

eCommerce Manager (IHK)

Musterlehrplan

eCommerce Manager (IHK)					
Musterlehrplan					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM – HH.MM	6	Kurseröffnung, Einführung, Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> Einführung/ Begrüßung Kennenlernen der Gruppe Organisatorisches zum Lehrgang Informationen zur Facharbeit Einführung in die Erstellung einer Strategie Informationen zum Abschluss Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Business Academy Ruhr GmbH
KW XX/XX		HH.MM – HH.MM		Einführung in das eLearning, erste Übungen	
KW XX/XX		TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	Grundlagen des eCommerce <ul style="list-style-type: none"> Rahmenbedingungen und Geschäftsmodelle, B2C und B2B Begriffsabgrenzungen und Beispiele: Pure Internet Player, Multi-Channel-Vertrieb Zahlen, Daten und Fakten im eCommerce: Bedeutung, Umsätze, Mobile Nutzung, Nutzerverhalten uvm. Vorteile und Nachteile eines eigenen Onlineshops vs. Online-Marktplatz Mobile Commerce: Vorteile und Nachteile einer App Verkaufen über Soziale Netzwerke: Facebook Shop Funktion, Instagram Shopping Verkaufen über Google: Google Shopping Customer Journey: der Weg des Kunden zum Ziel Rolle von Vergleichsportalen Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 1 	Dozent/in
KW XX/XX		TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	Rechtsgrundlagen im Onlinehandel <ul style="list-style-type: none"> Rechtliche Regelungen eines Online Auftritts (Informationspflichten des Unternehmens, Impressum) Rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation (Informationspflichten zu Waren oder Dienstleistungen; Marken- und Kennzeichenrecht mit Bezug zum eCommerce; Urheberrecht und Nutzungsrechte; Persönlichkeitsrecht; Werbemaßnahmen und unlauterer Wettbewerb) Rechtliche Regelungen zur Preisangabe Rechtliche Regelungen der Vertragsgestaltung im Online Vertrieb: AGB, Informationspflichten zu Verträgen, Button-Lösung, Widerrufsrecht Rechtskonforme Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss (Checkout-Prozess) 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • Datenschutz im eCommerce (DSGVO und Sondergesetze/-regelungen) • Online-Streitbeilegung • Rechtliche Aspekte beim Bestell- und Liefervorgang, Mahnwesen • Umgang mit Abmahnungen • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 2 	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	Shopsysteme und Warenwirtschaft <ul style="list-style-type: none"> • Shopvarianten: Miet-Shops, Kauf-Shops, Open-Source Shops, kostenlose Shops • eCommerce Lösungen für Anfänger und Fortgeschrittene • Anforderungen an ein Shopsystem definieren • Shopsysteme im Vergleich: Zielgruppe, Funktionsumfang, Vor- und Nachteile, Verbreitung, Kosten, Vertragslaufzeit, Beispiel-Shops • Schnittstellen im Onlineshop (API) • Vorteile von Warenwirtschaftssystemen • Onlineshop Schnittstellen zu Bezahl- und Warenwirtschaftssystemen: mögliche Datenarten zum automatisierten Austausch • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 3 	Dozent/in
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	Shop Usability: von der Startseite bis zum Bestellprozess <ul style="list-style-type: none"> • Definition: Web-, Shop Usability, Usability Testmethoden • Gestaltung, Design, Navigation, Benutzerführung, Technische, mobile Optimierung, uvm. • Onlineshop Konventionen (Positionierung Logo, Warenkorb, Login, uvm.) • Such- und Filterfunktion • Produktdarstellung: Produktdetails, Produktbilder-, videos, Cross Selling • Vertrauensbildende Maßnahmen: Gütesiegel, Kundenbewertungen, SSL Verschlüsselung • Optimierung von Bestellprozessen: Bestell-Button, Warenkorb • webbasierte Zahlungssysteme: Prepaid-Systeme, Pay-Now- und Pay-Later-Systeme • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 4 	Dozent/in
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr	10	Produktbeschreibungen und SEO <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Grundlagen der Suchmaschine Google: SERP und Snippets (Organische Suchergebnisse, Textanzeige, Produktanzeigen, Featured Snipped, uvm.) • Keywords-Recherche und Keyword Tools • Bedeutung von Mobile Marketing und Usability für das SEO • technische Faktoren: Ladezeit, Meta-Angaben, uvm. • On-Page Faktoren: Bilder, Überschriften, Textelemente, Navigation, interne Verlinkungen uvm. • Off-Page Faktoren: Linkbuilding, Social Signals, uvm. 	Dozent/in

			<ul style="list-style-type: none"> • SEO Analyse Tools • Suchmaschinenoptimierte Produktseiten: Content- und Bild-Optimierung, Meta-Description, Keywords • Umgang mit Duplicate Content (Canonical Tag) • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 5 	
kw XX/XX	<p>TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Logistik, Versand und Retouren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rolle von Logistik-Prozessen im Kaufprozess • Anforderungen des Kunden an den Versand • eCommerce Fulfillment, Logistik Dienstleister • Logistik Prozesse: Wareneingang, Lagerung, Warementnahme, Warenausgang, Verpackung, Versand • Verpackungslösungen (groß- und kleinvolumig), Paketgestaltung (Optik, Funktionalität) und Inhalte • Versanddienstleister und Sendungsverfolgung • Lieferorte und Lieferzeiten • Prozesse der Rückabwicklung: Umgang mit Retouren und Stornierungen und Maßnahmen zur Verringerung von Rückabwicklungsprozessen • Unterschiede im B2B und B2C Versand • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 6 	Dozent/in
kw XX/XX	<p>TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Kundenbewertungen und Kundenkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Kundenbewertungen und -Weiterempfehlung und Sicht der Online-Händler und Kunden • Bewertungsportale (z.B. Trusted Shops) • Bewertungen im Onlineshop • Bewertungen in Sozialen Netzwerken (z.B. Google My Business, Facebook, uvm.) • Einbindung von Bewertungsmöglichkeiten in der Customer Journey • Relevante Soziale Netzwerke für Online Händler • Kundenservice und -kommunikation in sozialen Netzwerken • Umgang mit (negativen) Kundenbewertungen und Shitstorms • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 7 	Dozent/in
kw XX/XX	<p>TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ</p> <p>Expertenchat TT.MM.JJJJ 18.00-20.00 Uhr</p>	10	<p>Controlling und Analyse für Onlineshops</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktanfragen, Support, Bekanntheit/Branding, uvm.) • eCommerce Kennzahlen: Umsatz, Transaktionen, Conversion Rate, Durchschnittlicher Bestellwert, Retourenquote, Warenkorbbabbruchrate, Ausstiegsseiten • Interne Shop-Analyse Tools vs. Google Analytics • Voraussetzungen und Einrichtung eines Google Analytics Accounts • Definition von Zielvorhaben in Google Analytics 	Dozent/in

				<ul style="list-style-type: none"> • Berichte in Goolge Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions • Kennzahlen (KPI) • Zielgruppen- und Besucheranalyse • Erstellung einer eCommerce--Strategie – Teil 8 	
KW XX/XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ	Abgabe der Abschlussleistung n	8	Facharbeit und Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung der Facharbeit • Erstellung der Abschlusspräsentation Abgabe der Facharbeit + Präsentation: <ul style="list-style-type: none"> • digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen 	
TT.MM.JJJJ	TT	HH.MM – HH.MM	7	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			100	Lehrgangsende	

KW XX/XX	TT.MM.JJJJ – TT.MM.JJJJ	eTutor/in für die virtuelle Lernplattform: eTutor/in
-------------	----------------------------	--