



Erasmus+



# e-COMMA

## Fortbildungsinhalte



Projekttitel: e-COMMA  
Projektart: Strategische Partnerschaften Erasmus+  
Programm: Erasmus+  
Vereinbarungsnummer: 2015-1-PL01-KA202-016959

Autoren: e-COMMA Projektpartner

Das Projekt e-COMMA wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Diese Publikation spiegelt nur die Ansichten der Verfasser wider, die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden

## **Vorwort**

Dieses Dokument ist Teil des Projekts e-COMMA, Vereinbarung Nr. 2015-1-PL01-KA202-016959, und wurde im Rahmen des Programms Strategische Partnerschaften Erasmus+ erstellt. Die Verschriftlichung erfolgte in Verbindung mit Output 4: eine Erstfassung eines Curriculums inkl. Lehrmaterialien für Fachkräfte im E-Commerce- und E-Marketing-Bereich.

## Inhaltsangabe

<b>1. EINFÜHRUNG IN DAS PROJEKT .....</b>	<b>5</b>
<b>2. ZUSAMMENFASSUNG .....</b>	<b>6</b>
2.1 DIE E-COMMA-FUNKTIONSPROFILE	6
2.2 WEITERE MAßNAHMEN	7
2.3 FORTBILDUNGSKONZEPT	8
LERNEINHEITEN.....	8
MATERIALIEN.....	8
ZEITLICHER RAHMEN DER FORTBILDUNG.....	9
BEWERTUNG, PRÜFUNG UND ANERKENNUNG.....	10
<b>3. FUNKTIONSPROFIL: COMMUNITY-MANAGER .....</b>	<b>11</b>
3.1 HINTERGRUND	11
3.2 FORTBILDUNGSZIELE	11
3.3 LEHRPLAN	13
3.4 VERMITTLUNG	19
3.5 BESCHEINIGUNG	19
<b>4. FUNKTIONSPROFIL: DATENSPEZIALIST.....</b>	<b>20</b>
4.1 HINTERGRUND	20
4.2 FORTBILDUNGSZIELE	20
4.3 LEHRPLAN	22
4.4 VERMITTLUNG	28
4.5 BESCHEINIGUNG	28
<b>5. FUNKTIONSPROFIL: E-COMMERCE-ENTWICKLER.....</b>	<b>29</b>
5.1 HINTERGRUND	29
5.2 FORTBILDUNGSZIELE	29
5.3 LEHRPLAN	31
5.4 VERMITTLUNG	37
5.5 BESCHEINIGUNG	37
<b>6. FUNKTIONSPROFIL: E-MARKETER.....</b>	<b>38</b>
6.1 HINTERGRUND	38
6.2 FORTBILDUNGSZIELE	38
6.3 LEHRPLAN	40
6.4 VERMITTLUNG	46
6.5 BESCHEINIGUNG	46
<b>7. FUNKTIONSPROFIL: CONTENT-MANAGER.....</b>	<b>47</b>
7.1 HINTERGRUND	47
7.2 FORTBILDUNGSZIELE	47

<b>7.3</b>	<b>LEHRPLAN</b>	<b>48</b>
<b>7.4</b>	<b>VERMITTLUNG</b>	<b>54</b>
<b>7.5</b>	<b>BESCHEINIGUNG</b>	<b>54</b>
<b>8.</b>	<b>ANHANG.....</b>	<b>55</b>
<b>8.1</b>	<b>TABELLE 1</b>	<b>56</b>
<b>8.2</b>	<b>TABELLE 2</b>	<b>58</b>
<b>8.3</b>	<b>TABELLE 3</b>	<b>60</b>
<b>8.4</b>	<b>TABELLE 4</b>	<b>62</b>
<b>8.5</b>	<b>TABELLE 5</b>	<b>64</b>

## 1. Einführung in das Projekt

In den letzten Jahren hat das Internet die Art und Weise, wie Europäer ein- und verkaufen, kommunizieren, interagieren und werben verändert. Die neuen Medien und fortwährende Innovationen im Bereich der Elektroanwendungen verschieben den Handel von den Straßen in die Welt der Computer, Smartphones und anderer neuer Bildschirmanwendungen. Die jüngste Mitteilung der Europäischen Kommission [KOM (2011) 042] zum Thema Internethandel und Online-Dienstleistungen lässt verlauten: „Der elektronische Handel und ganz allgemein die Online-Dienste spielen mittlerweile bei Verbrauchern, Unternehmen gleich welcher Größe und der Gesellschaft insgesamt eine zentrale Rolle.

Das e-COMMA-Projekt wurde im Rahmen des Erasmus+-Programms unter der Leitaktion 2 finanziert, um dieser neuen Realität Rechnung zu tragen. Das e-COMMA-Projekt beleuchtet zwei schnell wachsende und sich schnell entwickelnde Tätigkeitsfelder: Online-Marketing und E-Commerce (elektronischer [Internet-] Handel). Die Beschäftigungsmöglichkeiten in diesen Kategorien sind umfangreich und Europa kann in diesem Bereich einen echten Wettbewerbsvorteil erringen, wenn es gelingt, jene Spitzenqualifikationen zu vermitteln, die in der Branche gefragt sind.

Im Rahmen des e-COMMA-Projekts wurden gem. EU-Norm EN 16234-1:2016 und basierend auf den europäischen Metarahmenwerken EQF/e-CF und ECVET europäische Spezialistenprofile entwickelt und Fortbildungsrichtlinien zur Entwicklung weiterer Berufsbildungsmaßnahmen für die Bereiche Online-Marketing und Internethandel erstellt.

Die Projektpartner:

- Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu – Wrocław, Polen - [www.ue.wroc.pl](http://www.ue.wroc.pl)
- Guimel SAS – La Teste-de-Buch, Frankreich - [www.guimel.eu](http://www.guimel.eu)
- CIAPE – Centro Italiano per l’Apprendimento Permanente – Rom, Italien – [www.ciape.it](http://www.ciape.it)
- Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach – Katowice, Polen – [www.ue.katowice.pl](http://www.ue.katowice.pl)
- FOM Hochschule für Ökonomie & Management – Essen (D) – [www.fom.de](http://www.fom.de)

## 2. Zusammenfassung

Die von den internationalen e-COMMA-Partnern durchgeführten Desk- und Field-Research-Aktivitäten mündeten in der Identifizierung der fünf wichtigsten Funktionen im Bereich des digitalen Handels und Marketing sowie in der Entwicklung detaillierter Funktionsprofile. Diese Funktionsprofile beziehen sich auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die nicht im Informations- und Kommunikationstechnologie- (IKT-) Sektor aktiv sind.

### 2.1 Die e-COMMA-Funktionsprofile

Mitarbeiter in KMU blicken auf Kernqualifikationen und Fertigkeiten, die nicht direkt mit dem IKT-Sektor zusammenhängen. Die Funktionsprofile sind daher als Mehrwert und nicht als Ersatz für bestehende Tätigkeitsprofile zu betrachten. Da die Profile von Experten nach sorgfältiger Analyse der Marktbedürfnisse aus Arbeitgeberperspektive formuliert wurden, beschreiben die Funktionsprofile aktuelle, nachfrageorientierte Kompetenzen.

Die Funktionsprofile entsprechen dem europäischen Referenzrahmen, den die Arbeitsgruppe für IKT-Fertigkeiten der [europäischen Normungseinrichtungen](#) entwickelt hat. Die Funktionsprofile reflektieren die Kompetenzstufen des europäischen Referenzrahmens für ‚e-Competence‘ ([e-CF](#)) (E-Kompetenz), der seit 2016 als europäischer Standard gilt und unter [EN 16234-1:2016](#) veröffentlicht wurde. Es handelt sich um die erste Umsetzung des Europäischen Qualifikationsrahmens (EQR) für einen bestimmten Wirtschaftszweig und bezieht sich ausdrücklich auf E-Kompetenzen.

EN 16234-1:2016 ist Teil der EU-Strategie für *e-skills* (E-Fertigkeiten) im 21. Jahrhundert. Die Norm verweist auf fünf E-Kompetenzbereiche und insgesamt 40 E-Kompetenzen, die grundlegend für den IKT-Sektor sind. Sie bietet somit eine einheitliche Terminologie zur Beschreibung jüngst entwickelter Funktionsprofile. Dies fördert die Anerkennung von Lernergebnissen und deren Sicherung. Die Norm verbindet Berufe, Kompetenzen und Qualifikationen. Dies führt zu einer verbesserten Orientierung im Bereich der beruflichen Fertigkeiten und Fortbildung. Dies führt zu einer höheren Transparenz, Mobilität und Effizienz in ganz Europa. Fortbildungsinhalte können daher so konzipiert werden, dass sie sektorspezifischen Bedürfnissen entsprechen ohne dabei auf nur ein Land beschränkt zu sein.

Die Funktionsprofile, die im Rahmen des e-COMMA-Projekts identifiziert wurden, lauten (weitere Beschreibungen im Anhang):

- Community-Manager;
- Datenspezialist;
- E-Commerce-Entwickler;
- E-Marketer;
- Content-Manager.

Aufgrund der zunehmenden Auswirkungen der Digitalisierung müssen sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer gut auf die einhergehenden Herausforderungen vorbereitet sein. Darüber hinaus führt die Digitalisierung zu einem ständigen Wandel und fordert sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer auf, sich auf dem Laufenden zu halten. Um den Herausforderungen und Bedürfnissen gerecht zu werden, wurde die Fortbildung für IKT-Branchenkompetenzen entwickelt. Diese sollte regelmäßig aktualisiert werden.

Da die Funktionsprofile als Mehrwert für erfahrene Mitarbeiter gedacht sind, basiert diese Berufsbildung auf den ECVET-Prinzipien und bietet somit Möglichkeiten zur internationalen Mobilität und transparenten Anerkennung von Fertigkeiten und Kompetenzen. Die Entwicklung von Fortbildungen im Einklang mit den ECVET-Prinzipien garantiert die Anerkennung der E-Kompetenzen in ganz Europa: Die Qualifikationen sind in der EU vergleichbar und nachvollziehbar. Die e-COMMA-Fortbildung ist äußerst qualitätsorientiert und legt daher den Schwerpunkt auf Lernergebnisse und das Erreichen der jeweiligen IKT-Kompetenzen nach EN 16234:2016.

## 2.2 Weitere Maßnahmen

In diesem Dokument werden die erwarteten Lernergebnisse der Fortbildung beschrieben. Jedes Funktionsprofil kombiniert eine Reihe von Kompetenzen und Fertigkeiten, die die Grundlage für die Lernergebnisse darstellen. Diese beziehen sich explizit auf die EN 16234:2016.

Die Lernziele selbst führen zu den jeweiligen Lerneinheiten der Fortbildung. Eine Reihe von Lernzielen bildet die Grundlage für das Konzept der Lerneinheiten, sprich der Lernmodule. In diesem Dokument werden die Lernzieleinheiten unter Verwendung einer entsprechenden europäischen Vorlage bereitgestellt.<sup>1</sup> Dies garantiert internationale Gültigkeit und bietet ein hohes Maß an Transparenz.

Das Absolvieren einer Reihe von Lerneinheiten führt schließlich zur jeweiligen Qualifikation, z.B. das entwickelte Funktionsprofil.

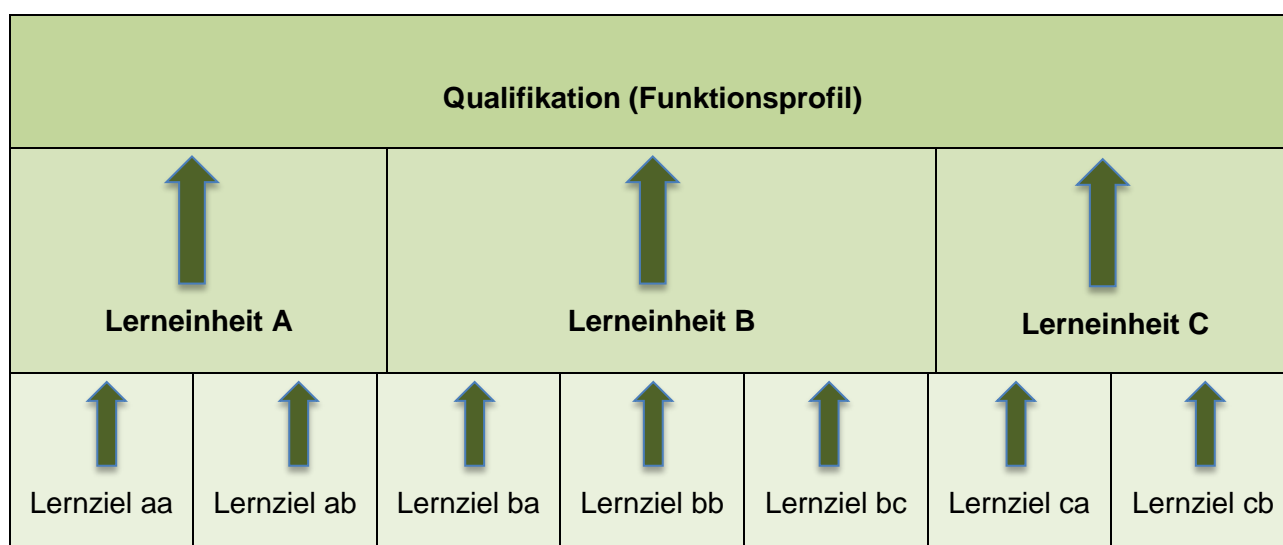


Tabelle1: Fortbildung basierend auf Lernzielen, Überblick

<sup>1</sup> Diese Vorlage wird in deutscher und englischer Sprache von der Nationalen Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung (NA beim BIBB) zur Verfügung gestellt. Online verfügbar unter: <https://www.na-bibb.de/erasmus-berufsbildung/mobilitaet/ecvet-und-qualitaet/ecvet-lernergebniseinheiten-von-a-z/> (12.10.2017)

## 2.3 Fortbildungskonzept

Die e-COMMA-Fortbildungen führen zu beruflichen Qualifikationen, die sowohl für Berufserfahrene als auch für Arbeitssuchende oder Studenten und Auszubildende geeignet sind. Entscheidend ist, dass die Fortbildungen mit Vollzeit-Engagement einhergehen. Deshalb setzt das Fortbildungskonzept auf Flexibilität und ein hohes Maß an Selbstmanagement.

