

eCommerce Manager (IHK)					
Februar - April					
Datum	Tag	Zeit	UE	Module/ Inhalte	Dozent*in
06.02.2026	Fr	10.00 – 14.00	5	Online-Einführung <ul style="list-style-type: none"> • Einführung/ Begrüßung • Kennenlernen der Gruppe • Organisatorisches zum Lehrgang • Informationen zur Facharbeit • Informationen zum Abschluss • Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform • Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben 	Dozent*in
06.02.2026 – 11.02.2026			5	Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer eCommerce Strategie	Dozent*in
Input zur Facharbeit: Mittwoch, 11.02.2026 18.00-21.00 Uhr					
12.02.2026 – 18.02.2026			10	Modul 1: 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
Expertenchat: Mittwoch, 18.02.2026 18.00-21.00 Uhr					

<p>19.02.2026 – 25.02.2026</p> <p>Expertenchat: Mittwoch, 25.02.2026 18.00-21.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p>Modul 2: Rechtsgrundlagen im Onlinehandel</p> <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) • 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 	<p>Dozent*in</p>
<p>26.02.2026 – 04.03.2026</p> <p>Expertenchat: Mittwoch, 04.03.2026 18.00-21.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p>Modul 3: Shopsysteme und Warenwirtschaft</p> <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 • Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 3 	<p>Dozent*in</p>

<p>05.03.2026 – 11.03.2026</p> <p>Expertenchat: Mittwoch, 11.03.2026 18.00-21.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p>Modul 4: Shop Usability: von der Startseite bis zum Bestellprozess</p> <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- und -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 • Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 4 	<p>Dozent*in</p>
<p>12.03.2026 – 18.03.2026</p> <p>Expertenchat: Mittwoch, 18.03.2026 18.00-21.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p>Modul 5: Produktbeschreibungen und SEO</p> <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. • SEO-Analyse-Tools • Suchmaschinenoptimierte Produktseiten: Content- und Bild-Optimierung, Meta-Description, Keywords • Umgang mit Duplicate Content (Canonical Tag) 	<p>Dozent*in</p>

<p>19.03.2026 – 25.03.2026</p> <p>Expertenchat: Mittwoch, 25.03.2026 18.00-21.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p>Modul 6: Logistik, Versand und Retouren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rolle von Logistikprozessen 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 	<p>Dozent*in</p>
<p>26.03.2026 – 01.04.2026</p> <p>Expertenchat: Mittwoch, 01.04.2026 18.00-21.00 Uhr</p>	<p>10</p>	<p>Modul 7: Kund*innenbewertungen und -kommunikation</p> <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 	<p>Dozent*in</p>

02.04.2026 – 08.04.2026			10	Modul 8: Controlling und Analyse für Onlineshops <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, 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• Erstellung einer eCommerce-Strategie – Teil 8	Dozent*in
Expertenchat: Mittwoch, 08.04.2026 18.00-21.00 Uhr					
09.04.2026 – 19.04.2026			4	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 bis Sonntag, 19.04.2025 (23.59Uhr)	Dozent*in
Input zur Abschlusspräsentation: Mittwoch, 15.04.2026 18.00-21.00 Uhr					
20.04. 2026	Mo	10.00 – 15.00	6	Online-Abschluss <ul style="list-style-type: none">• Abschlussveranstaltung• Präsentation• Feedback zur Facharbeit im Plenum• Evaluation• Lehrgangsende	Dozent*in
			100	Lehrgangsende	

eTutor*in für die virtuelle Lernplattform:

Vorname Nachname

Angesichts der dynamischen Veränderungen in digitalen Themen behalten wir uns vor, unsere Lehrpläne flexibel an aktuelle Entwicklungen anzupassen.

Anzahl der synchronen Unterrichtseinheiten: 51 UE (51%)

Anzahl der asynchronen Unterrichtseinheiten: 49 UE (49%)