

E-Commerce-Spezialist: Grundlagenkurs (18 Monate)

Dieser umfassende Grundlagenkurs zum E-Commerce-Spezialisten bietet den Teilnehmern über 18 Monate hinweg fundiertes Wissen und praktische Fähigkeiten, um erfolgreich in der E-Commerce-Branche zu operieren. Die Inhalte decken zentrale Themen wie Geschäftsmodelle, Produktrecherche, Lieferantensuche, Logistik, Preisgestaltung, Marketingstrategien, Kundenbindung und rechtliche Rahmenbedingungen ab. Besonderer Fokus liegt auf den Unterschieden zwischen Marktplatz-Plattformen (z. B. Amazon, eBay) und D2C-Shops (z. B. Shopify, WooCommerce). Zudem werden aktuelle Trends wie KI, AR/VR, Automatisierung und nachhaltige Geschäftsmodelle vermittelt, ergänzt durch praktische Übungen, Fallstudien und innovative Werkzeuge zur Optimierung und Skalierung von E-Commerce-Prozessen.

Monat 1: Einführung in E-Commerce und Geschäftsmodelle

- **Woche 1: Einführung in E-Commerce (36 UE)**
 - E-Commerce-Entwicklung und Marktüberblick (10 UE)
 - Vergleich Geschäftsmodelle (B2B, B2C, C2C, D2C) (10 UE)
 - Erfolgsfaktoren und aktuelle Trends im E-Commerce (8 UE)
 - Überblick Marktplätze vs. D2C-Shops (8 UE)
- **Woche 2: D2C-Shops (38 UE)**
 - Vorteile und Herausforderungen von D2C-Shops (10 UE)
 - Einführung in Shopify und WooCommerce (10 UE)
 - Grundlegende Einrichtung eines D2C-Stores (10 UE)
 - Marktanalyse für D2C: Zielgruppen und Wettbewerbsanalyse (8 UE)
- **Woche 3: Einführung in Marktplätze (40 UE)**
 - Vorteile und Herausforderungen von Marktplätzen (10 UE)
 - Amazon, eBay und Etsy: Funktionen und Unterschiede (10 UE)
 - Marktplatz-Benutzeroberflächen und Kontoeinrichtung (10 UE)
 - Einführung in Amazon Seller Central (10 UE)
- **Woche 4: Trends und Entwicklung im D2C und Marktplatz E-Commerce (38 UE)**
 - Trendthemen: Subscription-Modelle und Personalisierung (10 UE)
 - Erfolgreiche E-Commerce-Beispiele und Fallstudien (8 UE)
 - Vergleich D2C- und Marktplatz-Marketingstrategien (10 UE)
 - Q&A- und Diskussionsrunde (10 UE)

Monat 2: Kontoerstellung und Verwaltung

- **Woche 1: Amazon-Konto Erstellung und Verwaltung (38 UE)**
 - Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Kontoerstellung auf Amazon (10 UE)
 - Benutzerverwaltung und Sicherheitsfunktionen (8 UE)
 - Einführung in Amazon Seller Central: Grundfunktionen (10 UE)
 - Compliance-Grundlagen und Sicherheitsanforderungen (10 UE)

- **Woche 2: Shopify- und WooCommerce-Kontoerstellung** (38 UE)
 - Schritt-für-Schritt-Anleitung zur D2C-Shop-Kontoerstellung (10 UE)
 - Integration von Zahlungsmethoden (10 UE)
 - DSGVO und Datenschutz im D2C (10 UE)
 - Benutzerverwaltung und Sicherheit (8 UE)
- **Woche 3: Rechtliche Anforderungen und Steuern** (38 UE)
 - Einführung in rechtliche Anforderungen (10 UE)
 - Steuerliche Verpflichtungen für Marktplätze und D2C (10 UE)
 - E-Commerce-Compliance und Grundregeln (8 UE)
 - Fallstudien und Praxisbeispiele (10 UE)
- **Woche 4: Sicherheit und Compliance** (38 UE)
 - Einführung in Sicherheitsmaßnahmen und Compliance (10 UE)
 - Amazon-Richtlinien zur Kontosicherung (10 UE)
 - Shopify- und WooCommerce-Richtlinien für Sicherheit und Compliance (10 UE)
 - Q&A und Diskussion zu Herausforderungen und Best Practices (8 UE)

