

# Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

## Wahlpflichtkatalog

### Themenbereich: Online Marketing

<b>Modulbezeichnung</b>	Suchmaschinenoptimierung (search engine optimization SEO)
<b>Belegnummer</b>	7404
<b>Studiengang / Verwendbarkeit</b>	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft; Digital Media; Online Journalismus, Wissenschaftsjournalismus
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Bernd Jörs
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Bernd Jörs, Lehrbeauftragte
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Credits</b>	10 CP
<b>Prüfungsart</b>	Prüfungsleistung (PL): Klausur oder schriftliche Hausarbeit bzw. Präsentation: Benotet
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Inhalt</b>	<p>Im theoretischem Teil des Projekt werden folgende Inhalte vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bedeutung von SEO und Online Marketing im Marketingmix:</li><li>• Keywordanalyse; Technisches SEO ; Informationsarchitektur ; Linkbuilding; Controlling und Forecast</li><li>• Im praktischen Teil des Projekts sollen die studentischen Projektgruppenselbstständig Websites aufbauen und die theoretischen Lehrinhalte entsprechend anwenden. Auch hier geht es nicht darum Websites zu Kunstthemen aufzubauen. Vielmehr sollen Nischen identifiziert und mithilfe von SEO echte Nutzer gewonnen werden. Erste Aspekte einer späteren Vermarktung der Website im Sinne des Suchmaschinenmarketing (Affiliate Marketing) werden angesprochen.</li></ul>

<b>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</b>	Studierende der Lehrveranstaltung Search Engine Optimization (SEO) werden befähigt, mithilfe marktgängiger Suchmaschinenanbieter, vor allem Google, diese als Instrument der Marktforschung zu nutzen, die damit verbundenen methodischen und inhaltlichen Erkenntnisse in die strategische Unternehmensplanung einfließen zu lassen sowie mit Instrumenten der Suchmaschinenoptimierung eigene Webangebote an die Erwartungen und Bedürfnisse der Nutzer antizipativ anzupassen. Dabei erlernen die Studierenden nicht nur operative Techniken der Trafficgenerierung, sondern formulieren nachhaltige Strategien und Lösungen, die es erlauben, dass die richtigen Kunden gefunden und konvertiert werden. Die Studierenden werden hierbei das gesamte Spektrum der grundlegenden Methodiken der Suchmaschinenoptimierung einzusetzen und an ganz konkreten Anwendungsfällen kritisch auf die Erfolgswirksamkeit zu prüfen lernen. Die Projektteilnehmer sollen nach der Einführung in der Lage sein, selbstständig die Methoden anzuwenden und kritisch zu beurteilen. Sie werden in der Lage sein, die eigenen Inhalte so zu optimieren, dass sie von Suchdiensten optimal indexiert werden können. Diese Maßnahmen werden durch eine zielführende Linkakquisition ergänzt, was ebenso zum Kompetenzvermittlungskanon der Lehrveranstaltung zählt. Auch erste Grundlagen zum Verständnis der Keywordwerbung sind zu legen, wobei es das (spätere) Ziel sein könnte - aufgrund von definierten Termen (Keywords) - Anzeigen, bestehend aus einem Link und einem Teaser, in den Ergebnisseiten der Suchmaschinen zu platzieren.
<b>Niveaustufe / Level</b>	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
<b>Lehrform / SWS</b>	Projekt (4 SWS); Projektgröße: 16 Studierende
<b>Arbeitsaufwand / Workload</b>	256 h, davon außerfachlich: 32
<b>Units (Einheiten)</b>	
<b>Notwendige Voraussetzungen</b>	Ab 3.Semester, Information Retrieval
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	„Anwendungsentwicklung“, „Programmierwerkstatt“, „Information Retrieval“, „Relationale Datenbanken“, „Webskripting“, „Grundlegender Informatik“, „Seminar Information Broking“, „Information Controlling“, „Statistik“, „Semantik II“ Interesse am Online-Marketing und grundlegende (Web-) Programmierungskennntnisse (HTML, XHTML, PHP, SQL) wären gut.
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Turnus jährlich
<b>Anerkannte Module</b>	Siehe § 19 ABPO
<b>Medienformen</b>	
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinenoptimierung für Webentwickler. Galileo Computing 2005</li> <li>• Lewandowski, Dirk (Hrsg.): Handbuch Internet-Suchmaschinen, Akademische Verlagsgesellschaft AKA GmbH, 2008</li> <li>• Fischer, Mario: Website Boosting, 2.Aufl., Mitp-Verlag, 2008. Wirtz, Bernd W.: Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Gabler-Verlag, Wiesbaden 2003 Dannenberg, Marius; Barthel, Sascha: Effiziente Marktforschung – Market Research, Galileo Press, Bonn 2002 Google Advertising A-Z, Editors of BottleTree Books LLC, ISBN 0-9762541-5-8 Fachzeitschrift „Website Boosting“ &amp; www.suchradar.de</li> </ul>

Stand: 02.05.2012, 12:00:00