E-Commerce Category Management

E-Commerce Vertrieb · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

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

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Die Einführung elektronischer Handelsplattformen ist für viele Unternehmen eine echte Herausforderung. Der stationäre Handel versucht den optimalen Vertriebskanalmix aus Offline- und Onlinegeschäft zu finden und bereits etablierte Onlinehändler kämpfen um Marktanteile. Mit Deiner Weiterbildung E-Commerce Category Management baust Du auf erfolgreiches Online-Sales-Management gepaart mit einer sinnvollen Sortimentsgestaltung (Category Management). Zu Beginn erhältst Du ein Verständnis für die Zusammenstellung und Analyse von Massendaten (Big Data und Digital Literacy). Hinzu kommen ein kunden- und nutzerzentriertes Denken in Bezug auf Online-Marketing und in der Sortimentsgestaltung. Du lernst Vertriebsstrategien im Online-Handel kennen – sowohl im B2C- als auch im B2B-Segment. Inklusive der rechtlichen Aspekte im Onlinegeschäft. Weiter geht’s mit Modellen für Einkauf, Beschaffung und Distribution – immer in Bezug auf die digitale Welt. Gleichzeitig beschäftigst Du Dich intensiv mit den Geschäftsbeziehungen zwischen Lieferanten, Händlern und Dienstleistern im E-Commerce. Und dem dazugehörigen Category Management in all seinen Facetten. Dazu lernst Du auch verschiedene ECR-Methoden (Efficient Consumer Response) kennen. In einem Abschlussprojekt kannst Du dann Dein erworbenes Wissen gezielt anwenden.

02 Lehrplan & Module

1. Online Sales Management

Mit der Weiterentwicklung des Internets und dem Voranschreiten des digitalen Zeitalters erfährt auch der elektronische Handel einen deutlichen und anhaltenden Aufschwung. Neben der stark zunehmenden Zahl an Online-Käufern wachsen auch die Umsätze der Händler im Onlinegeschäft rasant. Vielerorts stehen Unternehmen noch vor der Herausforderung der Einführung einer elektronischen Handelsplattform. Der stationäre Handel versucht den optimalen Vertriebskanalmix aus Offline- und Onlinegeschäft zu finden und bereits etablierte Onlinehändler kämpfen um Marktanteile und damit Größenvorteile.
E-Commerce Manager benötigen ein solides Verständnis in der Zusammenstellung und Analyse von Massendaten (Big Data und Digital Literacy), kunden- und nutzerzentriertes Denken in Bezug auf Online-Marketingmaßnahmen und in der Sortimentsgestaltung für den Onlineshop.
Im Rahmen des Kurses wird auf die besonderen Herausforderungen für den Vertrieb und die Beschaffung für den Online Handel eingegangen. Die für den Online Handel relevanten Bereiche des Vertriebsmanagements werden thematisiert und die Besonderheiten des Online Sales herausgearbeitet. Die Inhalte des Kurses decken Online-Vertriebsstrategien sowie die Internet-spezifischen Strukturen und Prozesse des Vertriebs ab. Weiterhin werden Anforderungen an Informationsmanagementsysteme, der Nutzen von Kundendaten sowie deren Generierung und Integration in der Customer Journey thematisiert. Der Kurs geht weiterhin auf das Kundenbeziehungsmanagement im Online-Kontext ein und berührt die rechtlichen Aspekte, die bei Online Sales besonders relevant sind.
Kursinhalte
Online-Vertriebsstrategien Kundennutzen
Kundenpriorisierung und -segmentierung
Kundenbindung
Wettbewerbsvorteile
Vertriebswege und -partner
Preispolitik
Vertriebsmanagement – Strukturen und Prozesse Vertriebsorganisation
Sales Automation
Informationsmanagement in Online Sales Anforderungen an Informationssysteme
Kundeninformationen
Customer Journey Tracking
Daten und Kundenerlebnis
Buyer Persona
Kundenbeziehungsmanagement Points of Contact
Online-Interaktion
Kundenbindungsmanagement
Rechtskonformität im Online Sales Generelle Anforderungen
Widerruf
Einwilligung
Konsequenzen von Rechtsverstößen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fachpräsentation

2. Einkauf, Beschaffung und Distribution

Die Studierenden erlernen grundlegende Prozesse und Strategien in der Beschaffung und Distribution von Industrieunternehmen. Dabei werden verschiedene Managementsysteme wie zum Beispiel das Lieferantenmanagement und deren Bedeutung zur Erreichung der beschaffungs- und distributionsspezifischen Unternehmensziele näher erläutert. Eine gesonderte Betrachtung erfahren im Rahmen dieses Kurses die Distribution von Investitionsgütern und spezifische Fragestellungen des Investitionsgütermarketings. Zudem werden Einsatzfelder und Potentiale von Informations- und Kommunikationssystemen in Beschaffungs- und Distributionsprozessen thematisiert und verschiedene Ausprägungsformen vorgestellt.
Kursinhalte
Einkauf und Beschaffung Definition „Beschaffung“ und „Beschaffungsprozesse“
Make-or-Buy-Entscheidungen
In- und Outsourcing-Strategien
Beschaffungskonzepte und -strategien
Beschaffungsmarktforschung
Lieferantenmanagement
Informations- und Kommunikationstechnik in Einkauf und Beschaffung
Beschaffungsorganisation
Grundlagen der Distribution Die Aufgabenfelder der Distribution
Betriebliche Träger der Distribution
Distributionslogistik
Distributionsstrukturen
Distributionsstrategien
Operatives Distributionsmanagement
Distribution von Industriegütern Investitionsgütermarketing
Produktgeschäft
Anlagengeschäft
Systemgeschäft
Zuliefergeschäft
Trends und Digitalisierung in Beschaffung und Distribution Elektronische Marktplätze
Die Lieferantenkooperation: Das Supplier Relationship Management (SRM)
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