Das Konzept des integrierten Lernens (Blended Learning) ist in den letzten Jahren immer beliebter geworden, da es zwei verschiedene Formen des Lernens kombiniert: klassische, persönliche Interaktion zwischen Dozent und Lernendem, aber auch digitales Lernen über das Internet. Durch die Einführung eines integrierten Lernsystems sind die Lernenden dazu in der Lage, sich zeitlich und räumlich flexibel Wissen anzueignen. Aus diesem Grund (und auch aufgrund der transnationalen Ausrichtung) scheint der Einsatz von Blended Learning im e-COMMA-Projekt die bestmögliche Lösung zu sein. Mit diesem Konzept beabsichtigt man, die optimalen Voraussetzungen für die Aus- und Weiterbildung zu finden, um die Lernenden besser auf die aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse der Unternehmen im Bereich E-Commerce und Online-Marketing vorzubereiten.

### Lerneinheiten

Jedes Funktionsprofil soll über fünf relevante Lerneinheiten erarbeitet werden. Jede Einheit besteht aus Lernzielen. Die Einheiten sind je nach Funktionsprofil in Business-Module (BM) und Technikmodule (TM) unterteilt. Business-Module konzentrieren sich eher auf theoretische, betriebswirtschaftliche Inhalte, wohingegen sich technische Module dem neuesten Stand der Technik sowie relevanten Tools widmen.

Jede Fortbildung besteht aus fünf Blended-Learning-Modulen, die Präsentationen und weiteres audiovisuelles Material für (digitale) Fern- und Präsenzeinheiten kombinieren. Die Fortbildung soll mit einer Fernstudienphase beginnen und mit Präsenzeinheiten schließen.

Jedes Lernmodul beginnt mit einem Überblick über den Lerninhalt, der für das jeweilige Lernziel relevant ist. Wir empfehlen, das Material für die Fernlernphase über eine E-Learning-Plattform zur Verfügung zu stellen, auf die die Teilnehmer passwortgeschützten Zugriff haben. Die Verfügbarkeit der Fortbildungsmaterialien zielt auf die Fähigkeit eigenverantwortlichen Lernens. Die nachfolgende Präsenzphase soll im Ausland erfolgen, um die sozialen Fertigkeiten der Teilnehmer zu stärken. Diese Kontaktmomente konzentrieren sich auf Fallstudien und individuelle oder Gruppenaufgaben, im Rahmen derer das erworbene Wissen korrekt anzuwenden ist.

### Materialien

E-Learning geht weiter als online abrufbare Studienmaterialien. Die e-COMMA-Fortbildungen legen den Schwerpunkt auf vielfältige Lernmaterialien, die individuell eingesetzt werden können und somit dem persönlichen Lerntempo entsprechen. Die Lerneinheiten lassen sich leicht in den Tagesablauf Berufstätiger integrieren, da sie jederzeit und von jedem Ort aus zugänglich sind.

Bei der Anwendung von E-Learning ist zu beachten, dass die bloße Entwicklung digitaler Lerneinheiten nicht der Schlüssel zum Erfolg ist. Im Gegenteil, die Lernelemente müssen den Bedürfnissen der Lernenden entsprechen. Das bedeutet, dass dem didaktischen Konzept besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden muss. Zu diesem Zweck werden unterschiedliche E-Learning-Elemente entwickelt. Die Präsentationen können um Videodateien, Vorlagen, Fallstudien und Übungen ergänzt werden. Um allen Bedürfnissen Rechnung zu tragen, sollen diese Elemente



sowohl online als auch als Download zur Verfügung stehen, um den Lernenden mehr Flexibilität zu bieten. Alle Elemente sind im Hinblick auf die maximale Aufmerksamkeitskapazität, die Menschen aufbringen können, entwickelt. Die folgenden Hinweise wurden bei der Entwicklung der Lernelemente beachtet:

1. Videos (Screencast oder vorhandene YouTube-Videos): 5 bis max. 15 Minuten;
2. Audiodateien: 5 bis max. 15 Minuten;
3. Textdokumente: nicht länger als 15 Seiten;
4. Präsentationen: ca. 50 Folien.

Für jedes Profil soll ein Test zur Überprüfung des Lernerfolges implementiert werden. Die erfolgreiche Absolvierung dieses Tests ist zudem die Voraussetzung für ein entsprechendes Zertifikat.

Das vorgeschlagene Verhältnis Online-Lernelemente zum Gesamt-Lerninhalt liegt bei ~50%, dieses Verhältnis kann aber von den Nutzern des Fortbildungskonzepts angepasst werden. Um die Online-Lernelemente aufzuwerten, sollen die Lernenden auch mit erprobten Lernformen konfrontiert werden. Die Lernenden können dann flexibel, individuell oder in Gruppen an diesen Aufgaben arbeiten. Wichtig zu beachten ist, dass die Lernenden diese Lernphasen individuell gestalten (z.B. Termine vereinbaren, Aufgaben verteilen etc.), um Selbstmanagement- und Sozialkompetenzen zu fördern.

Präsenzlernaufgaben können die kooperative oder individuelle Bearbeitung von Fallstudien (z.B. Strategieentwicklung, Lösung von Organisationsproblemen, Konzeption von E-Commerce- oder Online-Marketing-Lösungen etc.) beinhalten. Der Anteil der Präsenzlernelemente am gesamten Lerninhalt soll ~50% betragen.

In Anlehnung an diese Vorschläge, wurden im e-COMMA Projekt Lehrmaterialien für alle fünf Funktionsprofile entwickelt, die Online-Lernelemente und Übungen enthalten. Das Material ist öffentlich zugänglich unter [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu). Für die Verwendung der Materialien sind die Nutzung des e-COMMA Logos und die Nennung der Quelle erforderlich.

### **Zeitlicher Rahmen der Fortbildung**

Bei der Festlegung der Dauer der Blended-Learning-Einheiten müssen die besonderen Bedürfnisse der Zielgruppen berücksichtigt werden. Die Fortbildung muss dementsprechend zwei Anforderungen gleichzeitig gerecht werden: Sie muss lang genug sein, um alle Inhalte vermitteln zu können. Gleichzeitig darf sie nicht zu umfangreich sein, da die Lernenden i. d. R. berufsbegleitend teilnehmen.

Eine Gesamtdauer von fünf Arbeitstagen zu je 4-5 Stunden Fortbildung erscheint nach der Pilotierung der Fortbildung als Minimalaufwand. Die Inhalte können aber auch flexibel angeboten werden, da sie in die Online-Lernplattform integriert werden. Die Lernenden müssen ihre Studienzeit selbst strukturieren.

## **Bewertung, Prüfung und Anerkennung**

Wir empfehlen, dass die Online-Phase mit einem Online-Test für alle Module endet. Zu jedem Funktionsprofil wird ein Test angeboten. Das Bestehen des Tests ist für die Teilnahme an der folgenden Blended-Learning-Mobilitätsphase relevant. Darüber hinaus sollen die die Präsenzsitzungen die Überprüfung des Lernfortschritts beinhalten.

Wir empfehlen, dass die Online-Phase von einem Online-Tutor begleitet wird, der das Material hochlädt und als Kontaktperson bei Fragen zum Online-Fortbildungsangebot agiert. Der Online-Tutor stellt zudem das Anerkennungsverfahren sicher.

## 3. Funktionsprofil: Community-Manager

### 3.1 Hintergrund

Tabelle 1 (siehe Anhang) beschreibt das im Rahmen des e-COMMA-Projekts entwickelte Funktionsprofil des Community-Managers. Dieses Profil wurde gemäß dem europäischen Rahmenwerk für E-Kompetenzen (e-CF) definiert und beinhaltet Rückmeldungen aus der Wirtschaft (eine detaillierte Funktionsbeschreibung gibt es im Internet<sup>2</sup>).

Das Funktionsprofil spiegelt fünf E-Kompetenzbereiche wider, die sich aus IKT-Geschäftsabläufen ableiten: A. *Plan*, B. *Build*, C. *Run*, D. *Enable*, E. *Manage*. Dieses Kompetenzfeld spiegelt sich in Dimension 1 wider.

Dimension 2 definiert eine Reihe von E-Kompetenzen für jeden Bereich (insgesamt 40 Kompetenzen).

Dimension 3 führt die Kompetenzstufen für jede Kompetenz auf (hoch, mittel, niedrig).

Dimension 4 enthält Fertigkeiten, darunter Sozialkompetenzen, die die E-Kompetenzen in Dimension 2 qualifizieren. Diese zusätzlichen Fertigkeiten werden in drei Kategorien eingeteilt: technische, verhaltensbezogene und unternehmerische Fertigkeiten.

Die Mission des Community-Managers wird wie folgt umschrieben:

- Er/Sie entwickelt und steuert die Kommunikation mit Kunden und Interessenten im Einklang mit der Organisationsstrategie.
- Er/Sie baut „Markenbotschafter“ auf und interagiert täglich feinfühlig und mit Fingerspitzengefühl mit den Anwendern.
- Er/Sie plant und handelt bewusst im Rahmen der Krisenkommunikation.

### 3.2 Fortbildungsziele

Der Community-Manager ist verantwortlich für die Entwicklung, Organisation und Verwaltung der Online-Beziehungen zu den verschiedenen Interessengruppen der Organisation, die er vertritt. Er/Sie setzt die Social-Media-Strategien über einzelne oder mehrere Beiträge sowie Kampagnen um. Er/Sie agiert mit Fingerspitzengefühl, um die Online-Reputation der Organisation zu entwickeln und interagiert täglich über soziale Medien mit der Öffentlichkeit, wobei er auch auf Kritik und Beschwerden reagiert. Er/Sie sorgt zudem dafür, dass die entsprechenden Social-Media-Plattformen und eine respektvolle Kommunikationskultur gepflegt werden.

Der Community-Manager arbeitet in der Regel eng mit dem Kommunikations-, Marketing- und PR-Team zusammen. Je nach Größe der Organisation arbeitet er in Voll- oder Teilzeit. Er/Sie kann ein Team leiten und arbeitet eng mit dem E-Commerce-Team zusammen.

---

<sup>2</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

Seine/Ihre Hauptaufgaben sind:


- Entwicklung, Organisation und Implementierung der Online-Kommunikation der Organisation im Rahmen des digitalen Marketing;
- Analyse und Identifikation von Meinungsmachern und der Community.
- Schaffung und Pflege der Online-Community;
- Beantwortung und Nachverfolgung eingehender Nachrichten und Anfragen;
- Moderation von Foren und sozialen Medien sowie die Interaktion mit Nutzern;
- Durchführung von Web-Analytics sowie die Prüfung, ob Ziele erreicht wurden;
- Unterstützung der Suchmaschinenoptimierungsstrategie der Organisation;
- Antizipation und Planung von Krisenkommunikation in Zusammenarbeit mit anderen Bereichen.


### 3.3 Lehrplan


#### Zusammenfassung

Lerneinheiten	Bezeichnung + Hauptinhalt	Dauer	Prüfung
<b>BM 01 (+ Profileinführung)</b>	<b>Digitales Marketing</b> 1. (Digitales) Marketing 2. Traditionelles vs. digitales Marketing 3. Marketing-Taktiken und Web-Analytics 4. Rechtliche Themen	1 Tag	Die Qualifikation für das Funktionsprofil wird anhand eines Online-Tests ermittelt.  Während der Präsenzlern-einheiten arbeiten die Teilnehmer an Fallstudien und können Ihre Qualifikation, das Funktionsprofil in konkreten, unternehmerischen Situationen übernehmen zu können, demonstrieren.
<b>BM 02</b>	<b>Unternehmensstrategie</b> 1. Unternehmensstrategie 2. Strategiemanagement 3. Instrumente 4. Unternehmensstrategie und Handlungsplan 5. Community-Management-Strategie	1 Tag	
<b>BM 04</b>	<b>Beziehungs- und Risikomanagement</b> 1. Beziehungsmanagement 2. Risikomanagement 3. Krisenmanagement	1 Tag	
<b>BM 03 CM</b>	<b>Problemmanagement</b> 1. Problemmanagement 2. Dokumentationsstandards 3. Change- (Veränderungs-) Management	1 Tag	
<b>TM 01 CM</b>	<b>Digitale Marketinginstrumente: Trends und Anwendung</b> 1. Digitale Marketinginstrumente 2. Kommunikationskanäle 3. Evaluation	1 Tag	


Die aufgeführten Business-Module (BM) und technischen Module (TM) bilden die Grundlage für die Lerneinheiten, die zur Qualifikation des Funktionsprofils führen. Die Lerneinheiten selbst bestehen aus einer Reihe von Lernzielen. Die angestrebten Lernziele der jeweiligen Lerneinheit werden in der nachfolgenden Tabelle beschrieben.

