

Web Analyst (IHK)

Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM. JJJ	TT	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 XX/XX	TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW XX/XX	Online-Seminar Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ		10	Einführung in Web Analytics <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von Web Analytics • Web-Analyse-Plattformen (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Tag-Management-Systeme (wie z.B. Google Tag Manager oder Matoma Tag Manager) • Website-Testing-Tools (wie z.B. Optimizely) • SEO-Tools (wie z.B. Google Search Console oder SEMrush) • Heatmap-Tools (Hotjar oder Crazy Egg) • Auswahlkriterien für Webanalytics-Tools • Weitere Analyseplattformen (wie z.B. Social Media Analytics Tools) • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 1) 	Dozent*in
KW XX/XX	Online-Seminar Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ		10	Kennzahlen und Metriken <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Zweck von Kennzahlen und Metriken in der Webanalyse • Unterscheidung zwischen Kennzahlen und Metriken • Grundlegende Web-Kennzahlen (wie z.B. Seitenaufrufe, Conversion Rate, etc.) • Fortgeschrittene Web-Kennzahlen (wie z.B. Traffic-Quellen, Seitenpfade, etc.) • Marketing-Kennzahlen (wie z.B. CTR, CPC, etc.) • Social-Media-Kennzahlen (wie z.B. Engagement Rate, Follower, etc.) • Schwellenwerte und Benchmarks • Definition von KPIs und Auswahl von geeigneten Kennzahlen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 2) 	Dozent*in

<p>KW XX/XX</p>	<p>Online-Seminar Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p> <p>TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ</p>	<p>10</p>	<p>Web-Analyse-Plattformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web-Analytics-Plattformen in der praktischen Anwendung (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Registrierung und Einrichtung • Trackingcodes, Tags und Cookies • Festlegung von Zielen (Conversions) und Ereignissen • Einrichtung eines E-Commerce Trackings • Integration anderer Plattformen (wie z.B. CRM-System oder E-Mail-Marketing Plattform) • Kampagnen-Tracking und Tracking-Parameter • Berichte • Dimensionen, Metriken und Vergleiche • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 3) 	<p>Dozent*in</p>
<p>KW XX/XX</p>	<p>Online-Seminar Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p> <p>TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ</p>	<p>10</p>	<p>Datenanalyse und -interpretation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenanalyse und-interpretation in Web-Analytics-Plattformen (wie z.B. Google Analytics oder Matomo) • Unterscheidung Datenanalyse und Dateninterpretation • Identifizierung und Bereinigung von Inkonsistenzen und Fehlern in der Datenerfassung (z.B. Bot-Traffic) • Datenanalyse im Hinblick auf Zielerreichung und Performance • Definition und Anwendung von Analyseparametern (z.B. Zeitraum, demografische Merkmale, etc.) • Analyse der Konversionsraten • Identifikation von Mustern, Trends und Beziehungen in den Daten • Fortgeschrittene Analysetechniken (z.B. Segmentierung) • Identifizierung von Schwachstellen und Ableitung von Optimierungspotenzialen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 4) 	<p>Dozent*in</p>
<p>KW XX/XX</p>	<p>Online-Seminar Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p> <p>TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ</p>	<p>10</p>	<p>Reporting</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Reportings • Verschiedene Berichts-Arten • Erstellung von Berichten und Dashboards in Web-Analyse-Plattformen • Erstellung von Berichten mithilfe von Tabellenkalkulationsprogrammen • Erstellung von Berichten in Reporting-Tools • Visualisierung von Daten in Diagrammen, Grafiken und Dashboards • Automatisierung von Berichten • Kommunikation von Berichtsergebnissen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 5) 	<p>Dozent*in</p>

KW XX/XX	Online-Seminar Montag, TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ		10	Datenzusammenführung und -visualisierung <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Ziele der Datenzusammenführung • Tools und Technologien für die Implementierung und Verwaltung eines Data Warehouse (DWH) • Datenaufbereitung und -bereinigung • Grundlagen und Ziele der Datenvisualisierung • Übersicht über verschiedene Datenvisualisierungstools (z.B. Power BI, Tableau, Looker Studio oder KNIME) • Vor- und Nachteile von Datenvisualisierungstools • Auswahlkriterien für Datenvisualisierungstools • Berichterstellung, Dashboards und Berichtsvorlagen • Erstellung einer Analytics-Strategie (Teil 6) 	Dozent*in
KW XX/XX	TT.MM. JJJJ – TT.MM. JJJJ Abgabe der Abschlussleistungen: TT.MM. JJJJ (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 	
TT.MM. JJJJ	TT	10.00 – 14.30	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 XX- XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ		eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in		