



**ELG**  
E-Learning Group

## MODULBESCHREIBUNG

Advanced Zertifikat E-Commerce

## Aufbau und Ablauf des Zertifikats

Das Online-Zertifikat erfordert **keine Präsenz** und **kann jederzeit gestartet werden**. Zudem ist für die Teilnahme weder Abitur / Matura, noch ein bestimmtes Maß an Berufserfahrung nötig. Die Freischaltung erfolgt unmittelbar nach Überweisung der Kursgebühren durch unser Team. Mit Freischaltung für den Zertifikatskurs erhalten Sie Zugriff auf sämtliche Lehrinhalte. Das Zertifikat kann **nach acht Wochen abgeschlossen** werden. Die maximale Dauer beträgt 12 Monate. Für eine längere Kursdauer fallen keine zusätzlichen Gebühren an.

Die Inhalte orientieren sich an den **akademischen Standards** der MBA Programme, welche wir gemeinsam mit unseren **Partnerhochschulen** anbieten. Sie qualifizieren sich beruflich weiter, schärfen Ihre Kompetenzen und sichern sich so ein nachhaltiges **Upgrade für Ihren Lebenslauf**.

Das Advanced Zertifikat E-Commerce zählt vier Module. Der Ablauf gliedert sich in eine **flexible Selbstlernphase** und die **Abschlussprüfung**.

**Die Abschlussprüfung findet online statt.** Ort und Zeit der Prüfung bestimmen Sie selbst. Alles was Sie benötigen ist ein PC und eine Internetverbindung. Die Prüfung dauert eine Stunde und besteht aus 100 zufällig ausgewählten Multiple-Choice-Fragen, welche die Inhalte aller Module prüft. Zum Bestehen sind 70 Prozent der möglichen Punkte erforderlich. Bei Nichtbestehen können Sie ein weiteres Mal zur Prüfung antreten. (Dritter Versuch auf Anfrage)

Die praxisnahen Lehrinhalte umfassen ein **interaktives Skriptum, Lernvideos, Übungen und Kontrollfragen**. Überdies wird jedes Skriptum kostenfrei als eBook zur Verfügung gestellt. Während der Dauer des Zertifikats stehen den TeilnehmerInnen ein technischer sowie ein inhaltlicher Support für entsprechende Fragen zur Seite.

Modul-Nr.	Modultitel
M1	Digitalisierung im Handel und E-Commerce
M2	Online Marketing
M3	Mobile Commerce
M4	Data Science
Abschlussprüfung	100 MC-Fragen   Dauer: 1 Stunde

## Modul 1 – Digitalisierung im Handel und E-Commerce

Titel der Lehrveranstaltung	Digitalisierung im Handel und E-Commerce
Lernergebnisse der Lehrveranstaltung	Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage, methodisch über digitale Entwicklungen nachzudenken, die sowohl für den Handel als auch für die Produktion transformativ wirken. Sie identifizieren, welche Trends die digitale Transformation in beiden Bereichen verursacht und welche Veränderungen aufgrund welcher anstehenden Neuerungen oder Lösungen antizipiert werden können. Die TeilnehmerInnen können die Unterschiede durch die Digitalisierung im Handel und der Produktion benennen, sie sind in der Lage, den Einsatz neuer Technologien zu prüfen, zu priorisieren und daraus konkrete Umsetzungsschritte zur digitalen Transformation im Unternehmen einzuleiten. Sie sind in der Lage, für Unternehmen die Transformation zur Industrie 4.0 zu begleiten und beherrschen die dafür notwendigen Instrumente, um das digitale Unternehmen aufbauen zu können.
Modus der Veranstaltung (Präsenzveranstaltung oder Fernlehre)	Fernlehre
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Internet der Dinge / Internet der Dienste</li> <li>– Kommerzielle Grundlagen des Online-Handels</li> <li>– Customer Journey und CRM im Online-Handel</li> <li>– Voraussetzung für Industrie 4.0</li> <li>– Smart Factory</li> <li>– Digitalisierung der Produktion</li> </ul> <p>eProcurement</p>
Lehr- und Lernformen	Skript, Videos, Übungen, Übungsfragen
Unterrichtssprache	Deutsch