Titel der Einheit: BM 01. Digitales Marketing	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten des digitalen Marketing</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Community-Manager</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
<p>Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: (a) Differenzierung zwischen traditionellem und digitalem Marketing, (b) Marketingtaktik und Webanalyse, (c) rechtliche Aspekte. Der Lernende begreift die Unterschiede zwischen traditionellem und digitalem Marketing. Der Lernende kann die grundlegenden Prinzipien des digitalen Marketing und der Online-Kommunikation anwenden. Der Lernende erfasst die Bedeutung von Datenschutz und Privatsphäre und überträgt diese in die Praxis.</p>			
<b>Lernziele:</b>			
<p>Er/Sie ist dazu in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Prinzipien des digitalen (inkl. Online-Kommunikation) und traditionellen Marketing zu unterscheiden;</li> <li>• digitale Marketingtaktiken adäquat anzuwenden;</li> <li>• grundlegende Analytics-Softwaretools mit kritischem Auge anzuwenden, um die Effizienz verschiedener Maßnahmen und deren Auswirkungen auf die Kapitalrendite zu beurteilen;</li> <li>• die digitalen Marketing-Aktivitäten der Organisation zu analysieren und zu überwachen;</li> <li>• das Nutzerengagement und die Effektivität von Multiplikatoren/Influencern auszuwerten;</li> <li>• sinnvolle Ziele in Übereinstimmung mit der Marketingstrategie der Organisation zu entwickeln;</li> <li>• im Rahmen der Organisationskommunikation geeignete digitale Marketing-Taktiken einzusetzen, einschließlich der Überwachung digitaler Kanäle zwecks Stärkung der Online-Reputation;</li> <li>• Fragen des Datenschutzes und der Privatsphäre im Rahmen der Community-Management-Strategie zu erkennen und mit Sorgfalt zu bearbeiten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
<p>Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (können zusammen mit BM-02 durch die Entwicklung einer Community-Management-Strategie und eines Handlungsplans bewertet werden)</p>			
<p>Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.</p>			
<p>Entwickelt von: e-COMMA Konsortium</p>			

Titel der Einheit: BM 02. Unternehmensstrategie	<b>Entwicklung und Anwendung einer Community-Management-Strategie</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Community-Manager</b>	EQF- Niveau:	
		NQF- Niveau:	
Der Lernende ist dazu in der Lage, verschiedene Geschäfts- und digitale Kommunikationsstrategien zu verstehen und auf deren Grundlage eine Community-Management-Strategie sowie einen operativen Handlungsplan zwecks Stärkung der Online-Reputation der Organisation zu entwickeln.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Geschäfts-/die digitale Kommunikationsstrategie der Organisation auf das Community-Management zu übertragen;</li> <li>• Risiken und Chancen, aktuelle und zukünftige Marktgrößen und -bedürfnisse mittels einer SWOT-Analyse zu identifizieren;</li> <li>• einen strategischen Handlungsplan für das Community Management zu erstellen, der genaue Meilensteine enthält, die zur langfristigen Strategie der Organisation passen;</li> <li>• Standards und Best Practices zu bewerten und umzusetzen, um Qualitätsstandards sicherzustellen;</li> <li>• Kommunikations- und Marketingkonzepte zu erstellen, indem er entsprechende Pläne erstellt und deren Umsetzung begleitet.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die Entwicklung einer Community-Management-Strategie und eines Handlungsplans )			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf den e-COMMA-Lehrplan.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 04. Beziehungs- und Risikomanagement	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten von Beziehungs- und Risikomanagement</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Community-Manager</b>	EQF- Niveau:  NQF- Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: a) Beziehungsmanagement, (b) Risikomanagement, (c) Grundlagen der Krisenkommunikation Der Lernende pflegt entsprechend der Kommunikationsstrategie der Organisation selbständig positive Geschäftsbeziehungen. Er/Sie analysiert Markttrends, um einen angemessenen Fahrplan für das Risikomanagement in Bezug auf seine/ihre Arbeitsprozesse zu entwickeln. Er/Sie handelt und kommuniziert in Krisensituationen sorgfältig, sensibel und im Einklang mit der Kommunikationsstrategie der Organisation.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfahren zur Aufrechterhaltung positiver Geschäftsbeziehungen zu verschiedenen Stakeholdern (intern/extern) zu etablieren und diese zu nutzen;</li> <li>• mit Empathie und im Einklang mit der Kommunikationsstrategie der Organisation auf die Bedürfnisse, Anliegen und Beschwerden der Stakeholder einzugehen;</li> <li>• Investitionen in bestehende und neue Beziehungen vorzuschlagen;</li> <li>• aktuelle und zukünftige Markttrends und damit verbundene Risiken durch den Einsatz geeigneter Instrumente eigenverantwortlich zu analysieren;</li> <li>• eine Richtlinie für das Risikomanagement aufzubereiten, die in offizielle Strategien aufgenommen wird;</li> <li>• kritische Situationen zu verstehen und sich entsprechend der Strategie der Organisation mit Sorgfalt und Fingerspitzengefühl für die Unterstützung der Online-Reputation der Organisation einzusetzen.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie sowie deren Anpassung an eine Krisensituation)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			



Titel der Einheit: BM 03 CM: Problemmanagement	<b>Probleme bewältigen und Änderungen/Verbesserungen umsetzen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Community-Manager</b>	EQF- Niveau:  NQF- Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: (a) Problemmanagement, (b) Dokumentationsstandards, (c) Veränderungsmanagement. Der Lernende nutzt bei Problemen lösungsorientiertes Denken im Einklang mit den Organisationsstandards. Er/Sie sorgt selbstständig für die Aktualisierung der Dokumentation. Er/Sie ist dazu in der Lage, Verbesserungsbedarf zu erkennen und die Schulungspläne für die Mitarbeiter entsprechend anzupassen, so dass Veränderungen umgesetzt werden.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ursachen von Vorfällen im Rahmen von Online-Beziehungen und -Kommunikationen proaktiv und gemäß den angestrebten Qualitätsstandards zu identifizieren;</li> <li>• Vorfälle entsprechend der Organisationsstrategie mit Fingerspitzengefühl zu lösen oder zu eskalieren;</li> <li>• Probleme im Kundensupport gemäß den Regeln des Service Level Agreement (SLA) zu lösen;</li> <li>• relevante Änderungen an der SLA-Anwendung auszuhandeln und umzusetzen und die entsprechende Anwendung sicherzustellen;</li> <li>• Dokumente und Richtlinien für den sachgerechten Einsatz der relevanten Werkzeuge gemäß den vorgegebenen Standards zu erarbeiten und auszugestalten;</li> <li>• diese Dokumente eigenverantwortlich zu pflegen und auf dem neuesten Stand zu halten;</li> <li>• Verbesserungs- und Schulungsbedarf zu erkennen und zur Anpassung der Schulungspläne beizutragen, indem er die neuesten Veränderungen berücksichtigt.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die Kommunikation von Problemen und Konsequenzen zwecks Dokumentation und zu Schulungsangelegenheiten)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 01 CM: Digitale Marketinginstrumente: Trends und Anwendung	<b>Digitale Marketinginstrumente und ihre Anwendung</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Community-Manager</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit führt die Standards digitaler Marketinginstrumente ein. Der Lernende kennt die derzeit gebräuchlichsten digitalen Marketinginstrumente, deren Verwendungsmöglichkeit und Nutzen für den Vertrieb/das Marketing des Unternehmens. Er/Sie wendet die Instrumente korrekt an, um die Online-Kommunikationsstrategie der Organisation umzusetzen und die Online-Reputation der Organisation zu stärken.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Online-Kommunikationsanwendungen zuverlässig zu nutzen, um die Online-Kommunikation der Organisation zu unterstützen;</li> <li>• deren Auswirkungen auf die Organisation, insbesondere auf Vertrieb und Marketing, zu analysieren;</li> <li>• Trends in der Online-Kommunikation zu beobachten und das Kommunikationsteam hinsichtlich der strategischen Auswahl geeigneter Tools für zukünftige/neue Bedürfnisse zu beraten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (Auswahl und adäquate Anwendung von Kommunikationsinstrumenten)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

### **3.4 Vermittlung**

Im Rahmen dieses Fortbildungsansatzes werden die Lernenden die oben genannten Lernergebnisse durch eigenverantwortliches Selbststudium sichern und vorgegebene Tests absolvieren. Die E-Learning-Elemente werden um die Anwendung des theoretischen Wissens und der gewonnenen Kenntnisse und Kompetenzen im Rahmen von Fallstudien während der Präsenzstunden ergänzt.

Diese Präsenzmomente finden im Ausland statt und bieten somit einen zusätzlichen Mehrwert. Die Lernenden stärken ihre Teamfähigkeit, ihre Sozialkompetenzen und natürlich ihre Sprachkenntnisse, da die Fortbildung in englischer Sprache konzipiert ist. Des Weiteren sorgt das Programm somit für eine Verbesserung der interkulturellen Kompetenz. Die Teilnehmer werden es leicht haben, kulturelle Unterschiede zu erkennen und zu akzeptieren, da sie sich in multikulturellen Teams aktivieren. Die Lernenden entwickeln Unabhängigkeit und Selbstständigkeit und beweisen, dass sie multidisziplinäres Wissen anwenden können.

### **3.5 Bescheinigung**

Die Ergebnisse der Fortbildung werden auf vielfältige Weise bewertet und bescheinigt. Die Teilnehmer müssen Online-Tests bestehen und ihre neu erworbenen Kompetenzen während der Präsenzsitzungen unter Beweis stellen.

Diese Leistungen werden schließlich durch den Europass bescheinigt. Die Europäische Union stellt dieses internationale Dokument zur einfachen und adäquaten Ausweisung erlangter Kompetenzen aus. Das Dokument bescheinigt die hohe Qualität der Kompetenzen und sorgt für eine transparente Aufschlüsselung, da es sich auf konkrete Lernergebnisse konzentriert. Der Europass ist ein Gewinn für alle Lernenden, da er dazu beiträgt, die hohe Qualität der im Ausland erworbenen Qualifikationen nachzuweisen.

## 4. Funktionsprofil: Datenspezialist

### 4.1 Hintergrund

Tabelle 2 (siehe Anhang) zeigt das im Rahmen des e-COMMA-Projekts entwickelte Funktionsprofil des Datenspezialisten. Dieses Profil wurde gemäß dem europäischen Rahmenwerk für E-Kompetenzen (e-CF) definiert und beinhaltet Rückmeldungen aus der Wirtschaft (eine detaillierte Funktionsbeschreibung gibt es im Internet<sup>3</sup>).

Das Funktionsprofil spiegelt fünf E-Kompetenzbereiche wider, die sich aus IKT-Geschäftsabläufen ableiten: A. *Plan*, B. *Build*, C. *Run*, D. *Enable*, E. *Manage*. Dieses Kompetenzfeld spiegelt sich in Dimension 1 wider.

Dimension 2 definiert eine Reihe von E-Kompetenzen für jeden Bereich (insgesamt 40 Kompetenzen).

Dimension 3 führt die Kompetenzstufen für jede Kompetenz auf (hoch, mittel, niedrig).

Dimension 4 enthält Fertigkeiten, darunter Sozialkompetenzen, die die E-Kompetenzen in Dimension 2 qualifizieren. Diese zusätzlichen Fertigkeiten werden in drei Kategorien eingeteilt: technische, verhaltensbezogene und unternehmerische Fertigkeiten.

Die Mission des Datenspezialisten wird wie folgt beschrieben:

- Er/Sie verwaltet und pflegt die Datenbanken der Organisation und selektiert, reduziert, interpretiert und transformiert Daten in Informationen, um eine spezifische, für die Organisation relevante Fragestellung zu beantworten.
- Er/Sie identifiziert, analysiert und interpretiert Kundentrends und -muster, um Empfehlungen für zukünftige (Marketing-) Management-Entscheidungen der Organisation aussprechen zu können.
- Er/Sie erstellt Bewertungen und Berichte zu anderen wichtigen Schnittstellen innerhalb der Organisation.
- Er/Sie analysiert die internen Datenbanken der Organisation (einschließlich Traffic-Informationen) zur Umsatzsteigerung, für Marktanteile etc.
- Er/Sie analysiert verfügbare Datenbanken außerhalb der Organisation und destilliert die relevanten Informationen.
- Er/Sie beteiligt sich an der Verfeinerung und Umsetzung der SEO-Strategie zur Analyse der Kapitalrendite (ROI) der bisherigen Maßnahmen und beteiligt sich an der Bewertung des ROI zukünftiger Maßnahmen.
- Er/Sie automatisiert Marketing-Maßnahmen wie E-Mail-Kampagnen (Interessenten, Kunden oder Nutzer, die den Kaufprozess nicht abgeschlossen haben).

### 4.2 Fortbildungsziele

Der Datenspezialist sammelt, bereitet vor, vergleicht und ordnet Datensätze, die die Organisationsentwicklung unterstützen. Diese Fachkraft kann Datenbanken, die für programmierte Maßnahmen relevant sind, identifizieren und durchsuchen. Er/Sie speist die Organisationsdatenbanken mit Daten, die außerhalb der Organisation gesammelt wurden (Open-

---

<sup>3</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

und Closed-Data). Er/Sie nutzt analytische und statistische Methoden, um Informationen aus den Marketingdatenbanken der Organisation zu sammeln, die zur Verbesserung der wirtschaftlichen Entwicklung eines Unternehmens oder einer Organisation beitragen können.

Er/Sie nutzt zudem interne Statistiken, Traffic sowie Nutzerlokalisierung, um Traffic-generierte Einnahmen auf diese Weise zu verbessern. Der Datenspezialist arbeitet in der Regel eng mit dem Vertriebs- und Marketingteam zusammen. Je nach Größe der Organisation arbeitet er in Voll- oder Teilzeit. Er/sie kann ein Team führen.

Seine/Ihre Hauptaufgaben sind:


- Identifikation, Auswahl, Organisation offener/großer Datenbanken für Entwicklungsprozesse im Marketing und Vertrieb;
- Erstellung, Implementierung von Marketingroutinen anhand verfügbarer Daten;
- Beschreibung des ROI bei Marketing- und Vertriebsmaßnahmen;
- Definition und Verarbeitung von Analytics-Daten;
- Berichtserstellung und Weitergabe;
- Beitrag zu Suchmaschinenoptimierungen (SEO) und Online-Reputationsanalysen;
- Stichwörter: AARRR ( Acquisition, Activation, Retention, Reference, Revenues).


## 4.3 Lehrplan

### Zusammenfassung


Lerneinheiten	Bezeichnung + Hauptinhalt	Dauer	Prüfung
<b>BM 01 (+ Profileinführung )</b>	<b>Digitales Marketing</b> 1. (Digitales) Marketing 2. Traditionelles vs. digitales Marketing 3. Marketing-Taktiken und Web-Analytics 4. Rechtliche Themen	1 Tag	Die Qualifikation für das Funktionsprofil wird anhand eines Online-Tests ermittelt.  Während der Präsenzlern-einheiten arbeiten die Teilnehmer an Fallstudien und können Ihre Qualifikation, das Funktionsprofil in konkreten, unternehmerischen Situationen übernehmen zu können, demonstrieren.
<b>BM 02</b>	<b>Technische Grundlagen:</b> 1. Datenspezialist: Einführung 2. Daten im Internethandel 3. Datenbanken	1 Tag	
<b>BM 04</b>	<b>Risikomanagement für Datenspezialisten</b> 1. Risikomanagement 2. Risiken im Datenmanagement 3. Krisenmanagement	1 Tag	
<b>BM 03</b>	<b>Problemmanagement</b> 1. Problemmanagement. 2. Best Practices im Problemmanagement für Datenspezialisten 3. Dokumentationsstandards 4. Change- (Veränderungs-) Management	1 Tag	
<b>TM 03</b>	<b>Technische Entwicklung und Anpassung:</b> Online-Tools zum Datenmanagement - Google Analytics	1 Tag	


Die aufgeführten Business-Module (BM) und technischen Module (TM) bilden die Grundlage für die Lerneinheiten, die zur Qualifikation des Funktionsprofils führen. Die Lerneinheiten selbst bestehen aus einer Reihe von Lernzielen. Die angestrebten Lernziele der jeweiligen Lerneinheit werden in der nachfolgenden Tabelle beschrieben.