Monat 3: Produktrecherche und Marktanalyse

- **Woche 1: Grundlagen der Produktrecherche** (40 UE)
 - Einführung in Produktrecherche-Methoden für Marktplätze und D2C (10 UE)
 - Identifikation profitabler Produkte und Nischen (10 UE)
 - Tools für Produktrecherche: Helium 10, Jungle Scout, Google Trends (10 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher Produkte (10 UE)
- **Woche 2: Nischenfindung und Zielgruppenanalyse** (36 UE)
 - Techniken zur Nischenfindung und Zielgruppenanalyse (10 UE)
 - Zielgruppensegmentierung und Marktbedürfnisse (10 UE)
 - Marktanalyse-Tools für Marktplätze und D2C (8 UE)
 - Analyse von erfolgreichen Nischenprodukten (8 UE)
- **Woche 3: Wettbewerbsanalyse** (38 UE)
 - Wettbewerbsanalyse auf Amazon und Shopify (10 UE)
 - Vergleich der Produkte und Strategien der Konkurrenz (10 UE)
 - Tools und Techniken zur Wettbewerbsanalyse (8 UE)
 - Q&A und Diskussionsrunde (10 UE)
- **Woche 4: Zusammenfassung und Fallstudien zur Marktanalyse** (38 UE)
 - Marktanalysewerkzeuge im Überblick (10 UE)
 - Einfache Darstellung und Interpretation von Analyseergebnissen (10 UE)
 - Praxisorientierte Fallstudien zur Marktanalyse (10 UE)
 - Feedback und Q&A zur Marktanalyse (8 UE)

Monat 4: Lieferantensuche und Logistik

- **Woche 1: Lieferantensuche** (38 UE)
 - Lieferantensuche für Marktplätze und D2C (10 UE)
 - Nutzung von Plattformen wie Alibaba und WLW (10 UE)
 - Kriterien für die Lieferantenauswahl (10 UE)

- Best Practices für Lieferantenbeziehungen (8 UE)
- **Woche 2: Verhandlungsstrategien und Vertragsgrundlagen** (36 UE)
 - Grundlagen der Preisverhandlung und Konditionen (10 UE)
 - Vertragskomponenten und Lieferantenvereinbarungen (10 UE)
 - Risikomanagement bei Lieferantenverträgen (8 UE)
 - Vertragsrechtliche Aspekte im internationalen Handel (8 UE)
- **Woche 3: Versand und Logistik für Marktplätze und D2C** (40 UE)
 - Grundlagen zu Versand und Logistik im E-Commerce (10 UE)
 - Versandstrategien für internationale Märkte (10 UE)
 - Kosten- und Zeitplanung im Logistikmanagement (10 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher Versandstrategien (10 UE)
- **Woche 4: D2C-Logistik und Versandoptionen** (38 UE)
 - Einrichtung eines eigenen Versandsystems (10 UE)
 - Auswahl von Versanddienstleistern (10 UE)
 - Nachhaltige Verpackung und umweltfreundlicher Versand (8 UE)
 - Optimierung der Lieferzeit und Kundenzufriedenheit (10 UE)

Monat 5: Preisgestaltung und Finanzplanung

- **Woche 1: Preisstrategien und Kalkulation** (38 UE)
 - Einführung in Preisstrategien (Kosten-plus, Wettbewerbsorientierung) (10 UE)
 - Kalkulation der Preisbildung und Margen (10 UE)
 - Vergleich von Preisstrategien für D2C und Marktplätze (10 UE)
 - Einfluss von Amazon- und Shopify-Gebühren (8 UE)
- **Woche 2: Gebühren und Rentabilität** (36 UE)
 - Gebührenstrukturen von Amazon, Shopify und WooCommerce (10 UE)
 - Rentabilitätsberechnung für Produkte (10 UE)
 - Grundlagen der Finanz- und Budgetplanung (8 UE)
 - Steuerliche Aspekte und finanzielle Absicherung (8 UE)
- **Woche 3: Einführung in die Finanzplanung** (38 UE)
 - Finanzplanung und Steuerstrategie (10 UE)
 - Steuerliche Verpflichtungen für E-Commerce (10 UE)
 - Einführung in Steuerplanung und Finanztools (8 UE)
 - Fallstudien zu Finanzplanung und -verwaltung (10 UE)
- **Woche 4: Finanzplanung für internationale Märkte** (40 UE)
 - Herausforderungen der Finanzplanung im internationalen Handel (10 UE)
 - Überblick über steuerliche Vorschriften in den USA und der EU (10 UE)
 - Währungs- und Wechselkursrisiken (10 UE)
 - Einfache Finanztools für die Planung internationaler Verkäufe (10 UE)

