

Oliver Hinz

Vorlesung

Electronic Commerce
(Bachelor)

Sommersemester 2014

Bitte beachten Sie, dass dieser Ablauf auch im Laufe des Semesters leicht verändert werden kann.

Eine aktuelle Version finden Sie immer auf unserer Webseite!

*Kurs im Moodle:
Langname: FB01 - BWL - Electronic Commerce 2014*

Montags 11:40-13:10 Uhr

Raum S1 01/A4

Übung: Montags, alle 2 Wochen, S1 01/A4

Überblick

- 0 Organisatorisches**
- 1 Einführung in die Veranstaltung (14.04.2014)**
- 2 Vorlesung und Übung entfällt wegen Ostermontag (21.04.2014)**
- 3 Online-Werbung (28.04.2014)**
- 4 Affiliate Marketing (05.05.2014)**
- 5 Preistransparenz und Preiseffizienz im Internet (12.05.2014)**
- 6 Suchmaschinenmarketing (19.05.2014)**
- 7 Online-Banking-Sicherheit und deren Prüfung (26.05.2014)**
- 8 Erlösmodelle im Electronic Commerce (02.06.2014)**
- 9 Vorlesung und Übung entfällt wegen Pfingstmontag (09.06.2014)**
- 10 Empfehlungssysteme (16.06.2014)**
- 11 Electronic Customer Relationship Management (ECRM) (23.06.2014)**
- 12 Viral Marketing (30.06.2014)**
- 13 Geschäftsmodelle im Electronic Commerce (07.07.2014)**
- 14 Social Media und User-Generated Content (14.07.2014)**
- 15 Klausur (Zeit & Ort folgt)**

0 Organisatorisches

0.1 Ablauf der Veranstaltung

Die Unterrichtssprache ist deutsch, die Folien sind aber in englischer Sprache. Fragen können wahlweise in Deutsch oder Englisch gestellt werden.

Es wird eine Modulklausur (zusammen mit Electronic Markets) geschrieben, die zu 100% die Note ausmacht.

Es kann aber in der Vorlesung „Electronic Commerce“ eine Zusatzleistung in Form einer **freiwilligen Gruppenarbeit** (max. 3 Personen pro Gruppe“) erbracht werden, mit der **max. 15 Bonus-Punkte** für die Modulklausur (insg. 120 Punkte) erworben werden können. Eine **Anmeldung der Gruppe in der ersten Übung (14.04.2014) ist zwingend erforderlich**. Eine Erbringung der Leistungen ohne vorherige Anmeldung ist nicht möglich. Die Gruppenarbeit ist die folgende (Abgabe: 12.05.2014, 14.00 Uhr im Sekretariat und per Mail an nofer@emarkets.tu-darmstadt.de):

Erstellung einer im Wesentlichen auf dem Internet basierenden Geschäftsidee, die so von der aus **maximal drei Studierenden bestehenden Gruppe** auch umgesetzt werden könnte. Es ist ein ca. **10-seitiger Businessplan** und **Folien für eine ca. 20-minütige Präsentation** abzugeben.

Der Businessplan und die Präsentationsfolien werden bewertet. Kriterien für die Bewertung sind die Qualität der Geschäftsidee und die Art der Ausarbeitung (Businessplan und Präsentationsfolien).

Die besten Ideen werden in den Übungen am 26.05.2014, 23.06.2014 und 07.07.2014 in einer jeweils 25-minütigen Vorstellung von den Projektgruppen präsentiert und dann 20 Minuten lang diskutiert. In den Diskussionen können **weitere Bonuspunkte (max. insgesamt 5 Punkte) durch eine rege Diskussionsteilnahme** erworben werden. Stellen Sie dazu bitte in jeder Übung ein Namensschild auf, damit die mündliche Mitarbeit angemessen beurteilt werden kann. Bitte machen Sie von dieser Gelegenheit regen Gebrauch.

