

eCommerce Manager (IHK)

Oktober 2024 – Februar 2025

Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent/in
30.10.2024	Mi	18.00 – 21.15	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 44/45	30.10.2024 – 06.11.2024			Einführung in das eLearning, erste Übungen	
06.11.2024	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	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, Nutzer*innenverhalten 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*der Kund*innen zum Ziel • Rolle von Vergleichsportalen 	Dozent*in
KW 45/46	07.11.2024 – 13.11.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 1	
13.11.2024	Mi	18.00-21.15 Uhr	4	Rechtsgrundlagen im Onlinehandel <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Regelungen eines Onlineauftritts (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 Onlinevertrieb: 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 	
KW 46/47	14.11.2024 – 20.11.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 2	
20.11. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Shopsysteme und Warenwirtschaft <ul style="list-style-type: none"> • Shopvarianten: Miet-Shops, Kauf-Shops, Open-Source Shops, kostenlose Shops • eCommerce Lösungen für Anfänger*innen 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 	Dozent*in
KW 47/48	21.11.2024 – 27.11.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 3	
27.11. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	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, -bilder, -videos, Cross Selling • Vertrauensbildende Maßnahmen: Gütesiegel, Kund*innenbewertungen, SSL Verschlüsselung • Optimierung von Bestellprozessen: Bestell-Button, Warenkorb • webbasierte Zahlungssysteme: Prepaid-Systeme, Pay-Now- und Pay-Later-Systeme 	Dozent*in
KW 48/49	28.11.2024 – 04.12.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 4	
04.12. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Produktbeschreibungen und SEO <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Grundlagen der Suchmaschine Google: SERP und Snippets (Organische Suchergebnisse, Textanzeige, Produktanzeigen, Featured Snippet, uvm.) 	Dozent*in

				<ul style="list-style-type: none"> • 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. • SEO-Analyse-Tools • Suchmaschinenoptimierte Produktseiten: Content- und Bild-Optimierung, Meta-Description, Keywords • Umgang mit Duplicate Content (Canonical Tag) 	
KW 49/50	05.12.2024 – 11.12.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 5	
11.12. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Logistik, Versand und Retouren <ul style="list-style-type: none"> • Rolle von Logistik-Prozessen im Kaufprozess • Anforderungen des*der Kund*innen an den Versand • eCommerce Fulfillment, Logistik Dienstleister*innen • Logistik Prozesse: Wareneingang, Lagerung, Warenentnahme, Warenausgang, Verpackung, Versand • Verpackungslösungen (groß- und kleinvolumig), Paketgestaltung (Optik, Funktionalität) und Inhalte • Versanddienstleister*innen 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 	Dozent*in
KW 50/51	12.12.2024 – 18.12.2024		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 6	
KW 51-02	18.12.2024 – 07.01.2025		Weihnachtsferien		
08.01. 2025	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Kund*innenbewertungen und -kommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Kund*innenbewertungen und -Weiterempfehlung und Sicht der Onlinehändler*innen und Kund*innen • 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 Onlinehändler*innen • Kund*innenservice und -kommunikation in sozialen Netzwerken • Umgang mit (negativen) Kund*innenbewertungen und Shitstorms 	Dozent*in

KW 02/03	09.01.2025 – 15.01.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 7	
15.01. 2024	Mi	18.00- 21.15 Uhr	4	Controlling und Analyse für Onlineshops <ul style="list-style-type: none"> • Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktfrequenzen, Support, Bekanntheit/Branding, uvm.) • eCommerce-Kennzahlen: Umsatz, Transaktionen, Conversion Rate, Durchschnittlicher Bestellwert, Retourenquote, Warenkorbabbruchrate, Ausstiegsseiten • Interne Shop-Analyse-Tools vs. Google Analytics • Voraussetzungen und Einrichtung eines Google Analytics-Accounts • Definition von Zielvorhaben in Google Analytics • Berichte in Google Analytics: Echtzeit, Zielgruppe, Akquisition, Verhalten, Conversions • Kennzahlen (KPI) • Zielgruppen- und Besucheranalyse 	Dozent*in
KW 03/04	16.01.2025 – 22.01.2025		6	Vertiefende Onlineübungen + Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 8	
KW 04/05	23.01.2025 – 29.01.2025 Abgabe der Abschlussleistungen: Mittwoch, 29.01.2025 bis 12.00 Uhr		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 	
05.02. 2025	Mi	14.00 – 19.00 Uhr	6	Abschluss <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussveranstaltung • Präsentation • Feedback zur Facharbeit im Plenum • Evaluation • Abschlussfotos • Lehrgangsende 	Business Academy Ruhr GmbH
			100	Lehrgangsende	

KW 44-04	30.10.2024 – 22.01.2025	eTutor*in für die virtuelle Lernplattform: eTutor*in
----------	----------------------------	--