

| eCommerce Manager (IHK)  |     |                     |    |   |           |
|--|-----|---------------------|----|---|-----------|
| Februar - April  |     |                     |    |   |           |
| Datum  | Tag | Zeit                | UE | Module/ Inhalte   | Dozent*in |
| 06.02.<br>2026   | Fr  | 10.00<br>–<br>14.00 | 5  | <b>Online-Einführung</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>• Informationen zum Abschluss</li> <li>• Einführung in die Arbeit mit der Lernplattform</li> <li>• Anmeldung / Profilgestaltung / Erste Aufgaben</li> </ul>   | Dozent*in |
| 06.02.2026 – 11.02.2026<br><br>Input zur Facharbeit:<br>Mittwoch,<br>11.02.2026<br>18.00-21.00 Uhr |     |                     | 5  | <b>Einführung in das eLearning, Einführung in die Erstellung einer eCommerce Strategie</b>  | Dozent*in |
| 12.02.2026 – 18.02.2026<br><br>Expertenchat:<br>Mittwoch,<br>18.02.2026<br>18.00-21.00 Uhr         |     |                     | 10 | <b>Modul 1: 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, Nutzer*innenverhalten 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>• Costumer Journey: der Weg des*der Kund*innen zum Ziel</li> <li>• Rolle von Vergleichsportalen</li> </ul> | Dozent*in |

|  |   |                         |
|--|---|-------------------------|
| <p>19.02.2026 – 25.02.2026</p> <p>Expertenchat:<br/>Mittwoch,<br/>25.02.2026<br/>18.00-21.00 Uhr</p> | <p><b>Modul 2: Rechtsgrundlagen im Onlinehandel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Regelungen eines Onlineauftritts (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 Onlinevertrieb: 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><b>Dozent*in</b></p> |
| <p>26.02.2026 – 04.03.2026</p> <p>Expertenchat:<br/>Mittwoch,<br/>04.03.2026<br/>18.00-21.00 Uhr</p> | <p><b>Modul 3: 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*innen 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>05.03.2026 – 11.03.2026<br/><br/>           Expertenchat:<br/>           Mittwoch,<br/>           11.03.2026<br/>           18.00-21.00 Uhr</p> | <p>10</p> | <p><b>Modul 4: 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, -bilder- und -videos, Cross Selling</li> <li>• Vertrauensbildende Maßnahmen: Gütesiegel, Kund*innenbewertungen, 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>12.03.2026 – 18.03.2026<br/><br/>           Expertenchat:<br/>           Mittwoch,<br/>           18.03.2026<br/>           18.00-21.00 Uhr</p> | <p>10</p> | <p><b>Modul 5: 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> </ul>      | <p><b>Dozent*in</b></p> |

|  |           |  |                         |
|--|-----------|--|-------------------------|
| <p>19.03.2026 – 25.03.2026</p> <p>Expertenchat:<br/>Mittwoch,<br/>25.03.2026<br/>18.00-21.00 Uhr</p> | <p>10</p> | <p><b>Modul 6: Logistik, Versand und Retouren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rolle von Logistikprozessen im Kaufprozess</li> <li>• Anforderungen des*der Kund*innen an den Versand</li> <li>• eCommerce Fulfillment, Logistik Dienstleister*innen</li> <li>• Logistik Prozesse: Wareneingang, Lagerung, Warenentnahme, Warenausgang, Verpackung, Versand</li> <li>• Verpackungslösungen (groß- und kleinvolumig), Paketgestaltung (Optik, Funktionalität) und Inhalte</li> <li>• Versanddienstleister*innen und Sendungsverfolgung</li> <li>• Lieferorte und Lieferzeiten</li> <li>• Prozesse der Rückabwicklung: Umgang mit Retouren und Stornierungen und Maßnahmen zur Verringerung von Rückabwicklungsprozessen</li> </ul> | <p><b>Dozent*in</b></p> |
| <p>26.03.2026 – 01.04.2026</p> <p>Expertenchat:<br/>Mittwoch,<br/>01.04.2026<br/>18.00-21.00 Uhr</p> | <p>10</p> | <p><b>Modul 7: Kund*innenbewertungen und -kommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung von Kund*innenbewertungen und -Weiterempfehlung und Sicht der Onlinehändler*innen und Kund*innen</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 Onlinehändler*innen</li> <li>• Kund*innenservice und -kommunikation in sozialen Netzwerken</li> <li>• Umgang mit (negativen) Kund*innenbewertungen und Shitstorms</li> </ul>   | <p><b>Dozent*in</b></p> |

|  |    |                     |    |   |           |
|--|----|---------------------|----|---|-----------|
| 02.04.2026 – 08.04.2026<br><br>Expertenchat:<br>Mittwoch,<br>08.04.2026<br>18.00-21.00 Uhr                       |    |                     | 10 | <b>Modul 8: Controlling und Analyse für Onlineshops</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ableitung von relevanten Kennzahlen für verschiedene Ziele (Umsatz, Kontaktanfragen, Support, Bekanntheit/Branding, uvm.)</li> <li>• eCommerce-Kennzahlen: Umsatz, Transaktionen, Conversion Rate, Durchschnittlicher Bestellwert, Retourenquote, Warenkorbabbruchrate, Ausstiegsseiten</li> <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> | Dozent*in |
| 09.04.2026 – 19.04.2026<br><br>Input zur<br>Abschlusspräsentation:<br>Mittwoch,<br>15.04.2026<br>18.00-21.00 Uhr |    |                     | 4  | <b>Facharbeit und Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertigstellung der Facharbeit</li> <li>• Erstellung der Abschlusspräsentation</li> </ul> <b>Abgabe der Facharbeit + Präsentation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Versionen auf der Lernplattform hochladen bis Sonntag, 19.04.2025 (23.59Uhr)</li> </ul>  | Dozent*in |
| 20.04.<br>2026   | Mo | 10.00<br>–<br>15.00 | 6  | <b>Online-Abschluss</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abschlussveranstaltung</li> <li>• Präsentation</li> <li>• Feedback zur Facharbeit im Plenum</li> <li>• Evaluation</li> <li>• Lehrgangsende</li> </ul>  | Dozent*in |
|  |    | 10<br>0             |    | <b>Lehrgangsende</b>  |           |

**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%)**