

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Kursnummer:</b><br>BWEC01   | <b>Kursname:</b><br>E-Commerce I (Einführung) | <b>Gesamtstunden:</b><br>150 h                               |
|  |   | <b>ECTS Punkte:</b><br>5 ECTS                                |
| <b>Kurstyp:</b> Wahlpflicht<br><b>Kursangebot:</b> WS, SS<br><b>Course Duration:</b> Minimaldauer 1 Semester; ab dem 5. Semester wählbar |   | <b>Zugangsvoraussetzungen:</b><br>keine                      |
| <b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b><br>Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System                      |   | <b>Bezüge zu anderen Modulen:</b><br>Siehe Modulbeschreibung |

## **Beschreibung des Kurses:**

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.

Der Kurs E-Commerce I (Einführung) 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 ethische Rahmenbedingungen beleuchtet.

## **Kursziele:**

Nach der Teilnahme an diesem Kurs sollen Studierende

- die Entwicklung von Onlinemärkten kennen.
- technische Infrastrukturen im elektronischen Geschäftsverkehr verstehen.
- rechtliche und ethische Rahmenbedingungen analysieren können.
- den elektronischen Vertrieb als Komponente der Unternehmensstrategie verstehen.

Nach Beendigung des Kurses haben die Teilnehmer ein grundlegendes Verständnis von elektronischem Geschäftsverkehr und können erste strategische Entscheidungen treffen.

## **Lehrmethoden:**

Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

## **Inhalte des Kurses:**

### **1 Einführung**

### **2 Kernbegriffe des elektronischen Geschäftsverkehrs**

### **3 Entwicklung elektronischer Märkte**

### **4 Rahmenbedingungen**

### **5 Rechtliche & ethische Rahmenbedingungen**

### **6 Technische Infrastrukturen**

### **7 Strategische Relevanz**

### **8 Positionierung**

### **9 Effizienz**

### **10 Elektronischer Vertrieb**

## **Literatur:**

- Laudon, K. C./Traver, C. G. (2011): E-commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0273750840.
- Meier, A./Stormer, H. (2009): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 2. Auflage, Springer, Berlin. ISBN-13: 978-3540254263.

**Prüfungszugangsvoraussetzung:**

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

**Prüfungsleistung:**

Klausur, 90 Min.

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

Selbststudium (in Std.): 90  
Selbstüberprüfung (in Std.) 30  
Tutorien (in Std.): 30

Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu.