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	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

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
Domainschutz 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