3. Category Management

Der Kurs beschäftigt sich intensiv mit den Geschäftsbeziehungen zwischen Lieferanten, Händlern und Dienstleistern im eCommerce. Das Ziel des Kurses besteht in der theoretisch fundierten Vermittlung der Ziele des Category Managements und des kompletten ECR-Instrumentariums. Die Teilnehmer lernen die verschiedenen ECR-Methoden kennen und sie situationsabhängig zu beurteilen. Darüber hinaus sollen die Studierenden lernen, die ECR-Methoden auf eCommerce anzuwenden. Neben den kooperativen Strategien des ECR behandelt der Kurs auch Vertikalisierungs-Strategien des Online Handels. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Wirkungen einer vertikalen Rückwärtsintegration des Handels zu verstehen. Die Studierenden lernen die Instrumente des Efficient Consumer Response kennen, anzuwenden, und hinsichtlich ihrer Relevanz für eCommerce zu bewerten. Nach Abschluss des Kurses kennen die Studierenden die komplexen Wechselwirkungen der Geschäftsbeziehungen zwischen Hersteller und Händler sowie zwischen Handel und logistischen Dienstleistern. Sie lernen diese Wechselwirkungen durch die Implementierung und Weiterentwicklung von ECR-Methoden im positiven Sinne zu beeinflussen. Außerdem kennen die Studierenden am Ende die unternehmensinternen und -übergreifenden Auswirkungen von Vertikalisierungs-Strategien und sind vor diesem Hintergrund in der Lage Vertikalisierungs-Entscheidungen vorzubereiten.
Kursinhalte
Wettbewerbsvorteile als Aufgabe des strategischen Handelsmanagement Einführung in das Category Management
Einführung in das strategische Handelsmanagement
Mehrwert als zentrales Konstrukt für Wettbewerbsvorteile
Marktorientierung zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen
Ressourcenorientierung zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen
Vertikale Kooperation zwischen Hersteller und Handel Potenziale und Möglichkeiten für Synergien
Konflikte in der Sortiments- bzw. Produkt- und Preispolitik
Customer Centricity als Ausgangspunkt Kundenverhalten
Marktforschung
Marktbearbeitungsmaßnahmen
Das Efficient-Consumer-Response Konzept Grundlagen
Bestandteile
Category Management innerhalb des ECR-Konzepts
Ansatzpunkte der organisationalen Gestaltung eines ECR-Beziehungsmanagementsystems Grundlagen des Beziehungsmanagements
Dezentrale Verankerung
Zentrale Verankerung
Logistische Herausforderungen von ECR und Category Management Beschaffungsmanagement
Supply Chain
Warenwirtschaftssysteme
Branchenspezifische Determinanten einer herstellergerichteten Beziehungssteuerung Vertrauen des Herstellers und Reputation des Händlers
Anreize zu ECR-Aktivitäten und Signalisierung von Commitment
Umfang des Informationsaustausches und Formalisierungsgrad
Messbarkeit, Kontrolle und Lernprozesse
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Hausarbeit

4. Category Management Analysis and Optimization

Category Management dient der effektiven Sortimentspolitik und idealerweise der Schaffung von Synergien von Herstellern und Händlern. Im Projekt sollen Studenten handlungsorientiert ihr erworbenes Wissen im Bereich des Category Managements und der Efficient Consumer Response anwenden.
Die Studierenden werden alle spezifischen Projektphasen durchlaufen und selbstständig er- und bearbeiten. Dabei werden aktuelle e-Commerce Beispiele eingebunden.
Kursinhalte
Die Studierenden erarbeiten in diesem Kurs ein Portfolioprojekt im Bereich Category Management und wenden ihre themenspezifischen Kenntnisse und Fähigkeiten praxisnah an.
Mögliche Themen für Projektarbeiten sind: Optimierung des Sortiments durch den Category-Management Prozess
Online Shop-in-Shop Konzepte: Optimierungspotenziale und logistische Hürden
Category Management in der Warenwirtschaft
Chancen und Risiken des Category Managements im eCommerce
Point-of-Sale Marketing und Gestaltung im eCommerce
Einbindung von Category Management in die Kampagnengestaltung
Voraussetzungen für Category Management im eCommerce
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Portfolio

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Online Category Manager, Category Manager, E-Commerce Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen