

eShop Design						
Kennnummer	Workload	Credits/LP	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
	180 Std.	6	5	Jedes Semester	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen		Sprache	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) eShop Design		a) Deutsch	a) 22,5 Std.	a) 45 Std.	a) 45
	b) eShop Design, Praktikum		b) Deutsch	b) 45 Std.	b) 67,5 Std.	b) 45
2	Lernergebnisse/Kompetenzen					
<p>Mehrere Träume verweben sich unter der Bezeichnung „Shop“ zur Business-Chance, gestützt auf Telekommunikation und Informatik. Manager und Kaufleute fasziniert die Idee des fortwährenden Pulsschlags marktlicher Betriebsamkeit: es gibt keine Down-Zeiten, keinen Ladenschluss. Selbst wenn alle Mitarbeiter und Marktteilnehmer ihre physischen Lokationen verlassen haben, handeln die Computersysteme weiter. Bestellungen gehen ein, Verfügbarkeiten werden geprüft, Lieferungen automatisch avisiert, Rechnungen und Gutschriften validiert und ausgetauscht. Neben Händlern, Käufern und Intermediären agieren Software-Agenten weltweit und sorgen für das Matching von Angebot und Nachfrage. Der eShop ist vor diesem Hintergrund das wesentliche Vehikel in die Zukunft des Handels. Von der Architektur über die Technik bis zur Ausstattung des eShops sind die wesentlichen Inhalte des Moduls. Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul können die Studierenden</p> <p><b>Wissen (1)</b>            ... relevante eShop-Systeme aufzählen und beschreiben            ... die eCommerce-Marktentwicklung in Deutschland wiedergeben            ... die ihnen bekannten E-Commerce-Geschäftsmodelle beschreiben            ... die für den digitalen Vertrieb relevanten Technologien benennen</p> <p><b>Verständnis (2)</b>            ... die aktuellen Entwicklungen im E-Commerce und können die Auswirkungen auf den Online-Handel einschätzen und beurteilen            ... die gesetzlichen Rahmenbedingungen des digitalen Vertriebs und des digitalen Marketings darstellen und einordnen</p> <p><b>Anwendung (3)</b>            ... drei verschiedene eShop-Systeme bedienen, einrichten und konfigurieren            ... die Besonderheiten des Online-Marketings für den digitalen Verkauf nutzen, planen und demonstrieren            ... verschiedene digitale Shops installieren, konfigurieren, einrichten/ausstatten und organisieren (=betreiben)</p> <p><b>Analyse (4)</b>            ... eShop-Standard-Software gegenüberstellen, hinterfragen und beurteilen</p> <p><b>Synthese (5)</b>            ... für eShop-Standard-Software Erweiterungen planen und realisieren</p>						

3	<p><b>Inhalte</b></p> <p>a) - Markt &amp; Technik: Marktkennzahlen zum Online-Handel  - Veränderung des Kaufverhaltens  - Marktteilnehmer und Rollen  - Geschäftsmodelle und Erscheinungsformen  - Transaktionsphasen  - Trends  - E-Shop-Architektur und -Funktionalität  - E-Shop-Software und -Erfolgsfaktoren  - Marktübersicht E-Shop-Standard-Systeme</p> <p>b) - Installation, Konfiguration, eShop-Ausstattung mit Magento  - Installation, Konfiguration, eShop-Ausstattung mit OXID  - Konfiguration, eShop-Ausstattung mit CosmoShop  - Online-Marketing mit den drei eShop-Systemen Magento, Oxid, CosmoShop  - Kundenverwaltung mit den drei eShop-Systemen Magento, Oxid, CosmoShop  - Verkaufsförderung mit den drei eShop-Systemen Magento, Oxid, CosmoShop  - Erfolgsmessung mit den drei eShop-Systemen Magento, Oxid, CosmoShop  - Social-Media-Marketing mit den drei eShop-Systemen Magento, Oxid, CosmoShop</p>
4	<p><b>Lehrformen</b></p> <p>a) Vorlesung  b) Praktikum/Labor</p>
5	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eBusiness-Einführung</li> <li>- Web-Design</li> <li>- Datenbanken</li> <li>- Einführung in die Programmierung</li> <li>- Mensch-Computer-Interaktion</li> </ul>
6	<p><b>Prüfungsformen</b></p> <p>a) Prüfungsleistung 1M (Mündliche Prüfung) (3 LP)  b) Prüfungsleistung 1sbA (Praktische Arbeit) (3 LP)</p>
7	<p><b>Verwendung des Moduls</b></p> <p>WirtschaftsNetze (eBusiness) B.Sc. (WNB)</p>
8	<p><b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b></p> <p>Prof. Johann Illik (Modulverantwortliche/r)</p>

**Literatur**

- a) Illik, J. Anton: „Electronic Commerce – Grundlagen und Technik für die Erschließung elektronischer Märkte“, Oldenbourg, Wissenschaftsverlag, München, Wien, 2002
- Illik, J. Anton, Spiegl, Sandrina: "Ein eShop-Portfolio für den Einstieg & Aufstieg – Einführung, Hintergründe und Blick auf deutsche Hersteller", Manuskript-Prerelease, Ambit Verlag, Stuttgart, 2017
- b) Steireif, Alexander/Rieker, Rouven Alexande: „Magento“,Rheinwerk Verlag, Bonn, 2013
- Reibold, Holger: „Magento kompakt“, Bomots Verlag (jetzt brainmedia.de Verlag), Saarbrücken, 2009
- Häberle, Claus: „Magento“, Addison-Wesley/Video2Brain, Graz, 2009
- Krug, Joschka, Zenner, Roman: "Online-Shops mit OXID eShop", O'Reilly Verlag, Köln, 2014