

Modulbezeichnung:	Webshop Development	
Modulnummer: DLBOMWWD	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Wahlpflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 300 h		ECTS Punkte: 10
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Webshop und Plattformen (DLBECWUP01) • Projekt: Webshop Development (DLBECPWD01) 		Workload: Selbststudium: 230 h Selbstüberprüfung: 20 h Tutorien: 50 h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Christian Steiner
Bezüge zu anderen Programmen:		Bezüge zu anderen Modulen im Programm:
<p>Qualifikations- und Lernziele des Moduls:</p> <p>Webshop und Plattformen Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die einzelnen Bereiche der E-Commerce Systemlandschaft zu benennen und ihre Verbindungen aufzuzeigen. • die Arten des Online Handels zu erklären und voneinander abzugrenzen. • zentrale Erfolgsfaktoren des E-Commerce zu erläutern und anhand von Best-Practice-Beispielen zu illustrieren. • Anforderungen und Funktionalitäten verschiedener Shopsysteme zu benennen und eine anforderungsbezogene Systemauswahl zu treffen und diese zu begründen. • die Hintergründe und Besonderheiten von multinationalen Shoplösungen zu skizzieren und in der Berufspraxis zu berücksichtigen. • das erworbene Wissen im Rahmen einer Fallstudie anzuwenden und ihre Ergebnisse schriftlich zu präsentieren. <p>Projekt: Webshop Development Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Anforderungen an einen neuen Webshop strukturiert zu analysieren. • die Entwicklung eines neuen Onlineshops zu planen und alle Phasen zu dokumentieren. • ihr Wissen um die Erfolgsfaktoren beim Webshop Development in dem Beispielprojekt zu berücksichtigen. • den Projektverlauf und die (Zwischen-)Ergebnisse in ihrem Portfolio zu dokumentieren. 		
Lehrinhalt des Moduls:		

Webshop und Plattformen:

- Die E-Commerce Systemlandschaft
- Arten des Online Handels
- Technische Infrastruktur
- Ausgewählte Shopsysteme
- Prozessabläufe - Gestaltung und Optimierung
- Implementierung und Optimierung von Onlineshops
- Erfolgsfaktoren
- Multinationale Shoplösungen

Projekt: Webshop Development:

In diesem Projekt durchlaufen die Studierenden alle Phasen der Entwicklung eines Webshops und dokumentieren diese in ihrem Portfolio.

Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibungen	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibungen	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibungen	DLBECWUP01: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (50%) DLBECPWD01: Portfolio (50%)

Kursnummer: DLBECWUP01	Kursname: Webshop und Plattformen	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Ob ein Webshop auf einer Open-Source-Lösung, einem kommerziellen Shopsystem oder einer neuen, (unternehmensintern) entwickelten technischen Infrastruktur basieren soll, hängt von Faktoren wie Unternehmensgröße, Budget, erwartetes Umsatzvolumen und technischen sowie funktionellen Anforderungen an ebendiesen ab.</p> <p>Ausgehend von einem Überblick über die E-Commerce Systemlandschaft sowie die verschiedenen Arten des Online Handels wird das notwendige Hintergrundwissen über den grundlegenden technischen Aufbau von Shopsystemen vermittelt. Im Anschluss sollen an verschiedenen Beispielen Vor- und Nachteile aufgezeigt werden, sodass die Studierenden in die Lage versetzt werden, eine anforderungsbezogene, begründete Auswahl treffen zu können. Ein Einblick in die Prozesse sowie die erfolgsversprechende Gestaltung und Optimierung derselben befähigt die Studierenden, die neue Onlineshops zu implementieren sowie die bestehende Umgebungen aktiv zu gestalten und zu optimieren.</p> <p>Abgerundet wird der Kurs durch die Darstellung zentraler Erfolgsfaktoren anhand ausgewählter Best-Practice-Beispiele sowie der Vermittlung von Hintergründen und Besonderheiten von Webshops, die sich an multinationale Zielgruppen richten.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die einzelnen Bereiche der E-Commerce Systemlandschaft zu benennen und ihre Verbindungen aufzuzeigen. • die Arten des Online Handels zu erklären und voneinander abzugrenzen. • zentrale Erfolgsfaktoren des E-Commerce zu erläutern und anhand von Best-Practice-Beispielen zu illustrieren. • Anforderungen und Funktionalitäten verschiedener Shopsysteme zu benennen und eine anforderungsbezogene Systemauswahl zu treffen und diese zu begründen. • die Hintergründe und Besonderheiten von multinationalen Shoplösungen zu skizzieren und in der Berufspraxis zu berücksichtigen. • das erworbene Wissen im Rahmen einer Fallstudie anzuwenden und ihre Ergebnisse schriftlich zu präsentieren. <p>Lehrmethoden:</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>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Die E-Commerce Systemlandschaft</p> <p>1.1 Einführung und Begriffserklärungen</p> <p>1.2 Bereiche der E-Commerce Systemlandschaft</p>		