Titel der Einheit: BM 01. Digitales Marketing	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten des digitalen Marketing</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Datenspezialist</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
<p>Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: (a) Differenzierung zwischen traditionellem und digitalem Marketing, (b) Marketingtaktik und Webanalyse, (c) rechtliche Aspekte. Der Lernende begreift die Unterschiede zwischen traditionellem und digitalem Marketing. Der Lernende kann die grundlegenden Prinzipien des digitalen Marketing und der Online-Kommunikation anwenden. Der Lernende erfasst die Bedeutung von Datenschutz und Privatsphäre und überträgt diese in die Praxis.</p>			
<b>Lernziele:</b>			
<p>Er/Sie ist dazu in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Prinzipien des digitalen (inkl. Online-Kommunikation) und traditionellen Marketing zu unterscheiden;</li> <li>• digitale Marketingtaktiken adäquat anzuwenden;</li> <li>• grundlegende Analytics-Softwaretools mit kritischem Auge anzuwenden, um die Effizienz verschiedener Maßnahmen und deren Auswirkungen auf die Kapitalrendite zu beurteilen;</li> <li>• die digitalen Marketingaktivitäten der Organisation zu analysieren und zu überwachen;</li> <li>• das Nutzerengagement und die Effektivität von Multiplikatoren/Influencern auszuwerten;</li> <li>• sinnvolle Ziele in Übereinstimmung mit der Marketingstrategie der Organisation zu entwickeln;</li> <li>• im Rahmen der Unternehmenskommunikation geeignete digitale Marketingtaktiken anzuwenden, einschließlich der Überwachung digitaler Kanäle der Organisation zwecks Stärkung der Online-Reputation;</li> <li>• Fragen des Datenschutzes und der Privatsphäre im Rahmen der Community-Management-Strategie zu erkennen und mit Sorgfalt zu bearbeiten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
<p>Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien</p>			
<p>Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.</p>			
<p>Entwickelt von: e-COMMA Konsortium</p>			

Titel der Einheit: TM 02: Technische Grundlagen	<b>Kenntnisse über technische Lösungen und deren Anwendung und Anpassung im Rahmen des Datenmanagements</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Datenspezialist</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) technische Modelllösungen (b) technische Fertigkeiten im Kontext des Datenmanagement Der Lernende kennt sich mit Datenbankmodellen, deren Verwendung und Entwicklung gut aus. Er/Sie wendet sie an und entwickelt sie, um informationsbasiertes betriebswirtschaftliches Wissen nutzerorientiert zur Verfügung zu stellen und über modernste Kommunikationskanäle zu kommunizieren, um die Online-Reputation der Organisation zu stärken.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenbanken und Schnittstellen zwecks Optimierung der Wiederverwendung bewährter Lösungen anzupassen und zu validieren;</li> <li>• mit Hilfe vorhandener Datenbankstrukturen (einschließlich Schnittstellen) eine Führungsrolle bei der Antizipation von Entwicklungen zu übernehmen;</li> <li>• die IKT-Lösungen im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung zu bewerten und die Nachhaltigkeitspolitik der Organisation entsprechend anzupassen;</li> <li>• eine geeignete Schnittstelle zur Verwaltung von Daten (Dateneinspeisung und -extraktion) mit Schwerpunkt auf Benutzerorientierung anzuwenden und zu gestalten;</li> <li>• geeignete Instrumente, mit denen Geschäftswissen erstellt, extrahiert, gepflegt, erneuert und verbreitet werden kann, zu verstehen;</li> <li>• Daten auszuwerten und strukturierte Informationen zu generieren, um Wert für das Unternehmen zu schaffen.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			



Titel der Einheit: BM 04. Risikomanagement für Datenspezialisten	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten im Bereich des Risikomanagements im Rahmen des Datenmanagements</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Datenspezialist</b>	EQF- Niveau:  NQF- Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) Risikomanagement-Strategie, (b) Risikomanagement im Bereich Datenmanagement.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Risikomanagementplan zu entwickeln bzw. an dessen Entwicklung mitzuwirken;</li> <li>• Risiken im Bereich des Datenmanagements mit Hilfe geeigneter Analysewerkzeuge zu identifizieren und zu bewerten;</li> <li>• über geeignete Maßnahmen zu entscheiden und zum Risikomanagementplan gemäß der Organisationsstrategie beizutragen;</li> <li>• Maßnahmen zur Risikobegrenzung im Bereich des Datenmanagements zu planen, durchzuführen und zu dokumentieren;</li> <li>• in Krisensituationen zu agieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten)			
Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 03. Problemmanagement	<b>Probleme bewältigen und Änderungen/Verbesserungen umsetzen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Datenspezialist</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Der Lernende nutzt technologische Lösungen, um Vorfälle durch einen proaktiven Ansatz zu vermeiden. Bei Zwischenfällen löst und eskaliert er/sie diese, um die System- und Komponentenleistung zu optimieren. Er/Sie identifiziert die Ursachen und führt entsprechende Änderungen an den Qualitätsstandards und dem Risikomanagementplan der Organisation durch.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ursachen von Datenbankvorfällen proaktiv und gemäß den angestrebten Qualitätsstandards zu identifizieren;</li> <li>• einen proaktiven Ansatz zur Vermeidung von Zwischenfällen einschließlich der Anpassung bewährter technischer Lösungen zu verfolgen;</li> <li>• Vorfälle zu lösen und zu eskalieren;</li> <li>• System- und Komponentenleistung zu optimieren;</li> <li>• Qualitätsstandards für das Datenmanagement zu entwickeln und anzupassen und zur Risikobegrenzung beizutragen.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 03: Technische Entwicklung und Umrüstung	<b>Anwendung und Anpassung von                  Datenbankmodellen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Datenspezialist</b>	EQF- Niveau:	
		NQF- Niveau:	
Der Lernende verfügt über fundierte Kenntnisse im Bereich aktueller Datenbankmodelle und Schnittstellenwerkzeuge, deren Verwendung und Entwicklung. Er/Sie wendet diese Modelle richtig an, um datenbasiertes Geschäftswissen aufzubauen, zu extrahieren, zu pflegen, zu erneuern und zu erweitern. Er/Sie passt technische Lösungen an die Ergebnisse regelmäßiger Tests an.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Datenmanagementlösungen zuverlässig einzusetzen, um die E-Kompetenz der Organisation zu unterstützen;</li> <li>• Trends im Bereich der Datenbank- und Schnittstellenlösungen zu verfolgen und strategische Entscheidungen zu unterstützen;</li> <li>• geeignete Instrumente zur Erstellung, Extraktion, Pflege, Erneuerung und Erweiterung datenbasierten Geschäftswissens regelmäßig anzuwenden;</li> <li>• bestehende Datenmanagementmodelle anhand regelmäßiger Nutzungserfahrungen und Tests anzupassen.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten)			
Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

## 4.4 Vermittlung

Im Rahmen dieses Fortbildungsansatzes werden die Lernenden die oben genannten Lernergebnisse durch eigenverantwortliches Selbststudium erreichen und vorgegebene Tests absolvieren. Die E-Learning-Elemente werden um die praktische Anwendung der Kenntnisse und Kompetenzen in Fallstudien während der Präsenzstunden ergänzt.

Diese Präsenzmomente finden im Ausland statt und bieten somit einen zusätzlichen Mehrwert. Die Lernenden stärken ihre Teamfähigkeit, ihre Sozialkompetenzen und natürlich ihre Sprachkenntnisse, da die Fortbildung in englischer Sprache konzipiert ist. Des Weiteren sorgt das Programm somit für eine Verbesserung der interkulturellen Kompetenz. Die Teilnehmer werden es leicht haben, kulturelle Unterschiede zu erkennen und zu akzeptieren, da sie sich in multikulturellen Teams aktivieren. Die Lernenden entwickeln Unabhängigkeit und Selbstständigkeit und beweisen, dass sie multidisziplinäres Wissen anwenden können.

## 4.5 Bescheinigung

Die Ergebnisse der Fortbildung werden auf vielfältige Weise bewertet und bescheinigt. Die Teilnehmer müssen Online-Tests bestehen und ihre neu erworbenen Kompetenzen während der Präsenzsitzungen unter Beweis stellen.

Diese Leistungen werden schließlich durch den Europass bescheinigt. Die Europäische Union stellt dieses internationale Dokument zur einfachen und adäquaten Ausweisung erlangter Kompetenzen aus. Das Dokument bescheinigt die hohe Qualität der Kompetenzen und sorgt für eine transparente Aufschlüsselung, da es sich auf konkrete Lernergebnisse konzentriert. Der Europass ist ein Gewinn für alle Lernenden, da er dazu beiträgt, die hohe Qualität der im Ausland erworbenen Qualifikationen nachzuweisen.

## 5. Funktionsprofil: E-Commerce-Entwickler

### 5.1 Hintergrund

Tabelle 4 (siehe Anhang) zeigt das im Rahmen des e-COMMA-Projekts entwickelte Funktionsprofil des E-Commerce-Entwicklers. Dieses Profil wurde gemäß dem europäischen Rahmenwerk für E-Kompetenzen (e-CF) definiert und beinhaltet Rückmeldungen aus der Wirtschaft (eine detaillierte Funktionsbeschreibung gibt es im Internet<sup>4</sup>).

Das Funktionsprofil spiegelt fünf E-Kompetenzbereiche wider, die sich aus IKT-Geschäftsabläufen ableiten: A. *Plan*, B. *Build*, C. *Run*, D. *Enable*, E. *Manage*. Dieses Kompetenzfeld spiegelt sich in Dimension 1 wider.

Dimension 2 definiert eine Reihe von E-Kompetenzen für jeden Bereich (insgesamt 40 Kompetenzen).

Dimension 3 führt die Kompetenzstufen für jede Kompetenz auf (hoch, mittel, niedrig).

Dimension 4 enthält Fertigkeiten, darunter Sozialkompetenzen, die die E-Kompetenzen in Dimension 2 qualifizieren. Diese zusätzlichen Fertigkeiten werden in drei Kategorien eingeteilt: technische, verhaltensbezogene und unternehmerische Fertigkeiten.

Die Mission des E-Commerce-Entwicklers wird wie folgt umschrieben:

- Er/Sie ist verantwortlich für die Entwicklung, technische Planung und Realisierung von E-Commerce-Anwendungen und Online-Plattformen auf Basis verschiedener Technologien und Drittsysteme.
- Er/Sie plant, entwickelt und implementiert komplexe Schnittstellen, berät die Marketingabteilung in technologischen Fragen rund um E-Commerce-Lösungen und Designs und erstellt den Online-Shop inklusive Organisation, Layout, Struktur etc.
- Zu diesem Bereich gehören auch die Frontend- und Backend-Entwicklung sowie das Design und Routinen, um bei Bedarf das Supply-Chain-Management-System und/oder das Abrechnungssystem zu speisen.

### 5.2 Fortbildungsziele

Der E-Commerce-Entwickler konzipiert, erstellt und pflegt Onlineshops und entwickelt deren Infrastruktur auf Basis verschiedener Technologien und Drittsysteme, um den Umsatz des Shops zu optimieren.

Der E-Commerce-Entwickler arbeitet in der Regel eng mit dem Vertrieb-, Marketing- und PR-Team zusammen. Je nach Größe der Organisation arbeitet er in Voll- oder Teilzeit. Er/sie kann ein Team führen

---

<sup>4</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

Seine/Ihre Hauptaufgaben sind:


- Gestaltung, Organisation, Umsetzung von Layout, Struktur und Funktionen des Online-Shops;
- Erstellung von Prototypen und Modellen;
- Nutzung von Kundenfeedback zur Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit des Onlineshops;
- Aufbau von Testapplikationen;
- Leitung der Testsitzungen, Auswertung der Rückmeldungen und Berichterstattung;
- Einrichtung von Tools zwecks Effizienzanalyse des Shops;
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) des Shops;
- Code-Dokumentation;
- Dokumentation und Benutzerhandbuch;
- Anleitung von Subunternehmern/Teammitgliedern.

## 5.3 Lehrplan


### Zusammenfassung


Lerneinheiten	Bezeichnung + Hauptinhalt	Dauer	Prüfung
<b>BM 01</b> (= Profileinführung)	<b>Projektplanung</b> 1. E-Commerce 2. Instrumente und Lösungen für den E-Commerce 3. Projektmanagement-Standards	1 Tag	Die Qualifikation für das Funktionsprofil wird anhand eines Online-Tests ermittelt.  Während der Präsenzlern-einheiten arbeiten die Teilnehmer an Fallstudien und können Ihre Qualifikation, das Funktionsprofil in konkreten, unternehmerischen Situationen übernehmen zu können, unter Beweis stellen.
<b>BM 05</b>	<b>Risikomanagement für E-Commerce-Entwickler</b> 1. Risikomanagement 2. Risikomanagement im Hinblick auf E-Commerce-Entwicklung	1 Tag	
<b>BM 03</b>	<b>Problemmanagement</b> 1. Problemmanagement 2. Dokumentationsstandards 3. Change- (Veränderungs-) Management	1 Tag	
<b>TM 04</b>	<b>Technische Grundlagen</b> 1. Relevante technische Lösungen 2. Programmierfertigkeiten 3. Management-Fertigkeiten	1 Tag	
<b>TM 05</b>	<b>Technische Entwicklung und Umrüstung</b> 1. Komponentenintegration 2. Testung	1 Tag	


Die aufgeführten Business-Module (BM) und technischen Module (TM) bilden die Grundlage für die Lerneinheiten, die zur Qualifikation des Funktionsprofils führen. Die Lerneinheiten selbst bestehen aus einer Reihe von Lernzielen. Die angestrebten Lernziele der jeweiligen Lerneinheit werden in der nachfolgenden Tabelle beschrieben.

