

E-Commerce 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	Berufcoaching, 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

Stationärer Handel und Online-Handel verschmelzen immer mehr. Online-Shopping – egal in welcher Form – ist die Zukunft. Das merkst Du sicher auch an Deinem eigenen Einkaufsverhalten. Somit ist vor allem eines klar: die Nachfrage nach Expert:innen im Bereich Handel und Onlineshops steigt. Wenn Dein Herz also für das Onlineshopping schlägt und Du den Handel von morgen gerne aktiv mitgestalten möchtest, ist eine Weiterbildung E-Commerce Management eine gute Entscheidung. Mit Deiner Weiterbildung E-Commerce Management bist Du bereit für den großen weltweiten Online-Handel. Du lernst Grundlagen und Konzepte des elektronischen Geschäftsverkehrs kennen – und somit auch unterschiedliche Transaktions- und Kommunikationsplattformen wie Progressive Web Apps oder Social Commerce. Vor allem Dein Wissen im strategischen und operativen Marketing wird geschult. Dazu gehören Themen wie Marktkommunikation und PR, interaktive Produkt- und Servicegestaltung sowie Preisbildung. Du setzt Dich mit der Programmierung von Web-Anwendungen (Apps) auseinander und lernst die gängigen Webshops kennen. Nach Abschluss Deiner Weiterbildung weißt Du, wie man Kund:innen optimal durch den Kaufprozess führt – bis hin zum Payment und zur Logistik.

02

Lehrplan & Module

1. E-Commerce I

Dieser Kurs bedient sich der Grundlagen betriebs- und volkswirtschaftlicher Prinzipien, um den Studierenden eine erste Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce zu ermöglichen. Es werden zunächst Akteur:innen und Marktformen erläutert und mögliche Geschäftsbeziehungen dargestellt. Weiterhin werden mögliche Betriebstypen und Geschäftsmodelle im E-Commerce vorgestellt und im Detail erläutert. Zudem werden rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen rund um den Onlinehandel beschrieben. Zusammenfassend vermittelt der Kurs grundlegende Fachbegriffe und Konzepte aus dem elektronischen Geschäftsverkehr und geht hierbei auf unterschiedliche Strategien im E-Commerce ein.

Kursinhalte

Einführung Einordnung und Begriffsbestimmungen

Branchentransformation und Disruption

Ökonomische Bedeutung

Akteure und Marktformen im E-Commerce Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen

Onlineshops

Onlinemarktplätze

Erlöse im E-Commerce Businessplan und Proof of Concept

Erlösformen

Betriebstypen und Geschäftsmodelle im E-Commerce Betriebstypen

Geschäftsmodelle

Verknüpfung zum stationären Handel

Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce Gesetzliche Regelungen zum Fernabsatz

Datenschutz

Urheberrecht und Domainrecht

Impressumspflicht und Streitschlichtung

Domainenschutz im Namens- und Markenrecht

Strategien im E-Commerce Strategien zur Marktpositionierung

Strategien zur Marktbearbeitung und Marktdurchdringung

Strategien zur Marktausweitung

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Klausur, 90 Minuten

2. E-Commerce II

Dieser Kurs erweitert das Verständnis des E-Commerce um Elemente des Verhaltens von Onlinekund:innen sowie des strategischen und operativen Marketings. Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Onlinekund:innen werden dabei Marketinginstrumente erläutert und deren Relevanz im E-Commerce dargestellt. Weiterhin wird das Kursprogramm um das Wissen rund um die Systemlandschaft und die technische Infrastruktur für den E-Commerce ergänzt. Zusätzlich werden Anwendungen von künstlicher Intelligenz, CRM und Online-PR im E-Commerce analysiert. Schließlich werden der Zahlungsverkehr und das Controlling im Onlinehandel anwendungsnah dargestellt. Zusammenfassend vermittelt der Kurs praxisnahe Konzepte aus dem Onlinehandel und ergänzt den einführenden Kurs um grundlegendes Wissen zum E-Commerce.