2. Arten des Online Handels

- 2.1 Betriebstypen (Pure Player, Kooperierend, Multi Channel, Hybrid, Vertikalisiert)
- 2.2 Mobile Shopping
- 2.3 Interaktiver Online Handel
- 2.4 No-Line-Handel
- 2.5 Mischformen

3. Technische Infrastruktur

- 3.1 Grundlagen
- 3.2 Backend
- 3.3 Frontend
- 3.4 Systemkomponenten
- 3.5 Anforderungen und Funktionalitäten

4. Ausgewählte Shopsysteme

- 4.1 Open-Source-Lösungen (z.B. Magento)
- 4.2 Kostenpflichtige Shopsysteme (z.B. Hybris)
- 4.3 Individuelle Lösungen

5. Prozessabläufe - Gestaltung und Optimierung

- 5.1 Produktpräsentation
- 5.2 Bestell- und Kaufvorgang
- 5.3 Checkout
- 5.4 Umgang mit Retouren und Widerruf
- 5.5 Prozessoptimierung

6. Implementierung und Optimierung von Onlineshops

- 6.1 Konzeption und Vorüberlegungen – Auswahl und Projektplanung
- 6.2 Implementierung neuer Shop-Umgebungen
- 6.3 Optimierung bestehender Onlineshops

7. Erfolgsfaktoren

- 7.1 Digitale Innovationen
- 7.2 Skaleneffekte
- 7.3 Data Driven Marketing
- 7.4 Customer Centricity
- 7.5 Neuere Forschungsansätze

8. Multinationale Shoplösungen

- 8.1 Theoretische Grundlagen (Transaktionskostentheorie, Ressourcentheorie)
- 8.2 Internationalisierungsstrategien
- 8.3 Gestaltung und Implementierung

Literatur:

- Große Holtforth, D. (2017): Schlüsselfaktoren im E-Commerce. Innovationen, Skaleneffekte, Daten und Kundenzentrierung. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Heinemann, G. (2015): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Meidl, O. (2015): Global Webshop. E-Commerce-Ansprüche am internationalen Markt. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Stallmann, F./Wegner, U. (2015): Internationalisierung von E-Commerce-Geschäften. Bausteine, Strategien, Umsetzung. Springer Gabler, Wiesbaden.

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

Prüfungsleistung:

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierenden (in Std.):150

Selbststudium (in Std.): 110
Selbstüberprüfung (in Std.): 20
Tutorien (in Std.): 20

Kursnummer: DLBECPWD01	Kursname: Projekt: Webshop Development	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>In diesem Kurs wenden die Studierenden ihre Kenntnisse im Bereich Webshops und Plattformen praxisnah an. Ausgehend von einer Anforderungsanalyse sollen sie die Entwicklung einer Shop-Umgebung planen und die einzelnen Projektphasen in ihrem Portfolio dokumentieren.</p> <p>Hierbei transferieren die Studierenden ihr Wissen um die Funktionalitäten sowie Vor- und Nachteile einzelner Shopsysteme in die Praxis und behalten dabei die Erfolgsfaktoren von Webshops im Blick.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach der Teilnahme an diesem Kurs sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Anforderungen an einen neuen Webshop strukturiert zu analysieren. • die Entwicklung eines neuen Onlineshops zu planen und alle Phasen zu dokumentieren. • ihr Wissen um die Erfolgsfaktoren beim Webshop Development in dem Beispielprojekt zu berücksichtigen. • den Projektverlauf und die (Zwischen-)Ergebnisse in ihrem Portfolio zu dokumentieren. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien, und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Im Zentrum dieses Kurses steht die Planung und Entwicklung eines Webshops. Die Studierenden durchlaufen dabei alle Projektphasen und dokumentieren ihre Ergebnisse in ihrem Portfolio.</p>		

Literatur:

- Große Holtforth, D. (2017): Schlüsselfaktoren im E-Commerce. Innovationen, Skaleneffekte, Daten und Kundenzentrierung. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Heinemann, G. (2015): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Meidl, O. (2015): Global Webshop. E-Commerce-Ansprüche am internationalen Markt. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Stallmann, F./Wegner, U. (2015): Internationalisierung von E-Commerce-Geschäften. Bausteine, Strategien, Umsetzung. Springer Gabler, Wiesbaden.

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

Prüfungsleistung:

Portfolio

Zeitaufwand Studierenden (in Std.):150

Selbststudium (in Std.): 120

Selbstüberprüfung (in Std.): -

Tutorien (in Std.): 30