Monat 6: Erstellung und Optimierung von Produktlistings

- **Woche 1: D2C-Produktlisting und On-Page-Optimierung** (36 UE)
 - Struktur und Gestaltung von Produkttiteln und Bulletpoints für D2C (10 UE)
 - Techniken zur Erstellung überzeugender Produktbeschreibungen (10 UE)
 - Bild- und Medienoptimierung für D2C-Produkte (8 UE)
 - Benutzerfreundlichkeit und SEO für D2C-Produktseiten (8 UE)

- **Woche 2: Marktplatz-Produktlisting und Optimierung (38 UE)**
 - Struktur und Optimierung von Marktplatz-Listings (Amazon, eBay, Etsy) (10 UE)
 - Techniken zur Keyword-Optimierung für Amazon und andere Marktplätze (10 UE)
 - Vergleich der Optimierungsansätze für verschiedene Plattformen (10 UE)
 - Einführung in Marktplatz-spezifische SEO-Techniken (8 UE)
- **Woche 3: Keyword-Recherche und SEO-Basics für Marktplätze und D2C (40 UE)**
 - Einführung in Keyword-Recherche für Amazon, Shopify und WooCommerce (10 UE)
 - SEO-Grundlagen für D2C und Marktplatz-Produkte (10 UE)
 - Nutzung von Keyword-Tools (z. B. Helium 10, Google Keyword Planner) (10 UE)
 - Optimierungsstrategien zur Steigerung der Produktsichtbarkeit (10 UE)
- **Woche 4: A/B-Testing und Conversion-Optimierung (38 UE)**
 - Grundlagen des A/B-Testings für Produktseiten (10 UE)
 - Conversion-Rate-Optimierung für D2C-Shops und Marktplätze (10 UE)
 - Einführung in Conversion-Metriken und deren Interpretation (10 UE)
 - Praxisübungen zur Verbesserung der Conversion-Rate (8 UE)

Monat 7: Bestandsmanagement und Fulfillment

- **Woche 1: Bestandsmanagement für D2C und Marktplätze (38 UE)**
 - Grundlagen der Bestandsverwaltung und -planung (10 UE)
 - Bedarfsvorhersage und Bestandsprognose (10 UE)
 - Einführung in Bestandskontrollmethoden (8 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher Bestandsmanagement-Strategien (10 UE)
- **Woche 2: Fulfillment by Amazon (FBA) (36 UE)**
 - Vorteile und Nachteile von FBA (10 UE)
 - Anmeldung und Integration von FBA (10 UE)
 - Logistikprozesse in FBA und Bestandsverwaltung (8 UE)
 - Kostenkalkulation und Gewinnoptimierung bei FBA (8 UE)
- **Woche 3: Fulfillment by Merchant (FBM) und D2C-Versand (40 UE)**
 - Vor- und Nachteile von FBM und eigenem Versand (10 UE)
 - Einrichtung und Management eines FBM-Systems (10 UE)
 - Versandlogistik und -optionen für FBM und D2C (10 UE)
 - Auswahl und Vergleich von Versanddienstleistern (10 UE)
- **Woche 4: Logistikoptimierung und internationale Versandoptionen (38 UE)**
 - Logistik-Optimierung für D2C und internationale Marktplätze (10 UE)
 - Versandoptionen für den internationalen Handel (10 UE)
 - Versandkostenkalkulation und Preisgestaltung für internationale Bestellungen (8 UE)
 - Nachhaltigkeit im Versand und umweltfreundliche Verpackung (10 UE)

Monat 8: Marketing und Traffic-Generierung

- **Woche 1: PPC-Kampagnen auf Amazon und Shopify (38 UE)**
 - Einführung in PPC-Marketing und Zielsetzung (10 UE)
 - Keyword-Strategien für PPC-Kampagnen auf Amazon und Shopify (10 UE)
 - Erstellung und Verwaltung von PPC-Kampagnen (10 UE)
 - Budgetierung und Erfolgsmessung (8 UE)
- **Woche 2: Social Media-Marketing (Meta, Instagram, TikTok) (40 UE)**

