

<b>Kursnummer:</b> BWEC01-01	<b>Kursname:</b> E-Commerce I	<b>Gesamtstunden:</b> 150 h <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS
<b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs <b>Kursangebot :</b> WS, SS <b>Course Duration :</b> Minimaldauer 1 Semester		<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> keine
<b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b> Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		<b>Bezüge zu anderen Modulen:</b> Siehe Modulbeschreibung
<p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>Dieser Kurs bedient sich der Grundlagen betriebs- und volkswirtschaftlicher Prinzipien, um dem Teilnehmer eine erste strategische Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce zu ermöglichen. Chancen und Risiken des elektronischen Geschäftsverkehrs werden innerhalb marktbezogener und rechtlicher Rahmenbedingungen untersucht. Strategische Positionierung, Effizienzpotenziale sowie der elektronische Vertrieb bilden gemeinsam die Grundlage für das übergeordnete Modul.</p> <p>Der Kurs E-Commerce I vermittelt grundlegende Fachbegriffe und Konzepte aus dem elektronischen Geschäftsverkehr und geht hierbei auf unterschiedliche Transaktions- und Kommunikationsplattformen und -modelle ein. Weiterhin werden Verfahren zur Erstellung und Kontrolle elektronischer Interaktion erarbeitet sowie deren rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen beleuchtet.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Entwicklung von Online-Märkten kennen.</li> <li>• technische Infrastrukturen im elektronischen Geschäftsverkehr verstehen.</li> <li>• rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen analysieren.</li> <li>• den elektronischen Vertrieb als Komponente der Unternehmensstrategie verstehen.</li> <li>• über ein grundlegendes Verständnis von elektronischem Geschäftsverkehr verfügen und in der Lage sein, erste strategische Entscheidungen zu treffen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Einführung</b></p> <p>1.1 Begriffsbestimmung</p> <p>1.2 Vorgeschichte des E-Commerce</p> <p><b>2. Akteure und Geschäftsbereiche im Electronic Business</b></p>		

2.1 Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen

2.2 Geschäftsmodelle

2.3 Wirtschaftsbereiche und Betriebstypen

### **3. E-Marketplace**

3.1 Elektronischer Markt

3.2 Formen und Strukturen elektronischer Marktplätze

3.3 Betreiber elektronischer Marktplätze

### **4. Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce**

4.1 Anforderungen des Telemediengesetzes

4.2 Datenschutz beim Betrieb von Telemediendiensten

4.3 Haftung für gesetzeswidrige Inhalte in Telemediendiensten

4.4 Marken- und Wettbewerbsrecht im Bereich E-Commerce

### **5. Vertragsschluss im Internet**

5.1 Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen

5.2 Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen

5.3 Verbraucherschutz im Bereich E-Commerce

5.4 Formvorschriften für elektronische Verträge

### **6. Technische Infrastrukturen**

6.1 Standard-Shop-Systeme

6.2 Shop-Technologien

### **7. E-Commerce-Strategien und ökonomische Rahmenbedingungen**

7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen

7.2 Entwicklung von E-Business-Strategien

7.3 Strategische Positionierung

#### **Literatur:**

- Aichele, C./Schönberger, M. (2016): E-Business. Eine Übersicht für erfolgreiches B2B und B2C. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kollmann, T. (2016): E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kreuzer, R. T. (2016): Online-Marketing. Springer Gabler, Wiesbaden.

Eine aktuelle Liste mit kursspezifischer Pflichtlektüre sowie Hinweisen zu weiterführender Literatur ist im Learning Management System hinterlegt.

#### **Prüfungszugangsvoraussetzung:**

- Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
- Kursevaluation

**Prüfungsleistung:**

Klausur, 90 Minuten

**Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 90

Selbstüberprüfung (in Std.): 30

Tutorien (in Std.): 30