E-Commerce Online Shop 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

Der Konsum verlagert sich in die digitale Welt. Der Verkauf demnach auch. Und das im besten Fall mit einer passenden E-Commerce Strategie und Online-Shops, die zur Zielgruppe passen. Mit Deiner Online-Weiterbildung E-Commerce Online Shop Management öffnest Du den Unternehmen die Türe in die digitale Verkaufswelt. Daran führt zukünftig kein Weg vorbei. Und an Dir auch nicht. Dein berufliches Gebiet ist die Systemlandschaft? Dann bist Du im digitalen Handel genau richtig. Denn hier kannst Du nach Deiner Online-Weiterbildung E-Commerce Online Shop Management den erfolgreichen Onlinehandel von Unternehmen leiten. Und das Wissen hierfür bekommst Du in Deiner Weiterbildung. Denn die Inhalte dieser decken sowohl Content Management Systeme als auch Webshops und Plattformen ab. Außerdem befasst Du Dich mit der User Experience während des Online-Shoppings. Denn was bringt ein schöner Online-Shop, wenn das digitale Shopping-Erlebnis der Endkund:innen nicht stimmt? Du weißt wie wichtig das Zusammenspiel der passenden Plattform, der Gestaltung dieser und dem Nutzen für die Kund:innen ist. Und damit Du optimal auf Deinen zukünftigen Job vorbereitet bist, wendest Du Deine neuen Fähigkeiten bereits während der Weiterbildung in der Praxis an: Mit Deinem Projekt "Webshop Development".

02 Lehrplan & Module

1. Content Management Systeme

In diesem Kurs werden den Studierenden im ersten Schritt die wesentlichen Grundkenntnisse vermittelt, die sie für die professionelle Anwendung von CMS-Systemen benötigen. Hierzu gehört vor allem eine Grundausbildung in den gängigen Web-Technologien HTML, CSS und JavaScript. Darüber hinaus werden auch grundlegende Prozesse im Umgang mit CMS-Systemen vorgestellt.
Dieses Wissen bereitet die Studierenden auf die Fallstudie vor. Hier werden den Studierenden Aufgaben gestellt, die sie unter Einsatz von Content Management-Systemen lösen müssen. Dabei wenden sie das zuvor vermittelte Wissen praktisch an.
Kursinhalte
Begriffe und Grundlagen Motivation und Problemstellung
Aufbau und Funktionen
Arten von Content Management Systemen
Abgrenzung zu Enterprise Content Management
Überblick Basistechnologien (Tools zur Zusammenarbeit)
Content-Management-Prozesse
SEO
HTML Struktur
Tag-Konzept
Textauszeichnung
Medien
Tabellen
Navigation
CSS Motivation für die Nutzung und Integration mit HTML
Syntax
Klassen-Konzept
Box-Modell
Kaskaden
Vererbung
Framework
JavaScript Einsatz von HTML und CSS
Variablen und Anweisungen
Kontrollstrukturen
Funktionen
DOM
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Fallstudie

2. Webshop Development

In diesem Kurs wenden die Studierenden ihre Kenntnisse im Bereich Webshops und Plattformen praxisnah an. Ausgehend von einer Anforderungsanalyse sollen sie die Entwicklung einer Shop-Umgebung planen und die einzelnen Projektphasen in ihrem Portfolio dokumentieren.
Hierbei transferieren die Studierenden ihr Wissen um die Funktionalitäten sowie Vor- und Nachteile einzelner Shopsysteme in die Praxis und behalten dabei die Erfolgsfaktoren von Webshops im Blick.
Speziell im dualen Fernstudium:
Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.
Kursinhalte
Im Zentrum dieses Kurses steht die Planung und Entwicklung eines Webshops. Die Studierenden durchlaufen dabei alle Projektphasen und dokumentieren ihre Ergebnisse in ihrem Portfolio.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Portfolio

3. User Experience

Der Begriff User Experience (UX) bezeichnet ganz allgemein die Erfahrung bzw. das Erlebnis, welches bei Nutzern und Kunden von Unternehmensangeboten erzeugt wird. Hier geht es also nicht nur darum die Usability von IT-Systemen zu verbessern, sondern ganzheitlich die Erfahrung von Nutzern und Kunden zu analysieren, zu gestalten und zu bewerten.
Nach einer Einführung in das Thema User Experience wird zunächst das Konzept der Customer Journey erläutert und deren Einsatz diskutiert. Anschließend werden ausgewählte Techniken für die Gestaltung von User Experience eingeführt. Danach werden konkrete Techniken zur Bewertung von UX diskutiert und das Thema Informationsdesign betrachtet. Abschließend wird erläutert, wie UX auf der Ebene von Services und Unternehmen gezielt gestaltet werden kann.
Kursinhalte
Grundlagen der User Experience Begriffe, Konzepte, Geschichte
User Experience Design und Management
Ausgewählte Szenarien aus der Praxis
Analyse Contextual Inquiry
Touchpoint-Analyse
Customer Journey Map
Persona
Ideenfindung Use Cases
User Storys
Storyboards
Entwurf und Prototyping Card Sorting
Skizzen und Scribbles
Wireframes
Prototyping
Guidelines und Styleguides
Evaluation Usability Testing
Beobachtungstechniken
Befragungstechniken und Fragebögen
UX-Integration in Unternehmen UX in Services und Geschäftsprozessen
UX von Unternehmen
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Examen, 90 Minuten

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 Operations Manager, E-Commerce Specialist

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