

Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

Themenbereich: Business Information Engineering

Modul-bezeichnung	Advanced Online Marketing KPIs (Advanced Online Marketing KPIs)
Belegnummer	4213
Studiengang / Verwendbarkeit	Masterstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwortliche(r)	David Richter
Dozent(in)	David Richter
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Abschlusspräsentation und -dokumentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	Im Rahmen des Projektes werden gemeinsam versch. Arbeitspakete definiert und eigenständig durch Studenten (oder studentische Gruppen) ausgearbeitet. Es gilt sich dabei intensiv mit gängigen Methoden und Kennzahlen im Online Marketing kritisch und umfassend auseinanderzusetzen, um Anwendungsfälle bei der Implementierung, Aufbereitung und Interpretation von Maßnahmen und Kennzahlen des fortgeschrittenen Online Marketings kennen zu lernen. Fokus der auszuarbeitenden Themen liegt auf der Überprüfung und Interpretation von Kennzahlen aus gängigen Tools, wie bspw. Sistrix, Google Analytics oder auch auf der umfassenden Ausarbeitung und Anwendung von Tools wie dem Google Tag Manager oder den Excel Tools for SEO. Themenvorschläge werden gemeinsam im Rahmen der Vorlesung und entsprechend der Vorkenntnisse in den zu behandelnden Online Marketing Disziplin oder Methoden definiert.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Vermittlung von fortgeschrittenen Fertigkeiten im Umgang mit Online Marketing Kennzahlen, Maßnahmen und / oder Kenngrößen.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Einschlägige Vorkenntnisse und praktische Erfahrungen im Bereich Online Marketing oder einzelnen Online Marketing Disziplinen.
Häufigkeit des Angebots	Turnus: Jährlich Dauer: 1 Semester

Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	-
Literatur	Wird im Rahmen der Vorlesung vorgestellt.

Stand: 24.03.2015, 17:52:21