Studiengang Informationswissenschaft (Master of Science)

Themenbereich: Business Information Engineering

Modul-bezeichnung	Professionelles Website Boosting im Online Marketing (Professional website boosting within online marketing)
Belegnummer	4214
Studiengang / Verwendbarkeit	Masterstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort-liche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Frank Dörr (www.spinpool.de), Prof. Dr. Bernd Jörs
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Benotete Prüfungsstudienarbeit und mündliche Prüfung (Abschlusspräsentation)
Sprache	Deutsch

Inhalt	Die Betonung des Projektinhalts liegt auf den konkret anwendungsorientierten Arbeiten der „Zielverbesserung“ von Webseiten durch die Umsetzung von professionellen Marketingstrategien, die in der Praxis für solche Online-Projekte angewandt werden. Dabei ist es das inhaltliche Ziel, den Studierenden reichhaltige und langjährige Erfahrung mit der Optimierung solcher Online Marketing-Aktivitäten, wie sie im Alltag benötigt werden, zu vermitteln und durch unmittelbare Erfahrung der Studierenden kritisch auf Erfolgspotenziale zu untersuchen. Deshalb zählen adäquate Online-Marketing-(Erfolgs)Messmethoden und deren konkreter Einsatz sowie deren kritische Bewertung ebenfalls zum unumgänglichen Projektinhalt wie die Formulierung und das Testen von Monetarisierungsstrategien Wie aus den Online-Marketing-Projekten bekannt steht hier wiederum das Erlernen von theoretischen und vor allem anwendungsbezogenen Online-Marketing-Know how im Vordergrund, wobei im hier angebotenen Masterprojekt eine Vertiefung der Vorkenntnisse im Mittelpunkt steht, im Sinne eines „Advanced Online Marketing“. Um das zu ermöglichen, konnte mit einem der „Cracks“ der deutschen Online-Marketing-Szene, **Herrn Frank Doerr**, u.a. **www.spinpool.de**, ein langjährig mit der komplexen Materie vertrauter Dozent für dieses Masterprojekt gewonnen werden, der nahezu von Anfang dabei war und Dauergast auf allen einschlägigen Online-Marketing- bzw. SEO-Kongresse ist. Folgende inhaltlichen Aspekte sollen behandelt werden: 1. **Projektauswahl** (inkl. Projektkonsolidierung) 2. **Zieldefinition, Strategien der Monetarisierung** 3. Konzeptionierung der **Informationsarchitektur** 4. **Design & Layout** (Wordpress Theme-Recherche, Theme-Optimierung) 5. **Content Marketing** - redaktionelle Betreuung (eigene Texte, Textbörsen, Autorengewinnung, Interviews) 6. **Social Media Marketing** / **Seeding** 7. **Erfolgsmessung** / **Auswertung** (laufend & nach Zielpunkten) Projektauswahl: Kommentar Frank Doerr: Ich betrachte das Masterstudium als eminent wichtige direkte Berufsvorbereitung. Insofern wird dieses Projekt einen intensiven Praxisbezug erhalten, um die Teilnehmer auf die Anforderungen speziell von KMU vorzubereiten. Die Spinpool GmbH stellt deshalb ein Portfolio an bereits bestehenden und aussichtsreichen Projekten verschiedenster Themenbereiche zur Verfügung, aus denen die Teilnehmer sich eines oder mehrere auswählen und intensiv nach obengenannten Aspekten in Kleingruppen betreuen. Hinsichtlich der Anforderungen sind entsprechende Hardware und Internetanbindung selbstverständlich. Jeder Teilnehmer sollte Begeisterung für das Thema Online-Marketing, Zuverlässigkeit und entsprechendes Engagement mitbringen. Wesentliche Teil der Projektbetreuung werden über asynchrone digitale Kommunikationskanäle stattfinden, so dass auch entsprechende schriftliche Kommunikationsfähigkeiten und -strategien unabdingbar sind.

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden können durch Einsatz verschiedener Techniken aus den Segmenten der Suchmaschinenoptimierung (SEO), der Webanalyse, der Geschäftsmodell-Gestaltung und Vermarktung bestehende Websites optimieren. Auf der Grundlage der Vermittlung eines ganzheitlichen Online-Marketing-Verständnisses und der technischen Auswertungserfordernisse sowie der Kennzahlensystematik der Web Analytics (Web-Controlling) erlernen Studierende die Vielzahl von professionellen Techniken und Methoden zur Sichtbarkeits-, Traffic-, Reichweiten- und Monetarisierungsoptimierung von bestehenden digitalen Plattformen allgemeiner Art und/oder des E-Commerce. Sie erlernen ebenso das Nutzer- bzw. Besucherverhalten durch u.a. deduktiv-experimentelle Vorgehensweisen besser zu verstehen und darauf zu reagieren. Auch die Beherrschung des methodischen Rüstzeugs, um Web Analyse-Reports zu erstellen und zielgerecht einzusetzen, Key Performance Indicators zu definieren, auszulegen und auch für Web 2.0-Erfordernisse vorzubereiten, Auswertungsdaten zu segmentieren und zu filtern sowie Profile einzurichten, sollen als Kompetenzen vermittelt werden.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4 SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Interesse an Online Marketing und Performance Measurement. Vorkenntnisse aus den Bereichen der Suchmaschinenoptimierung, der Web Analyse oder des Suchmaschinen- bzw. Performance Marketing wären von Vorteil. **Und wirklich "Bock" auf dieses Projekt.**
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	1. Hassler, Marco: Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Webseite optimieren, 2. Auflage, Verlagsgruppe Hüthig-Jehle-Rehm, 2010 2. Kaushik, Avinash: Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, John Wiley & Sons, 2009 3. Fischer, Mario: Website Boosting 2.0: Suchmachinen-Optimierung, Usability, Online Marketing, 2. Auflage, mitp, 2008 4. Golbeck, Jennifer: Trust on the World Wide Web: A Survey. Foundations and Trends in Web Science, Vol. 1, Issue 2, Maryland, 2008 5. O'Hara, Kieron; Hall, Wendy: Web Science. In: Association of Learning Technologies, Newsletter 12, 2008. 6. Wright, Alex; Web Science meets network science. In: Communications of the ACM, Vol. 54, Issue 5, May 2011 7. Hendler, James; Shadbolt, Nigel; Hall, Wendy; Berners-Lee, Tim; Weitzner, Daniel: Web Science: an interdisciplinary approach to understanding the web. In: Communications of the ACM, Vol. 51, Issue 7, Juli 2008 8. Fachzeitschrift "Website Boosting" & www.suchradar.de Zusätzliche projektbegleitende Unterlagen und Reader

Stand: 27.03.2015, 11:15:05