## Modul 2 – Online Marketing

Titel der Lehrveranstaltung	Online Marketing
Lernergebnisse der Lehrveranstaltung	Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage, Online Marketing in Organisationen und Unternehmen strategisch zu planen und praktisch durchzuführen. Die Studierenden können Ansätze entwickeln, wie konventionelle Marketingmaßnahmen durch digitale Kommunikation ergänzt und ersetzt werden. TeilnehmerInnen werden messen können, welche unterschiedlichen Online-Kanäle sich gegebenenfalls nutzen lassen, um welche Botschaften zu versenden und welche Zielgruppe zu erreichen. StudentInnen werden über die Fähigkeit verfügen, einen Marketingmix nicht nur selbst zu erstellen, sondern auch bestimmen, welche digitalen Kanäle dafür ideal genutzt werden.
Modus der Veranstaltung (Präsenzveranstaltung oder Fernlehre)	Fernlehre
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Was ist Online Marketing?</li> <li>– Bedeutung von Marketing im digitalen Zeitalter</li> <li>– Werbung auf digitalen Kanälen</li> <li>– Webseiten</li> <li>– Online-Video-Marketing</li> <li>– Suchmaschinenmarketing</li> <li>– Affiliate Marketing</li> <li>– Display Marketing</li> <li>– Couponing</li> </ul> <p>Mobile Marketing</p>
Lehr- und Lernformen	Skript, Videos, Übungen, Übungsfragen
Unterrichtssprache	Deutsch

## Modul 3 – Mobile Commerce

Titel der Lehrveranstaltung	Mobile Commerce
Lernergebnisse der Lehrveranstaltung	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage, essenzielle Ansprüche an Mobile Commerce zu benennen. Sie beschreiben, wie eine Customer Journey im Mobile Commerce gestaltet werden kann. Von diesen Grundlagen ausgehend, können sie unterschiedlichen Strukturen, technologische Möglichkeiten und Geschäftsmodelle benennen, die im Mobile Commerce implementiert werden.</p> <p>TeilnehmerInnen diagnostizieren, welche unternehmerische Ideen und existierende Geschäftsmodelle im Rahmen von Mobile Commerce wie neu aufgesetzt werden. Sie können die verschiedenen Geschäftsmodelle im Mobile Commerce auf Grundlage der potenziellen Profitabilität einstufen und praktischen Handlungsleitungen folgen.</p>
Modus der Veranstaltung (Präsenzveranstaltung oder Fernlehre)	Fernlehre
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"><li>– Was ist Mobile Commerce?</li><li>– Mobile Commerce Rahmenbedingungen</li><li>– Wandel durch Mobile Commerce</li><li>– Research Online/Mobile and Purchase Offline (ROPO)</li><li>– Technologische Grundlagen des Mobile Commerce</li><li>– Usability von mobilen Anwendungen</li><li>– Mobile Marketing Spezifika</li><li>– Mobile Commerce und B2B Aspekte</li><li>– Mobile Security</li></ul>
Lehr- und Lernformen	Skript, Videos, Übungen, Übungsfragen
Unterrichtssprache	Deutsch

## Modul 4 – Data Science

Titel der Lehrveranstaltung	Data Science
Lernergebnisse der Lehrveranstaltung	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls sind die TeilnehmerInnen in der Lage, das Zusammenspiel von Data Analytics mit Geschäftsmodellen (Osterwalder und das G4C Google-Geschäftsmodell) eigenständig für den jeweiligen unternehmerischen Rahmen zu interpretieren.</p> <p>TeilnehmerInnen erkennen, den Nutzen von Data Analytics für Unternehmen. Sie bestimmen, wie konkrete Data Science Modelle der Produktentwicklung dienlich sein können.</p> <p>TeilnehmerInnen werden vor allem die Potenziale von Data Science für eine moderne datenbasierte Unternehmensführung feststellen. Sie können dafür zwischen unterschiedlichen Datentypen unterscheiden, außerdem eigene Datenoperation selbstständig planen und umsetzen.</p>
Modus der Veranstaltung (Präsenzveranstaltung oder Fernlehre)	Fernlehre
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"><li>– Was ist Data Science?</li><li>– Data Management, die Theorien Osterwalder und das G4C</li><li>– Datenbasierte Produktentwicklung</li><li>– Data Analytics – nach dem Modell von Bosch</li><li>– Data Science Case Studies anhand der Produktentwicklung im Software-Bereich</li></ul>
Lehr- und Lernformen	Skript, Videos, Übungen, Übungsfragen
Unterrichtssprache	Deutsch