalisierung: Berichte und Dashboard</li> <li>• Ereignisse / Conversions: Einrichtung und Optimierung</li> <li>• Zielgruppen und Remarketing-Listen</li> <li>• Planung des Kampagnentrackings</li> <li>• Erstellung von UTM-Parametern</li> <li>• Optimierung der Online-Marketing-Strategie – Teil 3</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW XX/XX	TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ  <b>Abgabe der Abschlussleistungen:</b> Mittwoch, TT.MM. JJJJ (bis 12.00 Uhr)		8	<b>Facharbeit* und Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertigstellung der Facharbeit</li> <li>• Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul> Abgabe der Facharbeit + Präsentation: <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen</li> </ul>	
TT.MM. JJJJ	TT	10.00 – 14.30	6	<b>Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abschlussveranstaltung</li> <li>• Präsentation</li> <li>• Feedback zur Facharbeit im Plenum</li> <li>• Evaluation</li> <li>• Abschlussfotos</li> <li>• Lehrgangsende</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
			<b>50</b>	<b>Lehrgangsende</b>	
KW XX- XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ		<b>eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:</b> eTutor*in		