Kursinhalte

Kaufprozess von Onlinekund:innen Kaufverhalten

Kaufentscheidungsprozess

Customer Journey und Touchpoints

Onlinemarketing im E-Commerce Grundlagen des Onlinemarketings

Kanäle des Onlinemarketings

Marketing auf Onlinemarktplätzen

Systemlandschaft und technische Infrastruktur Grundlagen und Definitionen

E-Commerce-Systemlandschaft

Shopsysteme

Technische Infrastruktur

KI, CRM und Online-PR im E-Commerce Künstliche Intelligenz (KI)

CRM

Online-PR

Zahlungsverkehr im E-Commerce Grundlagen und Begriffe

Klassische Zahlungsverfahren

Kreditkarte

E-Payment- und M-Payment-Verfahren

Sonstige Verfahren

Controlling im E-Commerce Erfolgskennzahlen

Besucher:innenkennzahlen

Kund:innenkennzahlen

Kennzahlenmanagement und Systeme

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Examen, 90 Minuten

3. Payment Methoden und Systeme

Die begründete Auswahl von Zahlungsarten ist ein zentraler Faktor bei der (Weiter-) Entwicklung von Onlineshops. In diesem Kurs vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse über verschiedene Payment Methoden und Systeme und beleuchten diese sowohl aus Kundensicht als auch aus der Perspektive der Onlinehändler. Sie werden dadurch in die Lage versetzt, eine begründete Entscheidung für oder gegen konkrete Zahlungsarten und -systeme unternehmensbezogen zu treffen.

Kursinhalte

Das Seminar behandelt ausgewählte Themen im Bereich Payment Methoden und Systeme und ermöglicht es den Studierenden, sich eigenständig mit Fragestellungen zu Zahlungsarten und Payment Systemen auseinanderzusetzen. In der Seminararbeit können u.a. verschiedene Payment Methoden und Systeme vergleichend betrachtet, die Kundensicht auf konkrete Methoden näher beleuchtet oder die Chancen und Risiken aus der Händlersicht in den Blick genommen werden.

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Seminararbeit

4. Webshop und Plattformen

Ob ein Webshop auf einer Open-Source-Lösung, einem kommerziellen Shopsystem oder einer neuen, (unternehmensintern) entwickelten technischen Infrastruktur basieren soll, hängt von Faktoren wie Unternehmensgröße, Budget, erwartetes Umsatzvolumen und technischen sowie funktionellen Anforderungen an ebendiesen ab.

Ausgehend von einem Überblick über die E-Commerce-Systemlandschaft sowie die verschiedenen Arten des Onlinehandels wird das notwendige Hintergrundwissen über den grundlegenden technischen Aufbau von Shopsystemen vermittelt. Im Anschluss sollen an verschiedenen Beispielen Vor- und Nachteile aufgezeigt werden, sodass die Studierenden in die Lage versetzt werden, eine anforderungsbezogene, begründete Auswahl treffen zu können. Ein Einblick in die Prozesse sowie die erfolgsversprechende Gestaltung und Optimierung derselben befähigt die Studierenden, die neue Onlineshops zu implementieren sowie bestehende Umgebungen aktiv zu gestalten und zu optimieren.

Abgerundet wird der Kurs durch die Darstellung zentraler Erfolgsfaktoren anhand ausgewählter Best-Practice-Beispiele sowie der Vermittlung von Hintergründen und Besonderheiten von Webshops, die sich an multinationale Zielgruppen richten.

Kursinhalte

Die E-Commerce-Systemlandschaft Grundlagen und Definitionen

Bereiche der E-Commerce-Systemlandschaft

Arten des Onlinehandels Betriebstypen im Onlinehandel

Multi-Channel-Handel

Mobile Shopping

Technische Infrastruktur Grundlagen

Backend

Frontend

Systemkomponenten

Anforderungen und Funktionalitäten

Shopsysteme Eigenentwicklungen

Open Source

On Premise

Software as a Service

Prozessabläufe – Gestaltung und Optimierung Produktpräsentation

Check-out

Umgang mit Retouren und Widerruf

Prozessoptimierung

Implementierung und Optimierung von Onlineshops Konzeption und Vorüberlegungen – Auswahl und Projektplanung

Implementierung neuer Shop-Umgebungen

Optimierung bestehender Onlineshops

Erfolgsfaktoren Digitale Innovationen

Skaleneffekte

Data-Driven Marketing

Customer Centricity

Neuere Forschungsansätze

Multinationale Shoplösungen Theoretische Grundlagen

Internationalisierungsstrategien

Gestaltung und Implementierung

Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung:

Fallstudie

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: E-Commerce Manager, E-Commerce Specialist, E-Commerce Operations 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](#)