- Einführung in Social Media-Plattformen und Zielgruppenanalyse (10 UE)
- Content-Strategien und Werbeanzeigen auf Meta und Instagram (10 UE)
- TikTok für E-Commerce und Verkaufsförderung (10 UE)
- Influencer-Marketing und Kampagnenentwicklung (10 UE)
- **Woche 3: Externe Traffic-Quellen und Google Ads (36 UE)**
 - Traffic-Generierung durch Google Ads für Marktplätze und D2C (10 UE)
 - Einführung in Display Ads und Video-Marketing (8 UE)
 - Strategien zur Traffic-Generierung außerhalb von Amazon und Shopify (10 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher Kampagnen mit Google Ads (8 UE)
- **Woche 4: Email-Marketing und CRM-Grundlagen (38 UE)**
 - Grundlagen des E-Mail-Marketings und DSGVO-Compliance (10 UE)
 - Aufbau und Segmentierung einer E-Mail-Liste (10 UE)
 - Gestaltung von E-Mail-Kampagnen und Automatisierung (10 UE)
 - Analyse und Optimierung der E-Mail-Kampagnen (8 UE)

Monat 9: Analyse und Optimierung

- **Woche 1: Einführung in Analyse-Tools (38 UE)**
 - Überblick über E-Commerce-Analysetools wie Google Analytics (10 UE)
 - Einführung in Amazon-Analyse-Tools und Shopify Analytics (10 UE)
 - Kennzahlen zur Erfolgsmessung von Marketingmaßnahmen (10 UE)
 - Einfache Nutzung und Interpretation von Daten (8 UE)
- **Woche 2: Kennzahlen und Berichte (38 UE)**
 - Amazon- und Shopify-Geschäftsberichte (10 UE)
 - Einführung in KPIs wie Conversion-Rate, ACoS und ROAS (10 UE)
 - Erstellung und Interpretation von Leistungsberichten (10 UE)
 - Praktische Übung zur KPI-Berechnung (8 UE)
- **Woche 3: Kundenverhaltensanalyse (36 UE)**
 - Einführung in die Kundenverhaltensanalyse (10 UE)
 - Verfolgung von Kundeninteraktionen und Conversion-Trichter (10 UE)
 - Analyse der Kaufentscheidungen auf D2C und Marktplätzen (8 UE)
 - Segmentierung der Zielgruppe basierend auf Verhalten (8 UE)
- **Woche 4: Optimierung von Marketingmaßnahmen (40 UE)**
 - PPC-Kampagnenoptimierung und A/B-Tests (10 UE)
 - Anpassung von Kampagnenstrategien anhand von Daten (10 UE)
 - Conversion-Optimierung für E-Mail und Social Media (10 UE)
 - Fallstudien zur Anpassung und Optimierung (10 UE)

Monat 10: Kundenservice und Reputationsmanagement

- **Woche 1: Grundlagen des Kundenservice (40 UE)**
 - Einführung in den Kundenservice für E-Commerce (10 UE)
 - Strategien zur Kundenkommunikation und Problemlösung (10 UE)
 - Erstellung eines FAQ-Bereichs und Selbsthilfeangebote (10 UE)
 - Fallstudien: Erfolgreiche Kundenservice-Strategien (10 UE)
- **Woche 2: Umgang mit Kundenfeedback und Bewertungen (36 UE)**
 - Bedeutung von Kundenbewertungen und deren Verwaltung (10 UE)

- Strategien zur Förderung positiver Bewertungen (10 UE)
- Umgang mit negativen Bewertungen und Konfliktlösung (8 UE)
- Verbesserung der Kundenzufriedenheit durch Feedback (8 UE)
- **Woche 3: Reputationsmanagement für D2C und Marktplätze (38 UE)**
 - Aufbau und Pflege einer starken Online-Reputation (10 UE)
 - Überwachung von Bewertungen und Reaktionen (10 UE)
 - Einführung in Reputationsmanagement-Tools (10 UE)
 - Fallstudien: Best Practices im Reputationsmanagement (8 UE)
- **Woche 4: Kundenbindung und Loyalitätsprogramme (38 UE)**
 - Bedeutung der Kundenbindung für E-Commerce (10 UE)
 - Entwicklung einfacher Kundenbindungsprogramme (10 UE)
 - Praxisbeispiele für Loyalitätsprogramme (8 UE)
 - Einführung in Customer Relationship Management (CRM) (10 UE)