Beachtung der Prüfungsordnung: Auf alle Leistungsnachweise findet die Prüfungsordnung Anwendung. Verletzungen der Prüfungsordnung führen dazu, dass die gesamte Veranstaltung mit der Note 5,0 bewertet wird.

0.2 Gastvorträge

12.05.2014: Gastvortrag von Hr. Lehnhard, Boston Consulting Group, „Digital Economy“ (45 Minuten)

26.05.2014: Gastvortrag von Dipl.-Inform. Achim Schäfer, Senior Manager, PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „Online-Banking-Sicherheit und deren Prüfung“ (70 Minuten)

23.06.2014: Gastvortrag von Dr. Jens Fricke, Cocomore AG, „Customer Relationship Management aus Unternehmenssicht“ (60 Minuten)

07.07.2014: Gastvortrag von NN. (60 Minuten)

1 Einführung in die Veranstaltung (14.04.2014)

1.1 Begleitende Literatur

Chaffee, Dave / Ellis-Chadwick, Fiona / Mayer, Richard / Johnston, Kevin (2009): „Internet Marketing. Strategy, Implementation and Practice“, 4th Edition, Pearson Education, Essex.

1.2 Inhalte

Erklärung der Formalitäten und Überblick über die Vorlesung (30 Minuten)

Development of Electronic Commerce (20 Minuten)

Goals of Electronic Commerce (20 Minuten)

Benefits of Digital Media (20 Minuten)

1.3 Übung

Erstellung eines Business Plan (90 Minuten)

2 Vorlesung und Übung entfällt wegen Ostermontag (21.04.2014)

3 Online-Werbung (28.04.2014)

3.1 Begleitende Literatur

Informieren Sie sich über Werbeformate und Abrechnungsmodelle im Internet.

3.2 Inhalte

Werbemodelle und -formate (20 Minuten)

Klassische Werbemodelle (30 Minuten)

Übungsaufgaben zum Thema (40 Minuten)

3.3 Übung entfällt

4 Affiliate Marketing (05.05.2014)

4.1 Begleitende Literatur

Duffy, Dennis L. (2005): „Affiliate Marketing and its Impact on E-Commerce“, Journal of Consumer Marketing, 22 (3), 161-163.

Little, John D. C. (2004): „Models and Managers: The Concept of a Decision Calculus“, Management Science, 50 (12), 1841-1853.

4.2 Inhalte

Anwendungsbeispiel aus dem Affiliate Marketing (90 Minuten)

5 Preistransparenz und Preiseffizienz im Internet (12.05.2014)

5.1 Begleitende Literatur

Brynjolfsson, Erik / Smith, Michael D. (2000): „Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers“, Management Science, 46 (4), 563-585.

Frischmann, Tanja / Hinz, Oliver / Skiera, Bernd (2012): "Retailers' Use of Shipping Costs Strategies: Free Shipping or Partitioned Prices?", International Journal of Electronic Commerce, 16 (3), 65-87.

5.2 Inhalt

Preistransparenz und Preiseffizienz im Internet (45 Minuten)

Gastvortrag von Hr. Lehnhard, Boston Consulting Group, "Digital Economy" (45 Minuten)

5.3 Übung entfällt

6 Suchmaschinenmarketing (19.05.2014)

6.1 Begleitende Literatur

Schauen Sie sich die "Google Advertising Programs" an (<http://www.google.com/intl/en/ads/>)

Lesen des Beitrags: Skiera, Bernd / Gerstmeier, Eva / Stepanchuk, Tetyana (2008): „Stichwort: Suchmaschinenmarketing“, Die Betriebswirtschaft, 68, 113-118.

6.2 Inhalte

Funktionsweise (10 Minuten)

Search Engine Optimization (20 Minuten)

Search Engine Advertising (20 Minuten)

Übungsaufgaben zum Thema (40 Minuten)

7 Online-Banking-Sicherheit und deren Prüfung (26.05.2014)

7.1 Inhalte

Gastvortrag von Dipl.-Inform. Achim Schäfer, Senior Manager, PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „Online-Banking-Sicherheit und deren Prüfung“ (70 Minuten)

7.2 Übung

Präsentation der besten Geschäftsideen mit der Gelegenheit Bonuspunkte für die Klausur durch rege Diskussionsteilnahme zu sammeln. Machen Sie bitte von dieser Gelegenheit Gebrauch.

