

# Online Marketing Manager (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	TT.MM. JJJ – TT.MM. JJJ  Expertenchat: Donnerstag, TT.MM.JJJ 18.00-20.00 Uhr		10	<b>Web Usability und User Experience</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe zum Aufbau einer Website</li> <li>• Usability-Faktoren</li> <li>• Mobile Optimierung</li> <li>• Ladezeitenoptimierung</li> <li>• Design-Faktoren</li> <li>• Joy of Use</li> <li>• Methoden zur Messung der Usability</li> <li>• Usability- und UX-Analyse mittels Experten-Review</li> <li>• Best Practice Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW XX/XX	TT.MM. JJJ – TT.MM. JJJ  Expertenchat: Expertenchat: Donnerstag, TT.MM.JJJ 18.00-20.00 Uhr		10	<b>SEO: OnPage und OffPage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung</li> <li>• Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage</li> <li>• Darstellung in den Suchergebnissen</li> <li>• Keyword-Recherche</li> <li>• Strukturen (Webseite, Landingpage, Navigation, URL)</li> <li>• Content Optimierung (Texte, Bilder, Videos, Keywords)</li> <li>• SEO OffPage (Inbound- und Outbound-Links)</li> <li>• Linkbuilding: Linkpopularität, Linkgenerierung, Linkqualität</li> <li>• Methoden und Techniken für den Linkaufbau (Backlinks, Linkbait, Social Media, Foren etc.)</li> <li>• SEO-Tools, Webseitenanalyse</li> <li>• Best-Practice-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW XX/XX	TT.MM. JJJ – TT.MM. JJJ  Expertenchat: Donnerstag, TT.MM.JJJ 18.00-20.00 Uhr		10	<b>Online-Anzeigen: Social-Media-Advertising</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in Social-Media-Advertising</li> <li>• Social-Media-Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken</li> <li>• Werbemanagement-Tools</li> <li>• Unterschiede der Werbemöglichkeiten und Kampagnen auf sozialen Plattformen</li> <li>• Gesponserte Inhalte und Paid Content</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Targeting für Werbekampagnen</li> <li>• Generierung von Reichweite durch Werbung</li> <li>• Steuerung von Kampagnen</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best-Practice-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3</li> </ul>	
KW XX/XX	<p>TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ</p> <p>Expertenchat: Donnerstag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p><b>Anzeigenschaltung mit Google Ads: Such-, Display-, Video- und App Anzeigen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen von Google Ads</li> <li>• Funktionsumfang und Einstellungen</li> <li>• Erste Schritte: Konto anlegen, Bedienung</li> <li>• Kampagnentypen: Such- und/oder Displaynetzwerk</li> <li>• Anzeigenformate: Text-, Responsive-, Bild-, App, Video-, Produkt Shopping und Showcase Shopping- Anzeigen</li> <li>• Kampagnen und Anzeigengruppen über Google Ads</li> <li>• Budget, Gebote und Abrechnungsmodelle</li> <li>• Keywords</li> <li>• Kriterien einer guten Text-, Display-, Video- und App Anzeige</li> <li>• Anzeigenverwaltung</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best-Practice-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW XX/XX	<p>TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ</p> <p>Expertenchat: Donnerstag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p><b>Direktmarketing: E-Mail-Marketing und Newsletter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter-Marketing</li> <li>• Newsletter-Software</li> <li>• Anmeldung, Adressverwaltung und Datenschutz</li> <li>• Double-Opt-In, Einwilligung und Möglichkeit des Abbestellens</li> <li>• Impressumspflicht</li> <li>• Kriterien für einen guten Newsletter</li> <li>• Mehrwert für den Abonnenten</li> <li>• Gestaltung, Design, Versandzeitpunkt</li> <li>• Rechtssicheres E-Mail-Marketing</li> <li>• Einbindung des Newsletters in die Webpräsenz</li> <li>• Auswertung und Kennzahlen</li> <li>• Best-Practice-Beispiele</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
KW XX/XX	<p>TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ</p> <p>Expertenchat: Donnerstag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p><b>Web-Controlling: Google Analytics und Google Search Console</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Web-Controllings</li> <li>• Kennzahlen (KPI) zur Analyse einer Website</li> <li>• Tools zur Analyse einer Website</li> <li>• Einrichtung und Anwendung der Google Search Console</li> <li>• Einrichtung und Anwendung von Google Analytics</li> <li>• Berichte und Kennzahlen in Google Analytics</li> <li>• Interpretation, Auswertung und Reporting</li> <li>• Monitoring von Social-Media-Kampagnen</li> <li>• Monitoring von Google-Ads-Kampagnen und Verknüpfung mit Google Analytics</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoring von Newsletter-Kampagnen</li> <li>• Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter</li> <li>• Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 6</li> </ul>		
KW XX/XX	TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ	Abgabe der Abschlussleistungen: Donnerstag, 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> <b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen</li> </ul>	
TT.MM. JJJJ	TT	10.00 – 15.15	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>80</b>	<b>Lehrgangsende</b>	

KW XX- XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ	<b>eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:</b> eTutor*in
--------------	----------------------------	--