

# eCommerce Manager (IHK)

## Musterlehrplan

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	6	<b>Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung/ Begrüßung</li> <li>• Kennenlernen der Gruppe</li> <li>• Organisatorisches zum Lehrgang</li> <li>• Informationen zur Facharbeit</li> <li>• Einführung in die Erstellung einer Strategie</li> <li>• Informationen zum Abschluss</li> <li>• Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</li> <li>• Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben</li> </ul>	<b>Business Academy Ruhr GmbH</b>
KW XX/XX	HH.MM - HH.MM	<b>Einführung in das eLearning, erste Übungen</b>			
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ  Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	<b>Grundlagen des eCommerce</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rahmenbedingungen und Geschäftsmodelle, B2C und B2B</li> <li>• Begriffsabgrenzungen und Beispiele: Pure Internet Player, Multi-Channel-Vertrieb</li> <li>• Zahlen, Daten und Fakten im eCommerce: Bedeutung, Umsätze, Mobile Nutzung, Nutzerverhalten uvm.</li> <li>• Vorteile und Nachteile eines eigenen Onlineshops vs. Online-Marktplatz</li> <li>• Mobile Commerce: Vorteile und Nachteile einer App</li> <li>• Verkaufen über Soziale Netzwerke: Facebook Shop Funktion, Instagram Shopping</li> <li>• Verkaufen über Google: Google Shopping</li> <li>• Customer Journey: der Weg des Kunden zum Ziel</li> <li>• Rolle von Vergleichsportalen</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 1</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	10	<b>Rechtsgrundlagen im Onlinehandel</b>	<b>Dozent/in</b>	

	<p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Regelungen eines Online Auftritts (Informationspflichten des Unternehmens, Impressum)</li> <li>• Rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation (Informationspflichten zu Waren oder Dienstleistungen; Marken- und Kennzeichenrecht mit Bezug zum eCommerce; Urheberrecht und Nutzungsrechte; Persönlichkeitsrecht; Werbemaßnahmen und unlauterer Wettbewerb)</li> <li>• Rechtliche Regelungen zur Preisangabe</li> <li>• Rechtliche Regelungen der Vertragsgestaltung im Online Vertrieb: AGB, Informationspflichten zu Verträgen, Button-Lösung, Widerrufsrecht</li> <li>• Rechtskonforme Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss (Checkout-Prozess)</li> <li>• Datenschutz im eCommerce (DSGVO und Sondergesetze/-regelungen)</li> <li>• Online-Streitbeilegung</li> <li>• Rechtliche Aspekte beim Bestell- und Liefervorgang, Mahnwesen</li> <li>• Umgang mit Abmahnungen</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 2</li> </ul>	
<p>KW XX/XX</p>	<p>TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p><b>Shopsysteme und Warenwirtschaft</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Shopvarianten: Miet-Shops, Kauf-Shops, Open-Source Shops, kostenlose Shops</li> <li>• eCommerce Lösungen für Anfänger und Fortgeschrittene</li> <li>• Anforderungen an ein Shopsystem definieren</li> <li>• Shopsysteme im Vergleich: Zielgruppe, Funktionsumfang, Vor- und Nachteile, Verbreitung, Kosten, Vertragslaufzeit, Beispiel-Shops</li> <li>• Schnittstellen im Onlineshop (API)</li> <li>• Vorteile von Warenwirtschaftssystemen</li> <li>• Onlineshop Schnittstellen zu Bezahl- und Warenwirtschaftssystemen: mögliche Datenarten zum automatisierten Austausch</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 3</li> </ul>	<p><b>Dozent/in</b></p>