Titel der Einheit: BM 01. Produktplanung	<b>Gestaltung von Diensten und der Architektur von Onlineshop- Lösungen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Commerce-Entwickler</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
<p>Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) Projektmanagement-Standards und (b) Planung von Onlineshop-Lösungen. Der Lernende verfügt über umfassende Kenntnisse der verschiedenen E-Commerce-Tools und -Lösungen, deren Nutzung und Weiterentwicklung. Er/Sie definiert den aktuellen und zukünftigen Status, betrachtet die Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen der implementierten und zukünftigen Lösungen und identifiziert und plant Änderungen sowie weitere Anpassungen der E-Commerce-Lösungen. Dabei bezieht er/sie sich auf Projektmanagement-Standards.</p>			
<b>Lernziele:</b>			
<p>Er/Sie ist dazu in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einen Handlungsplan mit genauen Meilensteinen zu formulieren, der zur langfristigen Strategie der Organisation passt;</li> <li>• strategische Dokumente zu erstellen und zu pflegen, einschließlich Richtlinien für den korrekten Umgang mit Produkten in Übereinstimmung mit den geltenden Vorschriften und rechtlichen Rahmenbedingungen;</li> <li>• Architektur, Technologie und Spezifikationen für den Aufbau eines E-Shops zu definieren,</li> <li>• relevante technologische Lösungen entsprechend den Bedürfnissen der Organisation und in Übereinstimmung mit geltenden Bestimmungen zum geistigen Eigentumsrecht vorzuschlagen und auszuwählen,</li> <li>• Interoperabilität, Skalierbarkeit, Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit der eingesetzten Lösungen zu berücksichtigen,</li> <li>• die technologische und geschäftliche Entwicklung zu überwachen und auszurichten,</li> <li>• die Strategie für die implementierten E-Commerce-Lösungen in Übereinstimmung mit der Geschäftsstrategie zu definieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			



Titel der Einheit: BM 05. Risikomanagement für E-Commerce- Entwickler	<b>Risikomanagement im Hinblick auf E-Commerce-Entwicklung</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Commerce-Entwickler</b>	EQF- Niveau:	
		NQF- Niveau:	
Der Lernende analysiert Risiken bei der Planung und Anwendung von Onlineshop-Lösungen, einschließlich des technischen und betriebswirtschaftlichen Kontextes. Er trägt zum Risikomanagementplan der Organisation bei und entscheidet im Voraus über geeignete Maßnahmen.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiken im Bereich der Onlineshop-Entwicklung mit Hilfe geeigneter Analysewerkzeuge zu identifizieren und zu bewerten;</li> <li>• über geeignete Maßnahmen zu entscheiden und zum organisatorischen Risikomanagementplan gemäß dem Strategieplan der Organisation beizutragen, Risikokontrollmaßnahmen im Bereich der Onlineshop-Entwicklung durchzuführen und zu dokumentieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die von Risikokontrollplänen)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 03. Problemmanagement	<b>Probleme bewältigen und Änderungen/Verbesserungen umsetzen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Commerce-Entwickler</b>	EQF- Niveau:	
		NQF- Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) Grundlagen des Problemmanagements, (b) Dokumentationsstandards. Der Lernende beweist bei auftretenden technologischen Problemen lösungsorientiertes Denkvermögen. Er/Sie sorgt selbstständig für die Aktualisierung der Dokumentation. Er/Sie ist dazu in der Lage, Verbesserungsbedarf zu erkennen und die Schulungspläne für Mitarbeiter entsprechend anzupassen, so dass Veränderungen umgesetzt werden können.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ursachen von Vorfällen/Fehlern in Onlineshop-Lösungen proaktiv zu identifizieren;</li> <li>• Vorfälle unter minimalem Ausfall und minimaler Geschäftsbelastung (Reparatur, Austausch, Rekonfiguration) zu lösen;</li> <li>• Vorfällearten und Betriebsunterbrechungen zu klassifizieren, zu erfassen und nach Symptomen und Lösungen zu katalogisieren (Knowledge Base/Wissensdatenbank), so dass für jedes auftretende Problem geeignete Ressourcen und Prozesse eingesetzt werden können;</li> <li>• ausfallende Komponenten zu identifizieren/Alternativen auszuwählen, relevante Änderungen an der Anwendung zu implementieren und die Funktion der entsprechenden Anwendung sicherzustellen;</li> <li>• Dokumente und Richtlinien für den sachgerechten Einsatz der relevanten Werkzeuge gemäß den vorgegebenen Standards zu erarbeiten und zu gestalten;</li> <li>• diese Dokumente selbstständig zu pflegen und zu aktualisieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die ein Problem lösen und Konsequenzen für Dokumentation und Fortbildungszwecke ziehen)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 04: Technische Grundlagen	<b>Anwendung und Anpassung von E-Commerce-Lösungen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Commerce-Entwickler</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit schult die technischen Fertigkeiten, um eine E-Commerce-Lösung bzw. einen Onlineshop entsprechend den Geschäfts- und Kundenanforderungen zu konzipieren, zu entwickeln oder anzupassen. Zu diesem Zweck optimiert er/sie die Effizienz, Kosten sowie Qualität und validiert die Ergebnisse i. Z. m. Nutzervertretern.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• modernste Technologien einzusetzen;</li> <li>• Programmierkenntnisse anzuwenden, um bestehende Onlineshop-Lösungen zu entwerfen, zu entwickeln oder weiter anzupassen;</li> <li>• Effizienz, Kosten und Qualität zu optimieren;</li> <li>• Ergebnisse i. Z. m. Nutzervertretern zu validieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (Auswahl und adäquate Anwendung von E-Commerce-Instrumenten)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 05: Technische Entwicklung und Umrüstung	<b>Integration und Testung innovativer Komponenten in vorhandenen Onlineshops/neue Lösungen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Commerce-Entwickler</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) Testung und (b) Komponentenintegration. Der Lernende identifiziert neueste technologische Entwicklungen zwecks Integration in bestehende Onlineshops, neue Lösungen oder Erweiterungen. Integriert zusätzliche Komponenten oder Subsysteme in eine bestehende Lösung oder einen neuen Onlineshop, um Kompatibilität, Systemintegrität, Interoperabilität und Informationssicherheit zu gewährleisten. Er/Sie konstruiert und führt systematische Testverfahren für Onlineshops unter Aspekten der Nutzerfreundlichkeit und gem. internen und externen Standards durch.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• systematische Testverfahren zur Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit von Onlineshop-Lösungen zu erstellen und durchzuführen;</li> <li>• Upgrades und Überarbeitungen nach Tests sicherzustellen und Berichte zu erstellen;</li> <li>• eine valide und benutzerorientierte Dokumentation zur Verfügung zu stellen, um die Nutzung durch andere Mitglieder der Organisation zu optimieren;</li> <li>• Veränderungsbedürfnisse durch ein gründliches Trend-Monitoring zu erkennen und eine geeignete Strategie zur Integration neuer Komponenten zu definieren;</li> <li>• Lösungen und verfügbare Komponenten auszuwählen, zu entwickeln und in den Onlineshop zu implementieren und dabei die Systemintegrität sorgfältig zu gewährleisten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

## **5.4 Vermittlung**

Im Rahmen dieses Fortbildungsansatzes werden die Lernenden die oben genannten Lernergebnisse durch eigenverantwortliches Selbststudium erreichen und vorgegebene Tests absolvieren. Die E-Learning-Elemente werden um die praktische Anwendung der Kenntnisse und Kompetenzen in Fallstudien während der Präsenzstunden ergänzt.

Diese Präsenzmomente finden im Ausland statt und bieten somit einen zusätzlichen Mehrwert. Die Lernenden stärken ihre Teamfähigkeit, ihre Sozialkompetenzen und natürlich ihre Sprachkenntnisse, da die Fortbildung in englischer Sprache konzipiert ist. Des Weiteren sorgt das Programm somit für eine Verbesserung der interkulturellen Kompetenz. Die Teilnehmer werden es leicht haben, kulturelle Unterschiede zu erkennen und zu akzeptieren, da sie sich in multikulturellen Teams aktivieren. Die Lernenden entwickeln Unabhängigkeit und Selbstständigkeit und beweisen, dass sie multidisziplinäres Wissen anwenden können.

## **5.5 Bescheinigung**

Die Ergebnisse der Fortbildung werden auf vielfältige Weise bewertet und bescheinigt. Die Teilnehmer müssen Online-Tests bestehen und ihre neu erworbenen Kompetenzen während der Präsenzsitzungen unter Beweis stellen.

Diese Leistungen werden schließlich durch den Europass bescheinigt. Die Europäische Union stellt dieses internationale Dokument zur einfachen und adäquaten Ausweisung erlangter Kompetenzen aus. Das Dokument bescheinigt die hohe Qualität der Kompetenzen und sorgt für eine transparente Aufschlüsselung, da es sich auf konkrete Lernergebnisse konzentriert. Der Europass ist ein Gewinn für alle Lernenden, da er dazu beiträgt, die hohe Qualität der im Ausland erworbenen Qualifikationen nachzuweisen.

## 6. Funktionsprofil: E-Marketer

### 6.1 Hintergrund

Tabelle 4 (siehe Anhang) zeigt das im Rahmen des e-COMMA-Projekts entwickelte Funktionsprofil des E-Marketers. Dieses Profil wurde gemäß dem europäischen Rahmenwerk für E-Kompetenzen (e-CF) definiert und beinhaltet Rückmeldungen aus der Wirtschaft (eine detaillierte Funktionsbeschreibung gibt es im Internet<sup>5</sup>).

Das Funktionsprofil spiegelt fünf E-Kompetenzbereiche wider, die sich aus IKT-Geschäftsabläufen ableiten: A. *Plan*, B. *Build*, C. *Run*, D. *Enable*, E. *Manage*. Dieses Kompetenzfeld spiegelt sich in Dimension 1 wider.

Dimension 2 definiert eine Reihe von E-Kompetenzen für jeden Bereich (insgesamt 40 Kompetenzen).

Dimension 3 führt die Kompetenzstufen für jede Kompetenz auf (hoch, mittel, niedrig).

Dimension 4 enthält Fertigkeiten, darunter Sozialkompetenzen, die die E-Kompetenzen in Dimension 2 qualifizieren. Diese zusätzlichen Fertigkeiten werden in drei Kategorien eingeteilt: technische, verhaltensbezogene und unternehmerische Fertigkeiten.

Die Mission des E-Marketers wird wie folgt umschrieben:

- Er/Sie erarbeitet und implementiert die Online-Marketing-Strategie der Organisation.
- Er/Sie entwickelt Online-Marketing-Kampagnen inklusive SEO, SEM/SEA, Banner-Werbung, E-Mail- und Newsletter-Kampagnen und Social-Media-Marketing gem. den für die gewählte Strategie relevanten Tools.
- Er/Sie entwickelt zudem die Kooperationen und Partnerschaften der Organisation (Affiliate-Netzwerk, einschließlich Influencern und ‚Referrer‘ (Empfehlende) etc.). Hauptziel ist es, die Sichtbarkeit, den Bekanntheitsgrad, die Reichweite und das Publikum zu vergrößern sowie die Online-Reputation und das globale Image der Organisation im Internet zu verbessern.
- Er/Sie arbeitet mit dem Marketingleiter, der Geschäftsleitung und dem Datenanalysten zusammen, um Ziele zu definieren und Investitionen (Mitarbeiter, Subunternehmer, Anbieter) auszuwählen, die zur Erreichung der Ziele geeignet sind.

### 6.2 Fortbildungsziele

Der E-Marketer ist verantwortlich für die digitalen Marketingaktivitäten und mitverantwortlich für die Darstellung der Organisation im Internet mit dem Ziel, neue Interessenten und Kunden zu gewinnen.

Der E-Marketer arbeitet mit Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsabteilungen zusammen und berichtet an diese oder die Geschäftsleitung.

---

<sup>5</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)

Seine/Ihre Hauptaufgaben sind:

- Definition der Online-Marketing-Strategie allgemein (ganzheitliches Konzept);
- Design und Management von Online-Marketing-Kampagnen gemäß Organisationsstrategie;
- Definition von Konversionsstrategien und -verbesserungen;
- Anwendung von Web-Analytics, um anhand der Ergebnisse entsprechende Schlüsse zu ziehen;
- SEO-Unterstützung;
- Aufbau von Akquisekampagnen;
- Definition, Verwaltung und Analyse von Suchmaschinen-Werbekampagnen (SEA);
- Beitrag zur Erstellung von Inhalten (Content);
- Optimierung der Kundenschnittstelle.


## 6.3 Lehrplan


### Zusammenfassung


Lerneinheiten	Bezeichnung + Hauptinhalt	Dauer	Prüfung
<b>BM 01 (+ Profileinführung)</b>	<b>Digitales Marketing</b> 1. (Digitales) Marketing 2. Traditionelles vs. digitales Marketing 3. Marketing-Taktiken und Web-Analytics 4. Rechtliche Themen	1 Tag	Die Qualifikation für das Funktionsprofil wird anhand eines Online-Tests ermittelt.  Während der Präsenzlern-einheiten arbeiten die Teilnehmer an Fallstudien und können Ihre Qualifikation, das Funktionsprofil in konkreten, unternehmerischen Situationen übernehmen zu können, unter Beweis stellen.
<b>BM 02</b>	<b>Unternehmensstrategie</b> 1. Unternehmensstrategie 2. Strategiemangement 3. Instrumente 4. Unternehmensstrategie und Handlungsplan	1 Tag	
<b>BM 04</b>	<b>Beziehungs- und Risikomanagement</b> 1. Beziehungsmanagement 2. Risikomanagement 3. Krisenmanagement	1 Tag	
<b>BM 07</b>	<b>Analytische Fertigkeiten</b> 1. Kundenbedürfnisse 2. Bedarfsanalyse 3. Analyseinstrumente 4. Kommunikation und (interne) Zusammenarbeit	1 Tag	
<b>TM 01</b>	<b>Digitale Marketinginstrumente: Trends und Anwendung</b> 1. Digitale Marketinginstrumente 2. Kommunikationskanäle 3. Evaluation	1 Tag	


Die aufgeführten Business-Module (BM) und technischen Module (TM) bilden die Grundlage für die Lerneinheiten, die zur Qualifikation des Funktionsprofils führen. Die Lerneinheiten selbst bestehen aus einer Reihe von Lernzielen. Die angestrebten Lernziele der jeweiligen Lerneinheit werden in der nachfolgenden Tabelle beschrieben.