Monat 11: Markenentwicklung und Markenschutz

- **Woche 1: Grundlagen der Markenentwicklung (40 UE)**
 - Einführung in Markenstrategie und -identität (10 UE)
 - Entwicklung einer Markenbotschaft und Zielgruppenansprache (10 UE)
 - Design und Kommunikation der Markenvorteile (10 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher Marken im E-Commerce (10 UE)
- **Woche 2: Markenschutz und Amazon Brand Registry (38 UE)**
 - Einführung in den Markenschutz und dessen Bedeutung (10 UE)
 - Schritte zur Anmeldung bei Amazon Brand Registry (10 UE)
 - Schutz des geistigen Eigentums und Markenrechte (10 UE)
 - Tools und Strategien zur Vermeidung von Markenrechtsverletzungen (8 UE)
- **Woche 3: D2C-Markenaufbau und Branding-Techniken (36 UE)**
 - Schaffung einer Markenidentität auf Shopify und WooCommerce (10 UE)
 - Nutzung von Social Media für den Markenaufbau (10 UE)
 - Konsistente Markenkommunikation auf allen Kanälen (8 UE)
 - Beispiele für erfolgreiche D2C-Markenstrategien (8 UE)
- **Woche 4: Content-Marketing zur Markenbildung (38 UE)**
 - Einführung in Content-Marketing und Storytelling (10 UE)
 - Nutzung von Blogs, Videos und Social Media zur Markenbildung (10 UE)
 - Content-Strategien zur Steigerung der Markenbekanntheit (10 UE)
 - Fallstudien zu Storytelling und Content-Marketing (8 UE)

Monat 12: Rechtliche Grundlagen und Compliance

- **Woche 1: E-Commerce-Recht und Verbraucherschutz (38 UE)**
 - Grundlegende E-Commerce-Gesetze und Vorschriften (10 UE)
 - Verbraucherschutz- und Fernabsatzrecht für D2C und Marktplätze (10 UE)
 - Erstellung von rechtssicheren AGB und Datenschutzerklärungen (10 UE)
 - Fallstudien zu Rechtskonflikten im E-Commerce (8 UE)
- **Woche 2: Datenschutz und DSGVO-Compliance (40 UE)**
 - Einführung in die DSGVO und deren Anforderungen (10 UE)
 - Richtlinien zur Speicherung und Nutzung von Kundendaten (10 UE)

- Rechte der Nutzer und Umsetzung von Datenschutzmaßnahmen (10 UE)
- Praxisübungen zur DSGVO-konformen Datenverarbeitung (10 UE)
- **Woche 3: Urheberrecht und geistiges Eigentum** (36 UE)
 - Grundlagen des Urheberrechts im digitalen Handel (10 UE)
 - Schutz von Marken und Patenten im E-Commerce (10 UE)
 - Urheberrechtliche Herausforderungen bei Produktbildern und Texten (8 UE)
 - Praxisbeispiele zur Einhaltung des Urheberrechts (8 UE)
- **Woche 4: Internationale Compliance und Exportregelungen** (38 UE)
 - Internationale E-Commerce-Vorschriften für D2C und Marktplätze (10 UE)
 - Steuerliche und rechtliche Anforderungen beim Export (10 UE)
 - Herausforderungen bei der internationalen Compliance (10 UE)
 - Einführung in Zoll- und Exportvorschriften (8 UE)

Monat 13: Internationales Verkaufen über Marktplätze und Shops

- **Woche 1: Voraussetzungen für den internationalen Verkauf** (38 UE)
 - Vorstellung der wichtigsten internationalen Marktplätze (10 UE)
 - Steuerliche und rechtliche Anforderungen für den internationalen Handel (10 UE)
 - Währungs-, Sprach- und Versandüberlegungen (10 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher internationaler E-Commerce-Unternehmen (8 UE)
- **Woche 2: Marktanalyse für internationale Märkte** (36 UE)
 - Einführung in die internationale Marktanalyse (10 UE)
 - Nutzung von Analysetools zur Bewertung von Nachfrage und Wettbewerb (10 UE)
 - Strategien zur Anpassung von Produkten für internationale Märkte (8 UE)
 - Praxisbeispiele zur erfolgreichen Marktanpassung (8 UE)
- **Woche 3: Anpassung von Produktinformationen und Werbung für internationale Märkte** (40 UE)
 - Optimierung von Produktlistings und Beschreibungen für verschiedene Märkte (10 UE)
 - Keyword-Recherche und SEO-Anpassungen für internationale Zielgruppen (10 UE)
 - Gestaltung internationaler PPC-Anzeigen (10 UE)
 - Marketing-Strategien für kulturelle Anpassung (10 UE)
- **Woche 4: Amazon Global Selling und Shopify für internationale Märkte** (38 UE)
 - Einführung in das Amazon Global Selling-Programm (10 UE)
 - Shopify-Features für internationale Verkäufe (10 UE)
 - Logistik- und Versandoptionen für internationale Bestellungen (10 UE)
 - Einfache Strategien zur Anpassung an lokale Märkte (8 UE)

