

Wahlpflichtprogramm

Wahlpflichtkataloge

Katalog Online Marketing

8150 Suchmaschinenoptimierung

Modulbezeichnung	Suchmaschinenoptimierung (SEO)
Code	8150
Studiengang/Verwendbarkeit	BA Onlinekommunikation, BA Onlinejournalismus
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Melpomeni Alexa
Dozent(in)	Jörs, LfbA, Lehrbeauftragte
Dauer	1 Semester
Credits	5 ECTS
Prüfungsart	<ul style="list-style-type: none">• Mündliche Prüfung oder• schriftliche Klausurprüfung• praktische Prüfung• Hausarbeit, Praxisbericht, Projektbericht• Referat, Präsentation
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">• Bedeutung von SEO und Online Marketing im Marketing-mix• Keywordanalyse• Technisches SEO• Informationsarchitektur• Linkbuilding• Controlling und Forecast <p>Im praktischen Teil des Projekts sollen die studentischen Projektgruppen selbstständig Websites aufbauen und die theoretischen Lehrinhalte entsprechend anwenden</p>

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Die Studierende 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 Traffic-Generierung, 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.</p>
<p>Niveaustufe / Level</p>	<p><u>Specialized level course</u></p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>3 SWS Seminar/Übung</p>
<p>Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload</p>	<p>150 Stunden , davon 36 h Präsenzzeit</p>
<p>Lehrveranstaltungen (Einheiten)</p>	<p>Keine Untergliederung</p>
<p>Notwendige Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>Abschluss der Lehrveranstaltungen vom 1. und 2.Semester</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Einmal im Jahr</p>
<p>Anerkannte Module</p>	
<p>Medienformen</p>	

Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinenoptimierung für Webentwickler. Galileo Computing 2005 - Lewandowski, Dirk (Hrsg.): Handbuch Internet-Suchmaschinen, Akademische Verlagsgesellschaft AKA GmbH, 2008 - 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" & www.suchradar.de
-----------	---