

Online Marketing Manager (IHK) Mai - Juli					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
23.05.2025	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 21/22	23.05.2025 – 28.05.2025			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW 22/23	Online-Seminar MITTWOCH, 28.05.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung 29.05.2025 – 05.06.2025		10	Website-Faktoren: User Experience und Web Usability <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe zum Aufbau einer Website • Grundlagen und Bedeutung User Experience (kurz: UX) • Bereiche der User Experience: Joy of Use, Design und Web Usability • UX-Faktoren • Mobile Optimierung • Ladezeitenoptimierung • Methoden zur Messung der Usability • Usability- und UX-Analyse • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 1 	Dozent*in
KW 23/24	Online-Seminar Donnerstag, 05.06.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung 06.06.2025 – 12.06.2025		10	Suchmaschinen-Ranking: Suchmaschinenoptimierung (SEO) <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO) • Funktionsweise einer Suchmaschine und Darstellung von Suchergebnissen • Keyword-Recherche und -Optimierung • On-Page-Optimierung: Meta-Tags, Hierarchie und Strukturierung von Content, Bilder-Optimierung, u.v.m. • Methoden und Techniken der Content-Optimierung • Off-Page-Optimierung: Linkbuilding, Social Signals, Reputation, u.v.m. • Methoden und Techniken für den Linkaufbau • SEO-Analyse-Tools • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 2 	Dozent*in
KW 24/25	Online-Seminar Donnerstag, 12.06.2025 17.30-21.30 Uhr Online-Vertiefung		10	Suchmaschinen-Anzeigen: Suchmaschinenwerbung (SEA) <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffsdefinitionen Google Ads • Kampagnentypen: Suchnetzwerk-Kampagnen, Displaynetzwerk-Kampagnen, Shopping-Kampagnen oder Video-Kampagnen • A/B-Testing 	Dozent*in

	13.06.2025 – 18.06.2025		<ul style="list-style-type: none"> • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Keywords, Kampagnentypen, Anzeigengruppen und Anzeigengestaltung • Gebotsstrategie • Landingpages • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 3 	
KW 25/26	<p>Online-Seminar MITTWOCH, 18.06.2025 17.30-21.30 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung 19.06.2025 – 26.06.2025</p>	10	<p>Online Werbung: Social-Media-Advertising</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffsdefinitionen Social-Media-Advertising • Social-Media-Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken • Werbemanagement-Tools • Gesponserte Inhalte und Paid Content • A/B-Testing • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppe, Plattformen, Budget, Zeitplan und Anzeigengestaltung • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 4 	Dozent*in
KW 26/27	<p>Online-Seminar Donnerstag, 26.06.2025 17.30-21.30 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung 27.06.2025 – 03.07.2025</p>	10	<p>Direktmarketing: eMail- und Newsletter-Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen E-Mail- und Newsletter-Marketing • Software und Rahmenbedingungen • A/B-Testing • Kampagnenplanung: Ziel, Zielgruppen, Themen, Frequenz und Newslettergestaltung • Listenaufbau und Segmentierung • Datenschutz und rechtliche Aspekte • Monitoring: Steuerung und Überwachung der Kampagnenleistung • Optimierung: Anpassung der Kampagnen • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung einer Online-Marketing-Strategie – Teil 5 	Dozent*in
KW 27/28	<p>Online-Seminar Donnerstag, 03.07.2025 17.30-21.30 Uhr</p> <p>Online-Vertiefung 04.07.2025 – 10.07.2025</p>	10	<p>Web-Controlling: Performance-Analyse und Optimierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Web-Controlling • Kennzahlen (KPI) und 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, Google-Ads-Kampagnen und Newsletter-Kampagnen • Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking und UTM-Parameter • Entwicklungen / Updates / Praxis-Beispiele • Erstellung der Online-Marketing-Strategie – Teil 6 	Dozent*in

KW 28/29	11.07.2025 – 17.07.2025 Abgabe der Abschlussleistungen: Donnerstag, 17.07.2025 (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
21.07. 2025	Mo	10.00 – 15.15	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> Abschlussveranstaltung Präsentation Feedback zur Facharbeit im Plenum Evaluation Abschlussfotos Lehrgangsende
			80	Lehrgangsende

KW 21-28	23.05.2025 – 10.07.2025	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in
----------	----------------------------	---

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