

Online Marketing Manager (IHK)					
März 2025					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
17.03.2025	Mo	08.00 – 15.00	8	<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>
		Ab 15.00 Uhr		<b>Einführung in das eLearning, erste Übungen</b>	
18.03.2025	Di	08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Website-Faktoren: User Experience und Web Usability</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe zum Aufbau einer Website</li> <li>• Grundlagen und Bedeutung User Experience (kurz: UX)</li> <li>• Bereiche der User Experience: Joy of Use, Design und Web Usability</li> <li>• UX-Faktoren</li> <li>• Mobile Optimierung</li> <li>• Ladezeitenoptimierung</li> <li>• Methoden zur Messung der Usability</li> <li>• Usability- und UX-Analyse</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
19.03.2025	Mi	08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Suchmaschinen-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO)</li> <li>• Funktionsweise einer Suchmaschine und Darstellung von Suchergebnissen</li> <li>• Keyword-Recherche und -Optimierung</li> <li>• On-Page-Optimierung: Meta-Tags, Hierarchie und Strukturierung von Content, Bilder-Optimierung, u.v.m.</li> <li>• Methoden und Techniken der Content-Optimierung</li> <li>• Off-Page-Optimierung: Linkbuilding, Social Signals, Reputation, u.v.m.</li> <li>• Methoden und Techniken für den Linkaufbau</li> <li>• SEO-Analyse-Tools</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
20.03.2025	Do	08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Suchmaschinen-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads</li> <li>• Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen, Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-Kampagnen oder Video-Kampagnen</li> <li>• A/B-Testing</li> <li>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords, Kampagnentypen, Anzeigengruppen und Anzeigengestaltung</li> <li>• Gebotsstrategie</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Landingpages</li> <li>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung</li> <li>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> </ul>	
21.03.2025	Fr 08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Facharbeit*</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung der ersten Kapitel der Facharbeit</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
24.03.2025	Mo 08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Online Werbung: Social-Media-Advertising</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Begriffsdefinitionen Social-Media-Advertising</li> <li>• Social-Media-Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken</li> <li>• Werbemanagement-Tools</li> <li>• Gesponserte Inhalte und Paid Content</li> <li>• A/B-Testing</li> <li>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Plattformen, Budget, Zeitplan und Anzeigengestaltung</li> <li>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung</li> <li>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
25.03.2025	Di 08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Direktmarketing: eMail- und Newsletter-Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen E-Mail- und Newsletter-Marketing</li> <li>• Software und Rahmenbedingungen</li> <li>• A/B-Testing</li> <li>• Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppen, Themen, Frequenz und Newslettergestaltung</li> <li>• Listenaufbau und Segmentierung</li> <li>• Datenschutz und rechtliche Aspekte</li> <li>• Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung</li> <li>• Optimierung: Anpassung der Kampagnen</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
26.03.2025	Mi 08.00 - 15.00 Uhr	8	<b>Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen Web-Controlling</li> <li>• Kennzahlen (KPI) und 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, Google-Ads-Kampagnen und Newsletter-Kampagnen</li> <li>• Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter</li> <li>• Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>
27.03.2025	Do 08.00 – 15.00 Uhr	8	<b>Facharbeit und Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenständige Fertigstellung der Facharbeit</li> </ul>	<b>Dozent*in</b>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenständige Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul> <p><b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis (27.03.2025 15.00 Uhr)</li> </ul>	
28.03.2025	Fr 08.00 – 15.00	8	<p><b>Abschluss</b></p> <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 12-13	17.03.2025 – 28.03.2025	<p><b>eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:</b> eTutor*in</p>		

**Angesichts der dynamischen Veränderungen in digitalen Themen behalten wir uns vor, unsere Lehrpläne flexibel an aktuelle Entwicklungen anzupassen.**