8 Erlösmodelle im Electronic Commerce (02.06.2014)

8.1 Begleitende Literatur

Chaffee, Dave / Ellis-Chadwick, Fiona / Mayer, Richard / Johnston, Kevin (2009): „Internet Marketing. Strategy, Implementation and Practice“, 4th Edition, Pearson Education, Essex, 48-127.

8.2 Inhalte

Micro-Environment (30 Minuten)

Einführung CRM (10 Minuten)

Berechnung von Kundenlebenswerten (40 Minuten)

9 Vorlesung und Übung entfällt wegen Pfingstmontag (09.06.2014)

10 Empfehlungssysteme (16.06.2014)

Vertretung durch Dipl.-Kfm. Markus Franz

10.1 Begleitende Literatur

Hanson, Ward / Kalyanam, Kirithi (2007): „Internet Marketing and E-Commerce“, Thomson Learning, 3rd Edition, Stamford (Conn.), Chapter 9.

10.2 Inhalte

Empfehlungssysteme (90 Minuten)

11 Electronic Customer Relationship Management (ECRM) (23.06.2014)

11.1 Begleitende Literatur

Chaffee, Dave / Ellis-Chadwick, Fiona / Mayer, Richard / Johnston, Kevin (2009): „Internet Marketing. Strategy, Implementation and Practice“, 4th Edition, Pearson Education, Essex, 329-347.

11.2 Inhalte

Kundenlebenswertbezogene Unternehmensbewertung (10 Minuten)

Gastvortrag von Dr. Jens Fricke, Cocomore AG, „Customer Relationship Management aus Unternehmenssicht“ (60 Minuten)

11.3 Übung

Präsentation der besten Geschäftsideen mit der Gelegenheit Bonuspunkte für die Klausur durch rege Diskussionsteilnahme zu sammeln. Machen Sie bitte von dieser Gelegenheit Gebrauch.

12 Viral Marketing (30.06.2014)

12.1 Begleitende Literatur

Hinz, Oliver / Skiera, Bernd / Barrot, Christian / Becker, Jan (2011): „Seeding Strategies for Viral Marketing: An Empirical Comparison”, Journal of Marketing, 75 (6), 55-71.

12.2 Inhalt

Funktionsweise (15 Minuten)

Beispiele (15 Minuten)

Optimale Seeding Strategien (60 Minuten)

13 Geschäftsmodelle im Electronic Commerce (07.07.2014)

13.1 Begleitende Literatur

Hanson, Ward / Kalyanam, Kirthi (2007): „Internet Marketing and E-Commerce”, Thomson Learning, 3rd Edition, Stamford (Conn.), Chapter 5 and 8.

13.2 Inhalte

Geschäftsmodelle (30 Minuten)

Gastvortrag von NN (60 Minuten)

13.3 Übung

Präsentation der besten Geschäftsideen mit der Gelegenheit Bonuspunkte für die Klausur durch rege Diskussionsteilnahme zu sammeln. Machen Sie bitte von dieser Gelegenheit Gebrauch.

14 Social Media und User-Generated Content (14.07.2014)

14.1 Begleitende Literatur

Chevalier, Judy / Mayzlin, Dina (2003): „The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews”, Yale SOM Working Paper, ES-28 & MK-15.

Godes, David / Mayzlin, Dina (2004): „Using Online Conversations to Study Word-of-Mouth Communication”, Marketing Science, 23 (4), 545-560.

14.2 Inhalt

Grundlagen von Social Media und UGC (15 Minuten)

Erlösmodelle im Web 2.0 (45 Minuten)

Anwendungen, Virtuelle Welten, Informationsmärkte (30 Minuten)

15 Klausur (Zeit & Ort folgt)