Titel der Einheit: BM 01. Digitales Marketing	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten des digitalen Marketing</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Marketer</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
<p>Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: (a) Differenzierung zwischen traditionellem und digitalem Marketing, (b) Marketingtaktik und Webanalyse, (c) rechtliche Aspekte. Der Lernende begreift die Unterschiede zwischen traditionellem und digitalem Marketing. Der Lernende kann die grundlegenden Prinzipien des digitalen Marketing und der Online-Kommunikation anwenden. Der Lernende erfasst die Bedeutung von Datenschutz und Privatsphäre und überträgt dies in die Praxis.</p>			
<b>Lernziele:</b>			
<p>Er/Sie ist dazu in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Prinzipien des digitalen (inkl. Online-Kommunikation) und traditionellen Marketing zu unterscheiden;</li> <li>• digitale Marketingtaktiken adäquat anzuwenden;</li> <li>• grundlegende Analytics-Softwaretools mit kritischem Auge anzuwenden, um die Effizienz verschiedener Maßnahmen und deren Auswirkungen auf die Kapitalrendite zu beurteilen;</li> <li>• die digitalen Marketing-Aktivitäten der Organisation zu analysieren und zu überwachen;</li> <li>• das Nutzerengagement und die Effektivität von Multiplikatoren/Influencern auszuwerten;</li> <li>• sinnvolle Ziele in Übereinstimmung mit der Marketingstrategie der Organisation zu entwickeln;</li> <li>• im Rahmen der Unternehmenskommunikation geeignete digitale Marketing-Taktiken anzuwenden, einschließlich der Überwachung digitaler Kanäle zwecks Stärkung der Online-Reputation;</li> <li>• Fragen des Datenschutzes und der Privatsphäre im Rahmen der Community-Management-Strategie zu erkennen und mit Sorgfalt zu bearbeiten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten)			
Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 02. Unternehmensstrategie	<b>Entwicklung und Anwendung einer E-Marketing-Strategie</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Marketer</b>	EQF- Niveau:	
		NQF- Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) Grundlagen der Unternehmensstrategie, (b) Entwicklung einer E-Marketing-Strategie. Der Lernende ist in der Lage, verschiedene Unternehmensstrategien und digitale Kommunikationsstrategien zu verstehen und darauf aufbauend eine E-Marketing-Strategie sowie einen operativen Handlungsplan zu entwickeln.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiken und Chancen, aktuelle und zukünftige Marktgrößen und -bedürfnisse mittels einer SWOT-Analyse zu identifizieren;</li> <li>• Standards und Best Practices zu bewerten und umzusetzen, um Qualitätsstandards sicherzustellen;</li> <li>• geistige Eigentumsrechte und rechtliche Fragen, die im E-Marketing beachtet werden müssen, abzuschätzen;</li> <li>• die Geschäfts-/digitale Kommunikationsstrategie der Organisation auf E-Marketing-Maßnahmen zu übertragen;</li> <li>• einen strategischen E-Marketing-Handlungsplan mit genauen Meilensteinen zu formulieren, der zur langfristigen Strategie des Unternehmens passt;</li> <li>• Marketingkonzepte zu erstellen, indem er entsprechende Pläne erstellt und die Umsetzung begleitet.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die Entwicklung einer E-Marketing-Strategie und eines Handlungsplans)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf den e-COMMA-Lehrplan.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 04. Beziehungs- und Risikomanagement	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten im Beziehungs- und Risikomanagement</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Marketer</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: a) Beziehungsmanagement, (b) Risikomanagement, (c) Grundlagen der Krisenkommunikation. Der Lernende pflegt selbständig positive Geschäftsbeziehungen entsprechend der Kommunikationsstrategie der Organisation. Er/Sie analysiert Markttrends, um einen angemessenen Fahrplan für das Risikomanagement in Bezug auf seine/ihre Arbeitsprozesse zu entwickeln. Er handelt und kommuniziert in Krisensituationen sorgfältig, sensibel und gem. der Kommunikationsstrategie der Organisation.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfahren zur Aufrechterhaltung positiver Geschäftsbeziehungen zu verschiedenen Stakeholdern (intern/extern) zu etablieren und diese zu nutzen;</li> <li>• mit Empathie und im Einklang mit der Kommunikationsstrategie der Organisation auf die Bedürfnisse, Anliegen und Beschwerden der Stakeholder einzugehen;</li> <li>• Investitionen in bestehende und neue Beziehungen vorzuschlagen;</li> <li>• aktuelle und zukünftige Markttrends und damit verbundene Risiken durch den Einsatz geeigneter Instrumente eigenverantwortlich zu analysieren;</li> <li>• eine Richtlinie für das Risikomanagement zur formulieren, die in offizielle Strategien aufgenommen wird;</li> <li>• kritische Situationen zu verstehen und sich entsprechend der Strategie der Organisation mit Sorgfalt und Fingerspitzengefühl für die Unterstützung der Online-Reputation der Organisation einzusetzen.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 07. Analytische Fertigkeiten	<b>Kunden- und Unternehmensbedürfnisse analysieren</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Marketer</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
Der Lernende identifiziert und kommuniziert die Kundenbedürfnisse und vergleicht sie mit den Unternehmensbedürfnissen, um Lösungen im Kundensupport zu finden und zu kommunizieren.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Bedürfnisse interner und externer Nutzer zu erkennen, zu identifizieren, zu artikulieren und zu klären;</li> <li>• Fachwissen über Kundenbedürfnisse zu nutzen, um entsprechende Lösungen anzubieten;</li> <li>• die Zusammenarbeit zwischen internen Abteilungen zu organisieren, um E-Marketing-Aktionen zu unterstützen;</li> <li>• als Schnittstelle zwischen internen Abteilungen und Kunden zu fungieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten)			
Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 01: Digitale Marketinginstrumente: Trends und Anwendung	<b>Anwendung digitaler Marketinginstrumente</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>E-Marketer</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit führt in den Stand der Technik der digitalen Marketinginstrumente ein. Der Lernende kennt die derzeit gebräuchlichsten digitalen Marketinginstrumente, deren Verwendungsmöglichkeit und Nutzen für den Vertrieb/das Marketing des Unternehmens. Er/Sie wendet die Instrumente korrekt an, um die Online-Marketingstrategie der Organisation zu implementieren und die Online-Reputation der Organisation zu stärken.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Online-Kommunikationsanwendungen zuverlässig zu nutzen, um das Online-Marketing der Organisation zu unterstützen;</li> <li>• die Auswirkungen der Tools auf die Organisation, insbesondere auf Vertrieb und Marketing, zu analysieren;</li> <li>• Trends im Online-Marketing zu beobachten und das Marketing-Team hinsichtlich der strategischen Auswahl geeigneter Tools für zukünftige/neue Bedürfnisse zu beraten;</li> <li>• Online-Marketing-Tools richtig einzusetzen und eine geeignete Sprache gemäß den Richtlinien der Organisation zu verwenden.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (Auswahl und adäquate Anwendung von Marketinginstrumenten)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

## **6.4 Vermittlung**

Im Rahmen dieses Fortbildungsansatzes werden die Lernenden die oben genannten Lernergebnisse durch eigenverantwortliches Selbststudium erarbeiten und vorgegebene Tests absolvieren. Die E-Learning-Elemente werden um die praktische Anwendung der Kenntnisse und Kompetenzen im Rahmen von Fallstudien während der Präsenzstunden ergänzt.

Diese Präsenzmomente finden im Ausland statt und bieten somit einen zusätzlichen Mehrwert. Die Lernenden stärken ihre Teamfähigkeit, ihre Sozialkompetenzen und natürlich ihre Sprachkenntnisse, da die Fortbildung in englischer Sprache konzipiert ist. Des Weiteren sorgt das Programm somit für eine Verbesserung der interkulturellen Kompetenz. Die Teilnehmer werden es leicht haben, kulturelle Unterschiede zu erkennen und zu akzeptieren, da sie sich in multikulturellen Teams aktivieren. Die Lernenden entwickeln Unabhängigkeit und Selbstständigkeit und beweisen, dass sie multidisziplinäres Wissen anwenden können.

## **6.5 Bescheinigung**

Die Ergebnisse der Fortbildung werden auf vielfältige Weise bewertet und bescheinigt. Die Teilnehmer müssen Online-Tests bestehen und ihre neu erworbenen Kompetenzen während der Präsenzsitzungen unter Beweis stellen.

Diese Leistungen werden schließlich durch den Europass bescheinigt. Die Europäische Union stellt dieses internationale Dokument zur einfachen und adäquaten Ausweisung erlangter Kompetenzen aus. Das Dokument bescheinigt die hohe Qualität der Kompetenzen und sorgt für eine transparente Aufschlüsselung, da es sich auf konkrete Lernergebnisse konzentriert. Der Europass ist ein Gewinn für alle Lernenden, da er dazu beiträgt, die hohe Qualität der im Ausland erworbenen Qualifikationen nachzuweisen.

## 7. Funktionsprofil: Content-Manager

### 7.1 Hintergrund

Tabelle 5 (siehe Anhang) zeigt das im Rahmen des e-COMMA-Projekts entwickelte Funktionsprofil des Content-Managers. Dieses Profil wurde gemäß dem europäischen Rahmenwerk für E-Kompetenzen (e-CF) definiert und beinhaltet Rückmeldungen aus der Wirtschaft (eine detaillierte Funktionsbeschreibung gibt es im Internet<sup>6</sup>).

Das Funktionsprofil spiegelt fünf E-Kompetenzbereiche wider, die sich aus IKT-Geschäftsabläufen ableiten: A. *Plan*, B. *Build*, C. *Run*, D. *Enable*, E. *Manage*. Dieses Kompetenzfeld spiegelt sich in Dimension 1 wider.

Dimension 2 definiert eine Reihe von E-Kompetenzen für jeden Bereich (insgesamt 40 Kompetenzen).

Dimension 3 führt die Kompetenzstufen für jede Kompetenz auf (hoch, mittel, niedrig).

Dimension 4 enthält Fertigkeiten, darunter Sozialkompetenzen, die die E-Kompetenzen in Dimension 2 qualifizieren. Diese zusätzlichen Fertigkeiten werden in drei Kategorien eingeteilt: technische, verhaltensbezogene und unternehmerische Fertigkeiten.

Die Mission des Content-Managers wird wie folgt umschrieben:

- Er/Sie validiert oder verfasst selbst die Inhalte der Website, Social-Media-Beiträge, Blog-Beiträge (inkl. Inbound- und Konversationsmarketing).

### 7.2 Fortbildungsziele

Der Content-Manager ist verantwortlich für die redaktionelle Strategie der Website, der Social-Media-Seiten und -Beiträge, Blogs und anderweitiger, von der Organisation zur Verfügung gestellte Textmaterialien.

Der Content-Manager arbeitet in Zusammenarbeit mit Marketing, Kommunikation, Vertrieb und berichtet an diese oder an die Geschäftsleitung.

Seine/Ihre Hauptaufgaben sind:

- das Verfassen von Inhalten für die Internetseiten;
- die Einhaltung der SEA- und SEO-Strategie;
- Definition des redaktionellen Leitbilds;
- Validierung und/oder Verfeinerung fremder Inhalte;
- Berechtigung zur Veröffentlichung von Online-Texten und Beiträgen;
- Benennung anderer Berechtigter zur Veröffentlichung (und Kontrolle) von Beiträgen;
- Definition und Analyse von SEA-Kampagnen.

---

<sup>6</sup> [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu)


## 7.3 Lehrplan

### Zusammenfassung


Lerneinheiten	Bezeichnung + Hauptinhalt	Dauer	Prüfung
<b>BM 01</b> (+ Profileinführung)	<b>Digitales Marketing</b> 1. (Digitales) Marketing 2. Traditionelles vs. digitales Marketing 3. Marketing-Taktiken und Web-Analytics 4. Rechtliche Themen	1 Tag	Die Qualifikation für das Funktionsprofil wird anhand eines Online-Tests ermittelt.  Während der Präsenzlerneinheiten arbeiten die Teilnehmer an Fallstudien und können Ihre Qualifikation, das Funktionsprofil in konkreten, unternehmerischen Situationen übernehmen zu können, unter Beweis stellen.
<b>BM 07</b>	<b>Analytische Fertigkeiten</b> 1. Kundenbedürfnisse 2. Bedarfsanalyse 3. Analyseinstrumente 4. Kommunikation und (interne) Zusammenarbeit	1 Tag	
<b>BM 03</b>	<b>Problemmanagement</b> 1. Problemmanagement. 2. Dokumentationsstandards 3. Change- (Veränderungs-) Management	1 Tag	
<b>TM 01</b>	<b>Digitale Marketinginstrumente: Trends und Anwendung</b> 1. Digitale Marketinginstrumente 2. Kommunikationskanäle 3. Evaluation	1 Tag	
<b>TM 06</b>	<b>Content-Schaffung</b> 1. Content-Marketing 2. Content-Schaffung 3. Instrumente	1 Tag	


Die aufgeführten Business-Module (BM) und technischen Module (TM) bilden die Grundlage für die Lerneinheiten, die zur Qualifikation des Funktionsprofils führen. Die Lerneinheiten selbst bestehen aus einer Reihe von Lernzielen. Die angestrebten Lernziele der jeweiligen Lerneinheit werden in der nachfolgenden Tabelle beschrieben.




