Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

Wahlpflichtkatalog

Themenbereich: Online Marketing

Modul-bezeichnung	Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization)
Belegnummer	7453
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort-liche(r)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dozent(in)	Prof. Dr. Bernd Jörs
Dauer	1 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Benotete Teil- und Abschlusspräsentationen
Sprache	deutsch
Inhalt	Suchmaschinen sind für viele Nutzer ein wichtiger Kanal zur Informationsbeschaffung. Google verzeichnet allein in Deutschland über 100 Millionen Suchanfragen täglich. Hinter jeder Suchanfrage steht ein Nutzer mit einem konkreten Informationsbedürfnis. Für Informationsanbieter, Publisher und Marketeer, die es schaffen diese Informationsbedürfnisse zu befriedigen und passende Angebote zu unterbreiten, stellen Suchmaschinen ein hocheffizienter Kanal zum Kunden dar. Wichtig ist dabei, dass man die Regeln versteht. Der Nutzer mit seinem Bedürfnis steht im Vordergrund. Er ist aktiv auf der Suche und somit schwer abzulenken. Search Marketing ist deshalb ein Pull-Kanal, da der Suchende aktiv sucht. Um erfolgreich zu sein und Suchende zu Nutzern und Kunden zu konvertieren muss man im ersten Schritt gefunden werden. Danach müssen die angebotenen Inhalte überzeugen. Für die einfache Verbreitung von Werbebotschaften ist Suchmarketing der falsche Kanal. Die Suchmotivation und das Suchverhalten zu verstehen und daraus ein eigenes Informationsangebot abzuleiten ist Ziel dieses Projekts. Gleichzeitig ist Google eine Maschine die Inhalte selbstständig findet, indexiert und bewertet. Die technischen Hygienefaktoren sind ebenfalls wichtig, um erfolgreich Suchmaschinenoptimnierung (SEO) zu betreiben. Google kann nur das interpretieren und Ranken, was es auch verstehen kann. Weshalb die technischen Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung ebenfalls im Kurs vermittelt und angewendet werden.

Im **theoretischem Teil** des Projekts werden folgende Inhalte vermittelt:

- Bedeutung von SEO im Online Marketing Mix
- Keywordanalyse
  - Suchmotivationen: Do-Know-Go
  - LongTail vs. Short Head
  - Evergreens vs. Events
  - Konkurrenzprüfung & Nischenerkennung
- Technisches SEO
  - IT-SEO
  - HTML-Optimierung
  - Schema.org
  - Ladezeitoptimierung
  - Mobile Optimierung
  - URL & Domainmanagement
  - Site Architecture & Duplicate Content
- Informationsarchitektur
  - Aufbau einer nachfrageorientierten Informationsarchitektur
  - Place of Information
  - Information Scent
  - Siloing
  - Verlinkungsziele pro Seitentyp
  - Inhaltliche Erschließung und Vernetzung
  - Visualisierung & Funktionale Wireframes
- Content Planung & Erstellung
  - Redaktionsplanung
  - SEO im Redaktionsprozess
  - Bestandsoptimierung und Content Maintenance
  - Ausbau und Pflege vs. Neuerstellung
  - Cornerstone-Inhalte und Republishing
- Outreach
  - Bedeutung von Links
  - Optimierung bestehender Linkprofile
  - Identifikation von Linkopportunitäten
  - Social Media Optimization
  - Linkbaits
- Controlling und Forecast
  - Einführung in Google Search Console
  - Kurzeinführung in Google Analytics
  - Nutzung von Tools zum Crawling und IT-Monitoring
  - Verständnis von SEO-KPIs wie Sichtbarkeit etc.

Im **praktischen Teil** des Projekts werden die studentischen Projektgruppen selbstständig Websites basierend auf Wordpress 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 Vermarktung der Website werden umgesetzt.

In einem Folgeprojekt im kommenden Semester sollen die aufgebauten Websites weiter ausgebaut und kontinuierlich optimiert werden.

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Das Projekt Search Engine Optimization (SEO) zeigt, wie man Google als Instrument der Marktforschung nutzen kann, um ein Webprojekt zu planen. Aufbauen auf einer umfassenden Nachfrageanalyse wird die Informationsarchitektur der Website definiert und die Themen- und Inhaltsplanung vorgenommen. Die Studenten lernen so sehr pragmatisch Nutzerbedürfnisse zu ermitteln und Website und deren Inhalte für eben diese Bedürfnisse zu planen. Auf Basis der Webanalyse kann später überprüft werden, ob die entwickelten Hypothesen zu den Nutzerbedürfnissen der Realität entsprechen. Am Ende des Kurses sind die Teilnehmer in der Lage, nachfrageorientierte Ratgeberportale so zu konzeptionieren, dass sie eine optimale Reichweite in Google generieren, von Suchenden verstanden und genutzt werden und kontinuierlich ausgebaut werden können.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Projekt (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	256 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Interesse am Online-Marketing und der Suchmaschinenoptimierung. Da im Rahmen der Gruppenarbeit (Gruppengröße von 4-5 Teilnehmer) eigene Websites erstellt werden, sollten innerhalb der Gruppe folgende Fähigkeiten vorhanden sein, da diese nicht im Projekt vermittelt werden. • Kenntnisse im Umgang mit Wordpress • HTML/CSS/Javascript • Informationsdesign • Excel und wissen wie man einen SVERWEIS verwendet • Contenterstellung (attraktiv schreiben) • Projektplanung und Management • Umgang mit Tools zur Teamsteuerung wie trello.com • Kommunikation und Akquise Wir empfehlen dringend im Vorfeld Teams zu bilden, die in Summe die obigen Kenntnisse in sich vereinen. Arbeitsteiliges Vorgehen und Teamwork sind Voraussetzungen für eine erfolgreiche Teilnahme.
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	1. Sebastian Erlhofer: Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch, Rheinwerk Computing; 8. Auflage: 2015 2. Markus Vollmert: Google Analytics: Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing; 2015 3. Steve Krug: Don´t make me think mitb; 3. Auflage 2014 4. Information Architecture for the World Wide Web: For the Web and Beyond. O'Reilly UK Ltd.; 4. Auflage. 2015 5. Fachzeitschrift "Website Boosting" & www.suchradar.de Zusätzliche projektbegleitende Unterlagen und Reader

Stand: 03.03.2020, 15:13:55