|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **3. Ausbildungsjahr** | Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel | |
| **Bündelungsfach** | *Kundenkommunikation und –service (KKS)* | |
| **Lernfeld *12*** | *Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden*(80 UStd.) | |
| **Lernsituation *12.3*** | *Schuhe, Urlaubsreisen, Technik und jetzt auch Lebensmittel?- Data & Facts rund um den Onlinehandel erörtern und eine Onlinestrategie für das Unternehmen entwickeln* (12 UStd.) | |
| Einstiegsszenario  **Neulich bei einem Symposium führender stationärer Einzelhändler...**  „Der stationäre Handel steht unter Druck. Die Kunden nutzen immer mehr den Online-Handel, Innenstädte verlieren an Attraktivität: Leere Ladenlokale, düstere Fußgängerzonen. So könnte die Zukunft aussehen. E-Commerce ist immer mehr auf dem Vormarsch.“  Noch kauft aber nicht jeder Bürger im Internet. Außerdem benötigt man doch täglich frische Lebensmittel: Obst, Brot, etc.  Ist es vorstellbar, dass das Einkaufsverhalten in ein paar Jahren nicht mehr konventionell abläuft?  Zudem gibt es doch zahlreiche Senioren, die keine „Digital Natives“ sind und durch den angekündigten demographischen Wandel wird diese Zahl weiterhin steigen.  **Melanie Walter, Geschäftsführerin der Warenwelt GmbH (Gedankenwolke):**  „Diese These schafft nur eine pessimistische Stimmung. Die reinen Onlinehändler versuchen den Konkurrenzdruck mit dem stationären Einzelhandel zu verstärken. Da ist nichts Wahres dran, oder...?“ | | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * Sammlung und Auswertung von statistischen Daten & Fakten rund um den Onlinehandel und stationären Handel * Präsentation zu „Data & Facts“ rund um den Onlienhandel (im Stile einer Studie) * Skizze eines Szenarios (Trend-Szenario, Best- und Worst-Case auch denkbar) * Exemplarische Darstellung von innovativen Einzelhandelskonzepten (z.B. Amazon GO) * Skizze einer Multi-Channel-Strategie des Einzelhandels * Skizze einer idealtypischen Customer Journey im Multi-Channel-Bereich (inkl- Chat-Bots) * E-Commerce Glossar mittels Anwendungssoftware * Wiki-Einträge in einer virtuellen Lernplattform (z.B. lo-net2, Moodle)   ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung   * Mitwirkung bei der Planung des Arbeitsprozesses * Beurteilung der Präsentationen anhand einer Checkliste oder Beurteilungsbogen * Bewertung der Anwendung von Multi-Channel-Strategien für verschiedene Fallbeispiele (Vertiefungsübungen) |
| Wesentliche Kompetenzen  Die Schülerinnen und Schüler   * sammeln Ideen mit Hilfe eines Brainstormings * beschaffen Informationen selbstständig mittels Internetrecherche * strukturieren Informationen mit einer Tabelle oder Mindmap * werten Statistiken mittels geeigneter Anwendungssoftware aus * ordnen neuere Tendenzen des Handels (E-Commerce, Multi-Channel) ein * beurteilen Herausforderungen von neuen Konzepten & Multi-Channel-Strategien für das eigene Unternehmen * analysieren Fallstudien und komprimieren Ergebnisse in digitalisierter und strukturierter Form * erweitern ihre kommunikativen Kompetenzen um digitale Fachbegriffe (D) * beurteilen Chat-Bots als intelligenten Einkaufsbegleiter * sichern ihre Ergebnisse in einer virtuellen Lernplattform * reflektieren und transferieren die Ergebnisse auf das Modellunternehmen, den eigenen Ausbildungsbetrieb, die Branche und ihre berufliche Zukunftsplanung (P/G, D) * reflektieren und transferieren die Ergebnisse aus der Sicht von Verbraucherinnen und Verbrauchern (P/G) | | Konkretisierung der Inhalte   * Entwicklungen und Umsätze im Bereich E-Commerce nach Warengruppen * Aktuelle Trends und Entwicklungen * Exemplarische Analyse in verschiedenen Segmenten (Lebensmittel, Technik, usw.) * innovative Retail-Konzepte der Zukunft * Multi-,Omni-, Cross-Channel-Strategien * Customer Journey * Chat-Bots |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Planung des Arbeitsprozesses in digitaler Form * Brainstorming * Internetrecherche * Auswertung von Statistiken und Grafiken * digitalisierte Tabellen/ Mindmaps/Schaubilder * Erstellung von Wiki-Einträgen * Szenario-Technik * Reflexion des Arbeitsprozesses (z.B. per Edkimo mittels Smartphone) | | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle  PC, portable Beamer, Flip-Charts, Pinnwände, betrieblicher Datenkranz des Modellunternehmens | | |
| Organisatorische Hinweise  Internetzugang, mehrere PC, ggf. statista-Account, Einbindung von Experten | | |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse

**Name des Berufskollegs: Karl-Schiller-Berufskolleg der Stadt Dortmund**

**Autorin: Akșın Güvenç**