Titel der Einheit: BM 01. Digitales Marketing	<b>Anwendung von Schlüsselkonzepten des digitalen Marketing</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Content-Manager</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
<p>Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: (a) Differenzierung zwischen traditionellem und digitalem Marketing, (b) Marketingtaktik und Webanalyse, (c) rechtliche Aspekte. Der Lernende begreift die Unterschiede zwischen traditionellem und digitalem Marketing. Der Lernende kann die grundlegenden Prinzipien des digitalen Marketing und der Online-Kommunikation anwenden. Der Lernende erfasst die Bedeutung von Datenschutz und Privatsphäre und überträgt dies in die Praxis.</p>			
<b>Lernziele:</b>			
<p>Er/Sie ist dazu in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden Prinzipien des digitalen (inkl. Online-Kommunikation) und traditionellen Marketing zu unterscheiden;</li> <li>• digitale Marketingtaktiken adäquat anzuwenden;</li> <li>• grundlegende Analytics-Softwaretools mit kritischem Auge anzuwenden, um die Effizienz verschiedener Maßnahmen und deren Auswirkungen auf die Kapitalrendite zu beurteilen;</li> <li>• die digitalen Marketing-Aktivitäten der Organisation zu analysieren und zu überwachen;</li> <li>• das Nutzerengagement und die Effektivität von Multiplikatoren/Influencern auszuwerten;</li> <li>• sinnvolle Ziele in Übereinstimmung mit der Marketingstrategie der Organisation zu entwickeln;</li> <li>• im Rahmen der Organisationskommunikation geeignete digitale Marketing-Taktiken anzuwenden, einschließlich der Überwachung digitaler Kanäle zwecks Stärkung der Online-Reputation;</li> <li>• Fragen des Datenschutzes und der Privatsphäre im Rahmen der Community-Management-Strategie zu erkennen und mit Sorgfalt zu bearbeiten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten)			
Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 07. Analytische Fertigkeiten	<b>Entwicklung von Prognosen für den kurz-/ langfristigen Produkt-/Dienstleistungs-/Qualitätsbedarf</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Content-Manager</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Der Lernende erkennt die Bedürfnisse des Marktes in Bezug auf die Produktion von Inhalten und die damit einhergehenden Qualitätsanforderungen und entwickelt die Inhalte entsprechend. Er/Sie wendet relevante Metriken an, um eine präzise Entscheidungsfindung zur Unterstützung von Produktion, Marketing und Vertrieb zu ermöglichen.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• den globalen Markt zu verstehen, indem er relevante Inputs aus einem breiteren wirtschaftlichen, politischen und sozialen Kontext bewertet;</li> <li>• zukünftige Marktbedürfnisse in Bezug auf Produktions- und Qualitätsanforderungen zu analysieren, indem er relevante Metriken nutzt, um Entscheidungen zur Unterstützung von Produktions-, Marketing- und Vertriebsfunktionen zu treffen;</li> <li>• langfristige Prognosen unter Berücksichtigung relevanter Beiträge aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik zu formulieren;</li> <li>• kurzfristige Prognosen mit Hilfe von Marktdaten abzugeben;</li> <li>• auf Basis dieser Prognosen geeignete Inhalte zur Unterstützung der Online-Reputation zu generieren und zu validieren.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: BM 03. Problemmanagement	<b>Probleme bewältigen und Änderungen/Verbesserungen umsetzen</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Content-Manager</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus drei Blöcken: (a) Problemmanagement, (b) Dokumentationsstandards, (c) Veränderungsmanagement Der Lernende zeigt bei Problemen die Fähigkeit zu lösungsorientiertem Denken im Einklang mit den Organisationsstandards. Er/Sie sorgt selbstständig für die Aktualisierung der Dokumentation. Er/Sie ist dazu in der Lage, Verbesserungsbedarf zu erkennen und die Schulungspläne für Mitarbeiter entsprechend anzupassen, so dass Veränderungen umgesetzt werden.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ursachen von Vorfällen im Bereich der Online-Kommunikation proaktiv und gemäß den angestrebten Qualitätsstandards zu identifizieren;</li> <li>• Vorfälle entsprechend der Organisationsstrategie mit Fingerspitzengefühl zu lösen oder zu eskalieren;</li> <li>• Probleme im Kundensupport gemäß den Regeln des Service Level Agreement zu lösen;</li> <li>• relevante Änderungen am SLA auszuhandeln und zu implementieren und deren entsprechende Anwendung sicherzustellen;</li> <li>• Dokumente und Richtlinien für den sachgerechten Einsatz der relevanten Werkzeuge gemäß den vorgegebenen Standards zu erarbeiten und zu gestalten;</li> <li>• diese Dokumente eigenverantwortlich zu pflegen und auf dem neuesten Stand zu halten;</li> <li>• Verbesserungs- und Schulungsbedarf zu erkennen und zur Anpassung der Schulungspläne beizutragen, indem er/sie die neuesten Veränderungen berücksichtigt.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (die Kommunikation von Problemen und Konsequenzen für die Dokumentation und für Schulungsangelegenheiten)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 01: Digitale Marketinginstrumente: Trends und Anwendung	<b>Evaluierung und Verwendung von Online-Kommunikationstools sowie deren Einsatzmöglichkeit</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Content-Manager</b>	EQF-Niveau:	
		NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit führt in die Standards der Online-Kommunikationswerkzeuge ein. Der Lernende kennt die derzeit gebräuchlichsten Instrumente für die Online-Kommunikation, deren Verwendungsmöglichkeit und Nutzen für den Vertrieb/das Marketing des Unternehmens. Er/Sie wendet die Instrumente korrekt an, um die Online-Kommunikationsstrategie der Organisation umzusetzen und die Online-Reputation der Organisation zu stärken.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• verschiedene Online-Kommunikationsanwendungen zuverlässig zu nutzen, um die Online-Kommunikation der Organisation zu unterstützen;</li> <li>• deren Auswirkungen auf die Organisation, insbesondere auf Vertrieb und Marketing, zu analysieren;</li> <li>• Trends in der Online-Kommunikation zu beobachten und das Kommunikationsteam hinsichtlich der strategischen Auswahl geeigneter Tools für zukünftige/neue Bedürfnisse zu beraten.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten) Prüfungen: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (Auswahl und adäquate Anwendung von Kommunikationsinstrumenten)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

Titel der Einheit: TM 06: Content-Schaffung	<b>Content-Schaffung für die Online-Kommunikation</b>		
Verweis auf die Qualifikation:	<b>Content-Manager</b>	EQF-Niveau:  NQF-Niveau:	
Die Lerneinheit besteht aus zwei Blöcken: (a) Content-Schaffung, (b) Verwaltung von Content für Vertriebsprogramme. Der Lernende stellt für verschiedene Zielgruppen geeignete Inhalte zur Unterstützung der Online-Reputation der Organisation zur Verfügung.			
<b>Lernziele:</b>			
Er/Sie ist dazu in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhalte für verschiedene Zwecke zu generieren; er/sie validiert vorgegebene Inhalte und passt sie korrekt an;</li> <li>• vorgegebene Inhalte an den jeweiligen Geschäftskontext anzupassen;</li> <li>• Zielgruppen, Größe und Lokalisierung zu definieren, um Inhalte für Verkaufsprogramme bereitzustellen.</li> </ul>			
<b>Überprüfung der Lernziele:</b>			
Lehrmethoden: Online-Studium, Präsenzunterricht inkl. Präsentationen, Gruppenarbeit, Diagramme, Checklisten, Toolkits, Fallstudien (auch im Rahmen von Gruppenarbeiten)			
Prüfung: schriftliche Tests (Frage-Antwort/Multiple-Choice), Fallstudien (Content-Schaffung)			
Zusätzliche Informationen: Die Lerneinheit bezieht sich auf die e-COMMA-Fortbildungsrichtlinien.			
Entwickelt von: e-COMMA Konsortium			

## 7.4 Vermittlung

Im Rahmen dieses Fortbildungsansatzes werden die Lernenden die oben genannten Lernergebnisse durch eigenverantwortliches Selbststudium erreichen und vorgegebene Tests absolvieren. Die E-Learning-Elemente werden um die praktische Anwendung der Kenntnisse und Kompetenzen in Fallstudien während der Präsenzstunden ergänzt.

Diese Präsenzmomente finden im Ausland statt und bieten somit einen zusätzlichen Mehrwert. Die Lernenden stärken ihre Teamfähigkeit, ihre Sozialkompetenzen und natürlich ihre Sprachkenntnisse, da die Fortbildung in englischer Sprache konzipiert ist. Des Weiteren sorgt das Programm somit für eine Verbesserung der interkulturellen Kompetenz. Die Teilnehmer werden es leicht haben, kulturelle Unterschiede zu erkennen und zu akzeptieren, da sie sich in multikulturellen Teams aktivieren. Die Lernenden entwickeln Unabhängigkeit und Selbstständigkeit und beweisen, dass sie multidisziplinäres Wissen anwenden können.

## 7.5 Bescheinigung

Die Ergebnisse der Fortbildung werden auf vielfältige Weise bewertet und bescheinigt. Die Teilnehmer müssen Online-Tests bestehen und ihre neu erworbenen Kompetenzen während der Präsenzsitzungen unter Beweis stellen.

Diese Leistungen werden schließlich durch den Europass bescheinigt. Die Europäische Union stellt dieses internationale Dokument zur einfachen und adäquaten Ausweisung erlangter Kompetenzen aus. Das Dokument bescheinigt die hohe Qualität der Kompetenzen und sorgt für eine transparente Aufschlüsselung, da es sich auf konkrete Lernergebnisse konzentriert. Der Europass ist ein Gewinn für alle Lernenden, da er dazu beiträgt, die hohe Qualität der im Ausland erworbenen Qualifikationen nachzuweisen.

## 8. Anhang

Die im e-COMMA-Projekt entwickelten Funktionsprofile können diesem Anhang entnommen werden. Für weitere Informationen und detaillierte Funktionsprofile verweisen wir auf [www.e-comma.eu](http://www.e-comma.eu). Die fünf Funktionsprofile wurden nach der Desk- und Field-Research-Phase entwickelt und berücksichtigen die tatsächlichen Bedürfnisse der Wirtschaft.

Die Funktionsprofile entsprechen der EU-Norm EN 16234-1:2016.

## 8.1 Tabelle 1

<b>Funktionsbezeichnung</b>	<b>Community-Manager</b>		
<b>Andere Bezeichnungen</b>	Social-Media-Manager, Community-Architekt/-Builder, Community-Animator		
<b>Relevante Berufsgruppen</b>	Online-Marketing-Manager, Digital-Communication-Manager, Kundensupport		
<b>Zusammenfassung</b>	Der Community-Manager ist verantwortlich für die Entwicklung, Organisation und Verwaltung der Online-Beziehungen zu den verschiedenen Interessengruppen der Organisation, die er vertritt. Er/Sie setzt die Social-Media-Strategien über einzelne oder mehrere Beiträge sowie Kampagnen um. Er/Sie agiert mit Fingerspitzengefühl, um die Online-Reputation der Organisation zu entwickeln und interagiert täglich mit der Öffentlichkeit über soziale Medien, wobei er auch auf Kritik und Beschwerden reagiert. Er/Sie sorgt zudem dafür, dass Social-Media-Plattformen und eine respektvolle Kommunikationskultur gepflegt werden (z.B. Ausschluss von Trollen).		
<b>Mission</b>	Entwicklung und Steuerung der Kommunikation mit Kunden und Interessenten im Einklang mit der Organisationsstrategie. Er/Sie generiert „Markenbotschafter“ und interagiert täglich mit den Anwendern. Er/Sie plant und handelt bewusst in der Krisenkommunikation.		
<b>Hauptaufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung, Organisation und Umsetzung der Online-Kommunikation der Organisation;</li> <li>• Analyse und Identifikation von Meinungsmachern und der Community;</li> <li>• Schaffung und Pflege der Online-Community;</li> <li>• Beantwortung und Nachverfolgung eingehender Nachrichten und Anfragen;</li> <li>• Moderation von Foren und sozialen Medien sowie die Interaktion mit Nutzern;</li> <li>• Durchführung von Web-Analytics sowie die Prüfung, ob Ziele erreicht wurden;</li> <li>• Unterstützung der Suchmaschinenoptimierungsstrategie der Organisation im Internet;</li> <li>• Antizipation und Planung von Krisenkommunikation in Zusammenarbeit mit anderen Bereichen.</li> </ul>		
<b>Ergebnisse</b>	<b>Zuständig für</b>	<b>Verantwortlich für</b>	<b>Mitwirkung bei</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikation in sozialen Netzwerken (Facebook, Google+, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest...);</li> <li>• Unterstützung des Organisations-Brandings;</li> <li>• Behandlung von Kunden-/Nutzerproblemen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probleme und Fragen mit Kunden und Anwendern schnell und effektiv lösen und einen Feedback-Mechanismus für das Unternehmen bereitstellen;</li> <li>• Verbesserung und Entwicklung der Sichtbarkeit der Organisation;</li> <li>• Förderung von Online-Reputation gem. Organisationsstrategie;</li> <li>• Berichterstattung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikation und Kampagnen-Events;</li> <li>• PR- und Kommunikationsstrategie der Organisation;</li> <li>• Kundenbeziehungsmanagement.</li> </ul>
<b>Umwelt</b>	Arbeitet in der Regel in enger Zusammenarbeit mit dem Kommunikations-,		



	Marketing- und PR-Team. Je nach Größe der Organisation arbeitet er in Voll- oder Teilzeit. Er/sie kann ein Team führen. Enge Zusammenarbeit mit dem E-Commerce-Team.	
<b>E-Kompetenzen</b>	C.3 Anwender-Support D.6 Kanalmanagement D.12 Digitales Marketing E.3 Risikomanagement planen E.4 Beziehungsmanagement	Level 3 Level 4 Level 4 Level 4 Level 4
<b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stakeholder-Zufriedenheit und -Loyalität</li> <li>• Community-Interaktion</li> <li>• Engagement von Markenbotschaftern</li> <li>• Statistiken/Analytics zur Online-Aktivität der Stakeholder</li> <li>• Interaktivität in sozialen Medien</li> </ul>	

## 8.2 Tabelle 2

<b>Funktionsbezeichnung</b>	<b>Datenspezialist</b>		
<b>Andere Bezeichnungen</b>	Datenwissenschaftler, Growth-Hacker, Datenanalyst, Daten-Marketer, Big-Data-Analyst, Datenbank-Marketing-Manager		
<b>Relevante Berufsgruppen</b>			
<b>Zusammenfassung</b>	<p>Der Datenwissenschaftler sammelt, bereitet vor, vergleicht und ordnet Datensätze, die die Organisationsentwicklung unterstützen. Diese Fachkraft kann Datenbanken, die für programmierte Maßnahmen relevant sind, identifizieren und durchsuchen. Er/Sie speist die Organisationsdatenbanken mit Daten, die außerhalb der Organisation gesammelt wurden (Open- und Closed-Data). Er/Sie nutzt analytische und statistische Methoden, um Informationen aus den Marketingdatenbanken der Organisation zu sammeln, die zur Verbesserung der wirtschaftlichen Entwicklung eines Unternehmens oder einer Organisation beitragen können.</p> <p>Er/Sie nutzt zudem interne Statistiken, Traffic und Nutzerlokalisierung, um auf diese Weise Traffic-generierte Einnahmen zu erhöhen.</p>		
<b>Mission</b>	<p>Er/Sie verwaltet und pflegt die Datenbanken der Organisation und selektiert, reduziert, interpretiert und transformiert Daten in Informationen, um eine spezifische, für die Organisation relevante Fragestellung zu beantworten. Er/Sie identifiziert, analysiert und interpretiert Kundentrends und -muster, um Empfehlungen für zukünftige (Marketing-) Management-Entscheidungen der Organisation aussprechen zu können. Er/Sie erstellt Bewertungen und Berichte zu anderen wichtigen Schnittstellen innerhalb der Organisation. Er analysiert die internen Datenbanken der Organisation, einschließlich Traffic-Informationen zur Umsatzsteigerung, für Marktanteile und die Durchschnittswerte von Warenkörben etc. Er/Sie analysiert verfügbare Datenbanken außerhalb der Organisation und destilliert die relevanten Informationen. Er/Sie beteiligt sich an der Verfeinerung und Umsetzung der SEO-Strategie zur Analyse des ROI bisheriger und zukünftiger Maßnahmen. Er/Sie automatisiert Marketingmaßnahmen wie E-Mail-Kampagnen (Interessenten, Kunden oder Benutzer, die den Kaufprozess nicht abgeschlossen haben). Er/Sie sorgt für die Integration von Zahlungsverfahren (falls erforderlich)</p>		
<b>Hauptaufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikation, Auswahl, Organisation offener/großer Datenbanken für Entwicklungsprozesse im Marketing und Vertrieb;</li> <li>• Erstellung, Implementierung von Marketingroutinen anhand verfügbarer Daten;</li> <li>• Beschreibung des ROI bei Marketing- und Vertriebsmaßnahmen;</li> <li>• Definition und Verarbeitung von Analytics-Daten;</li> <li>• Berichtserstellung und Weitergabe;</li> <li>• Beitrag zu SEO und Online-Reputationsanalysen;</li> <li>• Stichwörter: AARRR, Activation, Retention, Reference, Revenues.</li> </ul>		
<b>Ergebnisse</b>	<b>Zuständig für</b>	<b>Verantwortlich für</b>	<b>Mitwirkung bei</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wartung der Marketing-Datenbank der Organisation;</li> <li>• Automatisierung von Marketing-Routinen;</li> <li>• Identifikation von Datenbanken (Open-Data</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenextraktion;</li> <li>• Liste der Lead-Generierung;</li> <li>• ROI-Charakterisierung;</li> <li>• Analyse der Ergebnisse / Wirksamkeit von Marketingmaßnahmen;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SEO;</li> <li>• Online-Reputation;</li> <li>• Web-Entwicklung;</li> <li>• Strategie für zielgerichtete</li> </ul>

