Tracking & Data Analytics im Onlinemarketing

Performance Marketing · Anbieter: Distart Education GmbH

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein, Zuschuss bei der Qualifizierung Beschäftigter, Qualifizierungsgeld zur Förderung der beruflichen Weiterbildung Beschäftigter, Arbeitslosengeld bei beruflicher Weiterbildung, KOMPASS - Förderung der beruflichen Weiterbildung von Solo-Selbstständigen

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Zeitgebunden
Dauer	7 Wochen in Vollzeit oder 13 Wochen in Teilzeit
Umfang	320 Unterrichtseinheiten
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet jeden Tag
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Inklusive	Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

Distart Education GmbH
Petersstraße 35, 04109 Leipzig
Telefon: 0341 9288039
E-Mail: hallo@distart.de
Web: https://www.distart.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Zielsetzung des Kurses

Der Kurs "Tracking & Data Analytics im Onlinemarketing" behandelt Messkonzepte, Datenerhebung und Auswertung für digitale Marketingmaßnahmen. Im Mittelpunkt stehen technische Implementierungen von Tracking-Lösungen und die Ableitung nutzbarer Kennzahlen für Kampagnen und Content. Die Inhalte sind im Fachgebiet Onlinemarketing verortet und verknüpfen Webanalyse, Tag-Management und Datenschutzanforderungen. Ziel ist die Befähigung zur strukturierten Planung, Durchführung und Dokumentation von Tracking-Setups sowie zur Interpretation der erhobenen Daten.

Lernziele

Analysieren von Tracking-Anforderungen und Identifizieren messbarer Ereignisse entlang der Customer Journey

Erstellen eines Messplans mit KPI-Definition, Event-Namenskonventionen und Attributionsregeln

Durchführen einer Implementierung im Tag-Manager inklusive Variablen-, Trigger- und Tag-Konfiguration

Implementieren eines eCommerce-Datenlayers und Validieren der Datenerfassung mittels Debugging-Tools

Bewerten von Datenqualität durch Abgleich, Segmentierung und Fehlerprotokolle

Entwickeln von Dashboards und Reports zur Auswertung von Kampagnen- und Content-Performance

Berufsperspektiven

Die Kursinhalte finden Anwendung in Berufsfeldern wie Web-Analyst mit Schwerpunkt auf Datenerhebung, Reporting und KPI-Definition im Onlinemarketing. Typische Tätigkeitsfelder umfassen Digital Analyst im Bereich Kampagnenmessung, Attributionsmodelle und Segmentierungen. Der Kurs adressiert Inhalte für Tätigkeiten wie Tracking-Spezialist im Tag-Management mit Fokus auf Implementierung, Datenlayer und Qualitätssicherung. Ebenfalls anschlussfähig sind Rollen im Marketing-Technology-Umfeld, etwa Marketing Operations mit Schnittstellen zu BI und Consent-Management.

02 Lehrplan & Module

Gesamtumfang **320 Unterrichtseinheiten* in 9 Modulen**

* Eine Unterrichtseinheit entspricht 45 Minuten.

1. Einführung in Tracking und Data Analytics im Onlinemarketing

10 Unterrichtseinheiten
(ca. 3% vom Gesamtumfang)

Grundlagen des Trackings und der Datenanalyse
Webanalyse und Tools

2. Rechtliche und Ethische Aspekte

10 Unterrichtseinheiten
(ca. 3% vom Gesamtumfang)

Rechtliche Grundlagen
Ethische Aspekte der Datenerhebung und -nutzung

3. Einrichtung eines Tracking Setups

70 Unterrichtseinheiten
(ca. 22% vom Gesamtumfang)

Integrationsmethoden und technische Voraussetzungen
(Google) Tag Manager Varianten und Unterschiede
Einführung, Einrichtung Client Side Tracking
Event-Tracking und Fehlerbehebung (Debugging)
Consent-Management-Plattformen
Nutzung eines Tracking Servers
Einbindung des Facebook Tags Client und Serverseitig

4. Datenaufbereitung und Reporting-Dashboards

65 Unterrichtseinheiten
(ca. 20% vom Gesamtumfang)

Grundlagen der Datenanalyse: Datenqualitätsprüfung und Datenbereinigung
Daten aus verschiedenen Quellen/Plattformen exportieren
Grundprinzipien der Datenvisualisierung
Reporting für verschiedene Stakeholder
Visualisierung mit Reporting-Software

5. Analyse und Auswertung von gemessenen Daten

55 Unterrichtseinheiten
(ca. 17% vom Gesamtumfang)

Externe Analyse-Software und plattformeigene Lösungen
Messung und Analyse der Customer Journey und Attribution
Nutzerverhalten analysieren und Zielgruppen-Insights gewinnen
Plattformübergreifende Auswertungen und Verknüpfungen verschiedener Datenquellen

6. Einsatz von KI für die Analyse und Berichtserstellung

35 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Grundlagen von Künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen im Kontext von Datenanalyse
Nutzung von KI-gestützten Tools zur automatisierten Datenauswertung und Berichterstellung
Einsatz von KI zur Erstellung von Custom Javascript und Funktionen im Tag Manager
Integration von KI in den Analyseprozess und Automatisierung von Reporting

7. Praxisprojekt – Erstellung eines umfassenden Analyseberichts

30 Unterrichtseinheiten
(ca. 9% vom Gesamtumfang)

Entwicklung eines umfassenden Analyseberichts
Präsentation und Feedback
Anpassung und Verbesserung des Projekts

8. Weiterführende Themen und praktische Anwendungen

20 Unterrichtseinheiten
(ca. 6% vom Gesamtumfang)

Anwendungsfälle und Best Practices
Zukunftstrends und Entwicklungen in der Digitalbranche

9. Prüfungsvorbereitung & Abschlussprüfung

25 Unterrichtseinheiten
(ca. 8% vom Gesamtumfang)

Wiederholung und Prüfungsvorbereitung
Abschlussprüfung

03 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Ein Hauptschulabschluss oder ein höherwertiger Abschluss sind wünschenswert, aber keinesfalls Pflicht.

Persönliche Eignung: Lern- und Leistungsbereitschaft sowie Kontaktbereitschaft,

Gesundheitliche Anforderungen: Nahsehvermögen sowie Sprech- und Hörvermögen,

Mindestalter 18 Jahre bei Vertragsabschluss,

Sprachkenntnisse in Deutsch: vergleichbar B2,

Grundkenntnisse in der Bedienung von Computern,

Begeisterung und vorhandene Affinität zum Themenbereich

Technische Voraussetzungen

Teilnehmende benötigen einen handelsüblichen PC oder Laptop mit Internetanschluss und einem unterstützten Browser (Edge, Firefox, Safari, Chrome). Für die Teilnahme im virtuellen Klassenzimmer wird zusätzlich ein Mikrofon oder eine Webcam mit Mikrofon benötigt. Ein mobiler PC wird bei Notwendigkeit bereitgestellt.

04 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- QuereinsteigerInnen
- WiedereinsteigerInnen
- RehabilitantInnen
- Fachkräfte
- AkademikerInnen
- Selbsständige
- BerufseinsteigerInnen
- Führungskräfte
- Berufstätige
- Ohne Berufsabschluss

Mögliche Berufsbilder: Web Analytics Manager, Digital Analytics Specialist, Marketing Analyst

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

Distart Education GmbH · Petersstraße 35, 04109 Leipzig
0341 9288039 · hallo@distart.de · https://www.distart.de

Online ansehen