



TAW Wuppertal Online Marketing Manager (IHK) Dezember 2021 – Februar 2022					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
06.12.2021	Mo	18.00 – 21.00	6	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> - Einführung/ Begrüßung - Kennenlernen der Gruppe - Organisatorisches zum Lehrgang - Informationen zur Facharbeit*/ zum Abschluss - Einführung in die Online Strategie - Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform - Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KW49/50	07.12.2021 – 13.12.2021			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
13.12.2021	Mo	18.00 – 21.00	4	Web Usability und Mobile Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe zum Webseitenaufbau: Website, Webseiten, Homepage, Landingpage - Nutzerfreundlichkeit: Web Usability - User Experience - Kriterien für eine gute Web Usability - Usability Testmethoden - Mobile Marketing - Responsive Webdesign - Mobile Websites - Mobile Apps - Mobile Advertising - Best Practice Beispiele 	Dozent/in Unternehmen/ Fachbereich
KW50/51	14.12.2021 – 20.12.2021		4	Vertiefende Onlineübungen	
KW50/51	21.12.2021 – 09.01.2022		Weihnachtspause		
10.01.2022	Mo	18.00 – 21.00	4	SEO: OnPage und OffPage <ul style="list-style-type: none"> - Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung - Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage - Darstellung in den Suchergebnissen - Keyword Recherche - Strukturen (Webseite, Landingpage, Navigation, URL) - Content Optimierung (Texte, Bilder, Videos, Keywords) - SEO OffPage (Inbound- und Outbound-Links) - Linkbuilding: Linkpopularität, Linkgenerierung, Linkqualität - Methoden und Techniken für den Linkaufbau (Backlinks, Linkbait, Social Media, Foren etc.) - SEO Tools, Webseitenanalyse - Best Practice Beispiele 	Dozent/in Unternehmen/ Fachbereich



KW02/03	10.02.2022 – 17.01.2022		4	Vertiefende Onlineübungen	
17.01.2022	Mo	18.00 – 21.00	4	Online Anzeigen: Social Media Advertising <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Social Media Advertising - Social Media Ads in verschiedenen sozialen Netzwerken - Werbemanagement Tools - Unterschiede der Werbemöglichkeiten und Kampagnen auf sozialen Plattformen - Gesponserte Inhalte und Paid Content - Targeting für Werbekampagnen - Generierung von Reichweite durch Werbung - Steuerung von Kampagnen - Auswertung und Kennzahlen - Best Practice Beispiele 	Dozent/in Unternehmen/ Fachbereich
KW03/04	17.01.2022 – 24.01.2022		4	Vertiefende Onlineübungen	
24.01.2022	Mo	18.00 – 21.00	4	Anzeigenschaltung mit Google Ads: Such-, Display-, Video- und App Anzeigen <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen von Google Ads - Funktionsumfang und Einstellungen - Erste Schritte: Konto anlegen, Bedienung - Kampagnentypen: Such- und/oder Displaynetzwerk - Anzeigenformate: Text-, Responsive-, Bild-, App-, Video-, Produkt Shopping und Showcase Shopping-Anzeigen - Kampagnen und Anzeigengruppen über Google Ads - Budget, Gebote und Abrechnungsmodelle - Keywords - Kriterien einer guten Text-, Display-, Video- und App Anzeige - Anzeigenverwaltung - Auswertung und Kennzahlen - Best Practice Beispiele 	Dozent/in Unternehmen/ Fachbereich
KW04/05	24.01.2022 – 31.01.2022		4	Vertiefende Onlineübungen	
31.01.2022	Mo	18.00 – 21.00	4	Direktmarketing: eMail-Marketing und Newsletter <ul style="list-style-type: none"> - Newsletter-Marketing - Newsletter-Software - Anmeldung, Adressverwaltung und Datenschutz - Double-Opt-In, Einwilligung und Möglichkeit des Abbestellens - Impressumspflicht - Kriterien für einen guten Newsletter - Mehrwert für den Abonnenten - Gestaltung, Design, Versandzeitpunkt - Rechtssicheres eMail-Marketing - Einbindung des Newsletters in die Webpräsenz - Auswertung und Kennzahlen 	Dozent/in Unternehmen/ Fachbereich



				- Best Practice Beispiele	
KW05/06	31.01.2022 – 07.02.2022		4	Vertiefende Onlineübungen	
07.02. 2022	Mo	18.00 – 21.00	4	Webcontrolling: Google Analytics und Google Search Console <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Web Controllings - Instrumente: Tools zur Webseitenanalyse - Einrichtung und Anwendung von Google Analytics und Google Search Console in der Praxis - Berichte in Google Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions - Definition von Zielvorhaben - Kennzahlen (KPI) in Google Analytics - Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktforderungen, Bekanntheit, uvm.) - Trackingmethoden, Kampagnen-Tracking, UTM Parameter in Google Analytics - Verknüpfung von Google Ads und Google Analytics - Interpretation und Auswertung der Daten Anwendungsbeispiele	Dozent/in Unternehmen/ Fachbereich
KW06/07	07.02.2022 – 14.02.2022		4	Vertiefende Onlineübungen	
KW07/08	15.02.2022 – 20.02.2022 Abgabe der Facharbeit: Sonntag, 20.02.2022 Bis 23:55 Uhr			Facharbeit* und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> - Fertigstellung der Facharbeit - Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit: digitale Version auf der Lernplattform hochladen	
21.02. 2022	Mo	14.00 – 21.00	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> - Abschlussveranstaltung - Präsentation - Feedback zur Facharbeit* im Plenum - Evaluation - Abschlussfotos - Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			60	Lehrgangsende	
KW50-08	06.12.2021 – 20.02.2022		20	*Facharbeit = Erstellung eines Handlungskonzepts (Strategie) im Verlauf des Lehrgangs zu einem individuell gewählten Anwendungsfall.	
			80		
KW50-07	06.12.2021 – 14.02.2022			eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: Dozent/in (Unternehmen/ Fachbereich)	