Monat 14: High-Tech Lernen und Lehren

- **Woche 1: Grundlagen des konzeptionellen Verstehens** (38 UE)
 - Unterschied zwischen Auswendiglernen und Verstehen (10 UE)
 - Negative Glaubenssätze und ihre Auswirkungen auf das Lernen (10 UE)
 - Methoden zur Förderung des Verstehens (10 UE)
 - Fallstudien zu nachhaltigen Lernmethoden (8 UE)

- **Woche 2: Lernstrategien und Werkzeuge** (36 UE)
 - Grundlegende Lernstrategien für konzeptionelles Verstehen (10 UE)
 - Datenhierarchien und ihre Rolle im Lernprozess (10 UE)
 - Schlüsselwörter und Themenerschließung (8 UE)
 - Praktische Übungen zur Anwendung der Werkzeuge (8 UE)
 - Übungen zur Entwicklung eigener Lernstrategien mit den vorgestellten Methoden.
- **Woche 3: Wortverständnis und Vermeidung von Missverständnissen** (40 UE)
 - Einfluss von Wortklarheit auf das Verständnis (10 UE)
 - Techniken zur Klärung von Begriffen (10 UE)
 - Umgang mit Verwirrungen und Widersprüchen (10 UE)
 - Praxisbeispiele zur Verbesserung des Wortverständnisses (10 UE)
- **Woche 4: Praktische Anwendung und Reflexion** (38 UE)
 - Feedbackloops im Lernprozess (10 UE)
 - Anwendung der erlernten Techniken im Alltag (10 UE)
 - Reflexion und individuelle Lernstrategie entwickeln (10 UE)
 - Abschluss-Workshop (8 UE)

Monat 15: Erweiterte Analyse- und Optimierungsstrategien

- **Woche 1: Analyse und Dateninterpretation** (40 UE)
 - Nutzung von Amazon- und Shopify-Analysetools für tiefe Datenanalysen (10 UE)
 - Interpretation von Verkaufs-, Kunden- und Werbeberichten (10 UE)
 - Identifikation von Optimierungspotentialen durch Datenanalyse (10 UE)
 - Fallstudien zur datenbasierten Optimierung (10 UE)
- **Woche 2: Trendanalyse und Marktprognosen** (38 UE)
 - Techniken zur Trendanalyse und -vorhersage (10 UE)
 - Nutzung von Marktforschungsdaten zur Erkennung von Trends (10 UE)
 - Prognosen für Umsatz und Marktanteile (10 UE)
 - Praktische Anwendung von Prognosetechniken (8 UE)
- **Woche 3: Risikoanalyse und Risikomanagement** (36 UE)
 - Grundlagen der Risikoanalyse im E-Commerce (10 UE)
 - Risikobewertung und -priorisierung (10 UE)
 - Strategien zur Risikominderung im internationalen Geschäft (8 UE)
 - Fallstudien zur Risikoanalyse und Management (8 UE)
- **Woche 4: Strategien zur Skalierung und Automatisierung** (38 UE)
 - Skalierungsmöglichkeiten im D2C und auf Marktplätzen (10 UE)
 - Automatisierung von E-Commerce-Prozessen (10 UE)
 - Einführung in Tools zur Effizienzsteigerung (10 UE)
 - Fallstudien zur erfolgreichen Geschäftsskalierung (8 UE)

Monat 16: Kundenbindung und Content-Marketing

- **Woche 1: Grundlagen der Kundenbindung** (38 UE)
 - Bedeutung und Ziele der Kundenbindung im E-Commerce (10 UE)
 - Techniken zur Steigerung der Kundenzufriedenheit (10 UE)
 - Entwicklung von Kundenbindungsprogrammen (10 UE)
 - Fallstudien erfolgreicher Kundenbindungsstrategien