<p>KW XX/XX</p>	<p>TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p><b>Shop Usability: von der Startseite bis zum Bestellprozess</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition: Web-, Shop Usability, Usability Testmethoden</li> <li>• Gestaltung, Design, Navigation, Benutzerführung, Technische, mobile Optimierung, uvm.</li> <li>• Onlineshop Konventionen (Positionierung Logo, Warenkorb, Login, uvm.)</li> <li>• Such- und Filterfunktion</li> <li>• Produktdarstellung: Produktdetails, Produktbilder-, videos, Cross Selling</li> <li>• Vertrauensbildende Maßnahmen: Gütesiegel, Kundenbewertungen, SSL Verschlüsselung</li> <li>• Optimierung von Bestellprozessen: Bestell-Button, Warenkorb</li> <li>• webbasierte Zahlungssysteme: Prepaid-Systeme, Pay-Now- und Pay-Later-Systeme</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 4</li> </ul>	<p><b>Dozent/in</b></p>
<p>KW XX/XX</p>	<p>TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p><b>Produktbeschreibungen und SEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung und Grundlagen der Suchmaschine Google: SERP und Snippets (Organische Suchergebnisse, Textanzeige, Produktanzeigen, Featured Snippet, uvm.)</li> <li>• Keywords-Recherche und Keyword Tools</li> <li>• Bedeutung von Mobile Marketing und Usability für das SEO</li> <li>• technische Faktoren: Ladezeit, Meta-Angaben, uvm.</li> <li>• On-Page Faktoren: Bilder, Überschriften, Textelemente, Navigation, interne Verlinkungen uvm.</li> <li>• Off-Page Faktoren: Linkbuilding, Social Signals, uvm.</li> <li>• SEO Analyse Tools</li> <li>• Suchmaschinenoptimierte Produktseiten: Content- und Bild-Optimierung, Meta-Description, Keywords</li> <li>• Umgang mit Duplicate Content (Canonical Tag)</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 5</li> </ul>	<p><b>Dozent/in</b></p>
<p>KW XX/XX</p>		<p>10</p>	<p><b>Logistik, Versand und Retouren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rolle von Logistik-Prozessen im Kaufprozess</li> </ul>	<p><b>Dozent/in</b></p>

	<p>TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anforderungen des Kunden an den Versand</li> <li>• eCommerce Fulfillment, Logistik Dienstleister</li> <li>• Logistik Prozesse: Wareneingang, Lagerung, Warenentnahme, Warenausgang, Verpackung, Versand</li> <li>• Verpackungslösungen (groß- und kleinvolumig), Paketgestaltung (Optik, Funktionalität) und Inhalte</li> <li>• Versanddienstleister und Sendungsverfolgung</li> <li>• Lieferorte und Lieferzeiten</li> <li>• Prozesse der Rückabwicklung: Umgang mit Retouren und Stornierungen und Maßnahmen zur Verringerung von Rückabwicklungsprozessen</li> <li>• Unterschiede im B2B und B2C Versand</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 6</li> </ul>	
<p>KW XX/XX</p>	<p>TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p><b>Kundenbewertungen und Kundenkommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung von Kundenbewertungen und - Weiterempfehlung und Sicht der Online-Händler und Kunden</li> <li>• Bewertungsportale (z.B. Trusted Shops)</li> <li>• Bewertungen im Onlineshop</li> <li>• Bewertungen in Sozialen Netzwerken (z.B. Google My Business, Facebook, uvm.)</li> <li>• Einbindung von Bewertungsmöglichkeiten in der Customer Journey</li> <li>• Relevante Soziale Netzwerke für Online Händler</li> <li>• Kundenservice und -kommunikation in sozialen Netzwerken</li> <li>• Umgang mit (negativen) Kundenbewertungen und Shitstorms</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 7</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>
<p>KW XX/XX</p>	<p>TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p><b>Monitoring und Analyse für Onlineshops</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktfrequenzen, Support, Bekanntheit/Branding, uvm.)</li> <li>• eCommerce Kennzahlen: Umsatz, Transaktionen, Conversion Rate, Durchschnittlicher Bestellwert,</li> </ul>	<b>Dozent/in</b>

				<p>Retourenquote, Warenkorbabbruchrate, Ausstiegsseiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne Shop-Analyse Tools vs. Google Analytics</li> <li>• Voraussetzungen und Einrichtung eines Google Analytics Accounts</li> <li>• Definition von Zielvorhaben in Google Analytics</li> <li>• Berichte in Google Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions</li> <li>• Kennzahlen (KPI)</li> <li>• Zielgruppen- und Besucheranalyse</li> <li>• Erstellung einer eCommerce--Strategie - Teil 8</li> </ul>	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	<p><b>Abgabe der Abschlussleistungen</b></p> <p>Mittwoch, TT.MM.JJJJ (bis 12.00 Uhr)</p>		8	<p><b>Facharbeit und Abschluss</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertigstellung der Facharbeit</li> <li>• Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul> <p><b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen</li> </ul>
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM - HH.MM	7	<p><b>Abschluss</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abschlussveranstaltung</li> <li>• Präsentation</li> <li>• Feedback zur Facharbeit im Plenum</li> <li>• Evaluation</li> <li>• Abschlussfotos</li> <li>• Lehrgangsende</li> </ul>	<p><b>Business Academy Ruhr GmbH</b></p>
			100	<b>Lehrgangsende</b>	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ - TT.MM.JJJJ	<p><b>eTutor/in für die virtuelle Lernplattform:</b></p> <p>eTutorin</p>			