	oder Big-Data) zwecks Umsatzentwicklung.	• Bewertungen und Berichte an das Management.	Marketing-Kampagnen.
<b>Umwelt</b>	Arbeitet in der Regel eng mit dem Vertriebs- und Marketingteam zusammen. Je nach Größe der Organisation arbeitet er in Voll- oder Teilzeit. Er/Sie kann ein Team führen.		
<b>E-Kompetenzen</b>	B.1 Anwendungsentwicklung D.5 Entwicklung von Verkaufsofferten D.10 Informations- und Wissensmanagement D.12. Digitales Marketing E.3 Risikomanagement planen	Level 3 Level 3 Level 4  Level 4 Level 4	
<b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benutzeranzahl pro Kanal.</li> <li>• Nutzerkosten</li> <li>• Umsatz pro Kunde</li> <li>• Retentionsrate</li> <li>• Engagement von Markenbotschaftern</li> <li>• Statistiken/Analytics zur Online-Aktivität der Stakeholder</li> </ul>		

8.3 **Tabelle 3**

<b>Funktionsbezeichnung</b>	<b>E-Commerce-Entwickler</b>		
<b>Andere Bezeichnungen</b>	Onlineshop-Entwickler, Marktplatz-Entwickler, Frontend-/Backend-Entwickler, E-Commerce-Manager		
<b>Relevante Berufsgruppen</b>			
<b>Zusammenfassung</b>	Der E-Commerce-Entwickler konzipiert, erstellt und pflegt Onlineshops und entwickelt deren Infrastruktur auf Basis verschiedener Technologien und Drittsysteme, um den Umsatz des Shops zu optimieren.		
<b>Mission</b>	Der E-Commerce-Entwickler ist verantwortlich für die Entwicklung, technische Planung und Realisierung von E-Commerce-Anwendungen und Online-Plattformen auf Basis verschiedener Technologien und Drittsysteme. Er/Sie plant, entwickelt und implementiert komplexe Schnittstellen, berät die Marketingabteilung in technologischen Fragen rund um E-Commerce-Lösungen und Designs und erstellt den Onlineshop inklusive Organisation, Layout, Struktur etc. Dazu gehören auch die Frontend- und Backend-Entwicklung und das Design sowie die Routinen, die bei Bedarf für das Supply-Chain-Management-System und/oder das Abrechnungssystem einzuspeisen sind.		
<b>Hauptaufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltung, Organisation, Umsetzung von Layout, Struktur und Funktionen des Online-Shops;</li> <li>• Erstellung von Prototypen und Modellen;</li> <li>• Nutzung von Kundenfeedback zur Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit des Onlineshops;</li> <li>• Aufbau von Testapplikationen;</li> <li>• Leitung der Testsitzungen, Auswertung von Rückmeldungen und Berichterstattungen;</li> <li>• Einrichtung von Tools zur Analyse der Effizienz des Shops;</li> <li>• Suchmaschinenoptimierung des Onlineshops;</li> <li>• Code-Dokumentation;</li> <li>• Dokumentation und Benutzerhandbuch;</li> <li>• Anleitung von Subunternehmern/Teammitgliedern.</li> </ul>		
<b>Ergebnisse</b>	<b>Zuständig für</b>	<b>Verantwortlich für</b>	<b>Mitwirkung bei</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kosten (Software, Vorlagen, inkl. Kosten für die Personalplanung);</li> <li>• inkl. ergonomische Design-Gestaltung;</li> <li>• Technischer-/Kunden-Support;</li> <li>• Onlineshop-Design, Entwicklung und Implementation;</li> <li>• Schaffung von Prototypen;</li> <li>• interne Nutzererfahrung, Nutzerorientierung;</li> <li>• Mehrwertsteueranpassung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suchmaschinenoptimierung;</li> <li>• Erstellung der Werkzeuge zur Messung der Wirkung und der Effizienz des Onlineshops;</li> <li>• Wartung der Shop-Lösung (Frontend/Backend);</li> <li>• Dokumentation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web-Content-Management;</li> <li>• Datenanalyse;</li> <li>• Testung von Verfahren und Prozessen;</li> <li>• Web-Marketing</li> <li>• Gestaltung von Kundenbeziehungs-instrumenten;</li> <li>• Gestaltung von Berichterstattungs-Tools;</li> <li>• Teamtraining hinsichtlich</li> </ul>

			Anwendungs- kompetenzen und Berichterstattung; • Mitarbeit bei der Lokalisierung für verschiedene Länder.
<b>Umwelt</b>	Arbeitet in der Regel in enger Zusammenarbeit mit der Verkaufsabteilung, dem Marketing- und dem PR-Team. Je nach Größe der Organisation arbeitet er in Voll- oder Teilzeit. Er/sie kann ein Team führen.		
<b>E-Kompetenzen</b>	A.5 Architektur-Design A.6 Anwendungs-Design B.1 Anwendungsentwicklung B.3 Testung D.2. Digitales Marketing	Level 4 Level 4 Level 4 Level 4 Level 3	
<b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konversionsrate</li> <li>• Abbruchrate</li> <li>• Traffic und dessen Herkunft</li> <li>• ROI</li> <li>• Verfügbarkeitsrate des Shops und der vorgeschlagenen Produkte/ Dienstleistungen</li> <li>• Kundenrückmeldungen</li> </ul>		

## 8.4 Tabelle 4


<b>Funktionsbezeichnung</b>	<b>E-Marketer</b>		
<b>Andere Bezeichnungen</b>	Internet-Marketer, Web-Marketer, Publikumsentwickler, Online-Marketing-Manager, SEO-Manager, Online-CRM		
<b>Relevante Berufsgruppen</b>			
<b>Zusammenfassung</b>	Der E-Marketer ist verantwortlich für die digitalen Marketingaktivitäten und mitverantwortlich für die Darstellung der Organisation im Internet mit dem Ziel, neue Interessenten und Kunden zu gewinnen.		
<b>Mission</b>	Er/Sie erarbeitet und implementiert die Online-Marketing-Strategie der Organisation. Er/Sie entwickelt Online-Marketing-Kampagnen inklusive SEO, SEM/SEA, Banner-Werbung, E-Mail-, Newsletter- und Social-Media-Marketing-Kampagnen anhand der für die gewählte Strategie relevanten Tools. Er/Sie entwickelt zudem die Kooperationen und Partnerschaften der Organisation (Affiliate-Netzwerk einschließlich Beeinflusser und ‚Referrer‘ (Empfehlende) etc.). Hauptziel ist, die Sichtbarkeit, den Bekanntheitsgrad, die Reichweite und das Publikum zu vergrößern sowie die Online-Reputation und das globale Image der Organisation im Internet zu verbessern. Der E-Marketer arbeitet mit dem Marketingleiter, der Geschäftsleitung und dem Datenanalysten zusammen, um Ziele zu definieren und Investitionen (Mitarbeiter, Subunternehmer, Anbieter) auszuwählen, die zur Erreichung der Ziele geeignet sind.		
<b>Hauptaufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition der Marketing-Strategie allgemein (ganzheitliches Konzept);</li> <li>• Design und Management von Online-Marketing-Kampagnen gemäß Organisationsstrategie;</li> <li>• Definition von Konversionsstrategien und -verbesserungen;</li> <li>• Anwendung von Web-Analytics, um anhand der Ergebnisse entsprechende Schlüsse zu ziehen;</li> <li>• SEO-Unterstützung;</li> <li>• Aufbau von Akquisekampagnen;</li> <li>• Definition, Durchführung und Analyse von SEA-Kampagnen;</li> <li>• Beitrag zur Erstellung von Inhalten (Content);</li> <li>• Optimierung der Kundenschnittstelle.</li> </ul>		
<b>Ergebnisse</b>	<b>Zuständig für</b>	<b>Verantwortlich für</b>	<b>Mitwirkung bei</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wettbewerb, Überwachung und Analyse;</li> <li>• SEO/Social-Media-Marketing/E-Mail-Marketing/Affiliate-Marketing und -Optimierung;</li> <li>• Definition von Online-Marketingstrategien;</li> <li>• Digital-Marketing-Plan;</li> <li>• Unternehmen;</li> <li>• Berichterstattung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online-Reputation;</li> <li>• Analyse des Kundenfeedbacks und entsprechende Maßnahmen;</li> <li>• Zusammenarbeit mit anderen Diensten, falls vorhanden, oder allgemein;</li> <li>• E-Controlling: nutzt die Online-Instrumente zur Messung der Wirkung und Effizienz des Onlineshops;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Webdesign/Nutzerfreundlichkeit;</li> <li>• Marketingplan;</li> <li>• Web-Analytics-Berichterstattung;</li> <li>• Gestaltung von Berichterstattungs-Tools;</li> <li>• Teamtraining hinsichtlich Anwendung und Berichterstattung;</li> <li>• Web-Content;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentation;</li> <li>• Konversions-optimierung;</li> <li>• Kundensegmentierung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzerschnittstellen-optimierung.</li> </ul>
<b>Umwelt</b>	Arbeitet mit Marketing, Kommunikation, Vertrieb zusammen und berichtet an diese oder an die Geschäftsleitung.		
<b>E-Kompetenzen</b>	A.3 Entwicklung des Unternehmensplans D.5 Entwicklung von Verkaufsofferten D. 6 Kanalmanagement D.12. Digitales Marketing E.4 Beziehungsmanagement	Level 4 Level 4 Level 4 Level 4 Level 3	
<b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akquiserate</li> <li>• Seitenansichten/Besucher</li> <li>• Traffic und Herkunft</li> <li>• Seiten/Besuche</li> <li>• Zeitdauer pro Seite/Besuch</li> <li>• Bounce-Rate</li> <li>• Quote Direktzugriff/Referrer/Suchmaschinen in Prozent</li> </ul>		

8.5 **Tabelle 5**

<b>Funktionsbezeichnung</b>	<b>Content-Manager, Web-Content-Manager</b>		
<b>Andere Bezeichnungen</b>	Internet-Marketer, Web-Marketer, Publikumsentwickler, Social-Content-manager		
<b>Relevante Berufsgruppen</b>			
<b>Zusammenfassung</b>	Der E-Content-Manager ist verantwortlich für die redaktionelle Strategie der Website, der Social-Media-Seiten und -Beiträge, Blogs und anderweitiger, von der Organisation zur Verfügung gestellte Textmaterialien.		
<b>Mission</b>	Der Content-Manager validiert oder verfasst selbst die Inhalte der Website, Social-Media-Beiträge, Blog-Beiträge (inkl. Inbound- und Konversationsmarketing).		
<b>Hauptaufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfassen der Seiteninhalte gemäß SEA &amp; SEO-Strategie;</li> <li>• Definition des redaktionellen Leitbilds;</li> <li>• Validierung und/oder Verfeinerung fremder Inhalte;</li> <li>• Berechtigung zur Veröffentlichung von Online-Texten und Beiträgen;</li> <li>• Auswahl anderer Berechtigter zur Veröffentlichung (und Kontrolle);</li> <li>• Definition und Analyse von SEA-Kampagnen.</li> </ul>		
<b>Ergebnisse</b>	<b>Zuständig für</b>	<b>Verantwortlich für</b>	<b>Mitwirkung bei</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Umsetzung der Content-Strategie in Übereinstimmung mit den Inhalten der SEO/SEA-Strategie;</li> <li>• Identifikation von Referrern und Meinungsmachern;</li> <li>• Definition der Strategie und der Instrumente für den Krisenfall.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des Zielkundenverhaltens;</li> <li>• Zusammenarbeit mit anderen bestehenden Diensten oder der Geschäftsleitung;</li> <li>• Dokumentation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Mail-Automatisierungs-Marketing;</li> <li>• Online-Reputations-Strategie;</li> <li>• Web-Analytics-Berichterstattung;</li> <li>• Teamtraining - Verfassen von Content;</li> <li>• SEO;</li> <li>• Bereitstellung der Lösung einschließlich Nutzererlebnis.</li> </ul>
<b>Umwelt</b>	Arbeitet in Zusammenarbeit mit Marketing, Kommunikation, Vertrieb und berichtet an diese oder an die Geschäftsleitung.		
<b>E-Kompetenzen</b>	D.3 Bereitstellung von Aus- und Weiterbildung D.5 Entwicklung von Verkaufsofferten D.6 Kanalmanagement D.7 Vertriebsmanagement D.12. Digitales Marketing	Level 3 Level 3 Level 4 Level 4 Level 3	
<b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akquiserate/Konversionsrate</li> <li>• Umsätze pro Kanal</li> <li>• Seitenansichten/Besucher</li> <li>• Traffic und Herkunft</li> <li>• Öffentliches Engagement von Meinungsmachern</li> <li>• Traffic, der über Suchmaschinen mit &amp; ohne SEO generiert wird</li> <li>• Inbound-Links</li> </ul>		



- 
- Kommentare und Interaktionen
  - ROI
  - Follower/Abonnenten