- **Woche 2: Content-Marketing und Storytelling (36 UE)**
 - Grundlagen des Content-Marketings im E-Commerce (10 UE)
 - Storytelling-Techniken für die Markenkommunikation (10 UE)
 - Entwicklung einer Content-Strategie für Marktplätze und D2C (8 UE)
 - Fallstudien: Erfolgreiches Storytelling und Content-Marketing (8 UE)
- **Woche 3: Erstellung von Inhalten für E-Commerce (40 UE)**
 - Planung und Erstellung von Blog- und Social Media-Inhalten (10 UE)
 - Grundlagen der Videoproduktion und Bildgestaltung (10 UE)
 - Content-Optimierung zur Verkaufsförderung (10 UE)
 - Praxisbeispiele und Tipps zur effektiven Content-Erstellung (10 UE)
- **Woche 4: SEO-Optimierung von Inhalten und Content-Marketing-Tools (38 UE)**
 - Einführung in SEO für Content-Marketing (10 UE)
 - Keyword-Integration und Textoptimierung (10 UE)
 - Nutzung von Tools zur Content-Analyse und Optimierung (10 UE)
 - Erfolgsmessung und Anpassung der Content-Strategie (8 UE)

Monat 17: Einführung in das Systemische Denken

- **Woche 1: Grundlagen des systemischen Denkens (38 UE)**
 - Bedeutung und Ziele des systemischen Denkens (10 UE)
 - Grundlegende Prinzipien und Werkzeuge (10 UE)
 - Anwendungen und Beispiele aus der Praxis (10 UE)
 - Fallstudien zu systemischen Denkweisen
- **Woche 2: Analyse von Systemen und Wechselwirkungen (36 UE)**
 - Grundlagen zur Analyse von Systemen (10 UE)
 - Wechselwirkungen in Systemen verstehen (10 UE)
 - Grafische Darstellung von Systemen (8 UE)
 - Fallstudien und praktische Übungen zur Systemanalyse (8 UE)
- **Woche 3: Systemisches Denken zur Problemlösung anwenden (40 UE)**
 - Fehlerquellen und Risiken im linearen Denken (10 UE)
 - Systemische Regeln und ihre Anwendung (10 UE)
 - Systeme verstehen und erfolgreich verändern (10 UE)
 - Praxisbeispiele zur nachhaltigen Problemlösung (10 UE)
- **Woche 4: Systemisches Denken im beruflichen Umfeld (38 UE)**
 - Systemisches Denken im Unternehmenskontext (10 UE)
 - Erkennen und Bewältigen von Engpässen (10 UE)
 - Planung und Plantiefen in Systemen (10 UE)
 - Abschluss-Workshop und Reflexion (8 UE)

Monat 18: Zukunft des E-Commerce und technologische Innovationen

- **Woche 1: Zukünftige Trends im E-Commerce (38 UE)**
 - Vorstellung aktueller und zukünftiger E-Commerce-Trends (10 UE)
 - Bedeutung von Mobile Commerce und Social Commerce (10 UE)
 - Fallstudien zu Unternehmen, die neue Trends erfolgreich nutzen (10 UE)

- Diskussion über innovative Geschäftsmodelle (8 UE)
- **Woche 2: Technologische Innovationen: KI, AR und VR (40 UE)**
 - Einführung in Künstliche Intelligenz im E-Commerce (10 UE)
 - Potenzial von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) (10 UE)
 - Anwendungsbeispiele von AR/VR zur Verkaufsförderung (10 UE)
 - Einführung in Blockchain-Technologien und Kryptowährungen (10 UE)
- **Woche 3: Personalisierung und Automatisierung (36 UE)**
 - Bedeutung der Personalisierung für Kundenerlebnisse (10 UE)
 - Techniken zur Automatisierung von E-Commerce-Prozessen (10 UE)
 - Praxisbeispiele für erfolgreiche Personalisierung und Automatisierung (8 UE)
 - Datenschutz und Herausforderungen der Automatisierung (8 UE)
- **Woche 4: Abschluss und Zukunftsperspektiven im E-Commerce (38 UE)**
 - Zusammenfassung der Kursinhalte und Reflexion (10 UE)
 - Erstellung eines individuellen Karriereplans im E-Commerce (10 UE)
 - Diskussion über zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten und Trends (10 UE)
 - Austausch und Feedback zur gesamten Lernerfahrung (8 UE)