

# Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

## Wahlpflichtkatalog

### Themenbereich: Online Marketing

<b>Modul-bezeichnung</b>	Conversion Optimierung (Conversion Optimierung)
<b>Belegnummer</b>	7461
<b>Studiengang / Verwendbarkeit</b>	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
<b>Modulverantwort- liche(r)</b>	Prof. Dr. Bernd Jörs
<b>Dozent(in)</b>	Julian Marvin Jörs
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Credits</b>	10 CP
<b>Prüfungsart</b>	Abschlussdokumentation (Ergebnisaufbereitung)
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Inhalt</b>	<p>Vermittlung theoretischer Grundlagen im Bereich Conversion Optimierung für Webseiten, dies umfasst u.a. folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conversion Optimierung als Prozess</li><li>• Methoden der Conversion Optimierung: A/B-Testing, Nutzertest, Interviews, Webanalyse, UX, Personas</li><li>• Landingpage Optimierung, z.B. Aufmerksamkeit lenken</li><li>• CRO starke Generierung von E-Mail-Listen</li><li>• Conversion Optimierung für mobile Seiten</li><li>• Psychologische Prinzipien für Conversion Optimierung</li><li>• 7-Ebenen-Modell der Konversion von Web Arts</li><li>• Erstellung von sinnvollen Headlines mithilfe von MVP-Ketten</li></ul> <p>Die Studentinnen und Studenten der Informationswissenschaft werden sich mit verschiedenen Themen der <b>Conversion Optimierung</b> oder auch alternativ <b>Sales Funnel Optimierung</b> beschäftigen. Zunächst wird eine theoretische Grundlage vermittelt, die über eine Video-on-Demand-Plattform den Studentinnen und Studenten zur Verfügung gestellt wird. Das Themenspektrum erstreckt sich von auffrischenden <b>Grundlagen der Informationsarchitektur, Marketing Channels über Werkzeug-Sets der Conversion Rate Optimierung.</b></p> <p>Dieses Wissen sollen sie dann konkret in Projekten anwenden. Dafür kooperieren wir im Rahmen dieses Projekts mit <b>Papa Oscar Ventures (Frankfurt)</b>, die ein breites Portfolio an spannenden Projekten für die Studentinnen und Studenten bereithält. Die Gruppen können sich auf die Projekte bewerben. Diese haben unterschiedliche Themenschwerpunkte, der Leistungsumfang der einzelnen Projekte sollte jedoch so homogen wie möglich sein. In einer Zwischenpräsentation und Abschlusspräsentation sollen Konzepte und Ergebnisse der einzelnen Projekte vorgestellt werden.</p> <p>Die Veranstaltung findet geblockt statt.</p>

<b>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</b>	<p>Konkretes Projekt- und E-Commerce-Shopmanagement erlernen. Strategisch-konzeptionelles Arbeiten im Online-Marketing- bzw. E-Commerce-Portalmanagement aus Sicht der Anforderungen der Conversion Optimierung schrittweise umsetzen und evaluieren.</p> <p>Die Studenten sollen Schwachstellen auf Webseiten/Landingpages und auf dem Weg des Kunden zur Conversion identifizieren und mit einer optimierten Variante ausstatten können. Methoden und Ideen der Optimierung sollen selbständig ausgearbeitet werden können und unterschiedliche Varianten mithilfe von Google Optimize getestet werden.</p>
<b>Niveaustufe / Level</b>	Fortgeschrittenes Level (advanced Level course)
<b>Lehrform / SWS</b>	Projekt (4 SWS)
<b>Arbeitsaufwand / Workload</b>	256 Stunden
<b>Units (Einheiten)</b>	
<b>Notwendige Voraussetzungen</b>	
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	<p>Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagenkenntnisse und Online Marketing-Basics wären gut.</p> <p>Motivation. Ansonsten Interesse an einer vertiefenden Auseinandersetzung mit dem am dynamischsten wachsenden Wirtschaftsbereich: dem Online-Handel und E-Commerce allgemein</p>
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	1 x pro Jahr
<b>Anerkannte Module</b>	Siehe § 19 ABPO
<b>Medienformen</b>	
<b>Literatur</b>	Wird in der Veranstaltung angegeben.

Stand: 23.11.2020, 08:22:10