| Fachkompetenz(Auszüge aus dem Bildungs-/Lehrplan) | Medienkompetenz | Anwendungs-Know-how | Informatische Grundkenntnisse |
| --- | --- | --- | --- |
| Lernfeld 3:Verträge im Online-Vertrieb anbahnen |  |  |  |
| Die Schülerinnen und Schüler analysieren den Verkaufsprozess von Produkten im Online-Vertrieb des Unternehmens (Unternehmen zu Unternehmen, Unternehmen zu Privatkunden). | 3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren* reflektieren den Einsatz von KI auf Verkaufsprozesse
 | 3.2.1 Neue Geräte und Hardware implementieren, vernetzen und bedienen3.2.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden* nutzen Software zur Prozessdarstellung, Analyse und visuellen Planung von Verkaufsprozessen im Onlinehandel
 | 3.3.1 Hardware, Komponenten und Schnittstellen, Aufbau und Funktionsweise3.3.2 Software, Programm, Dokumentation, Daten, Installation und Einrichtung3.3.3 Vernetzung und Übertragungswege* installieren Software zur Prozessdarstellung, Analyse und visuellen Planung von Verkaufsprozessen im Onlinehandel und richten sie ein
 |
| Für die Vertragsgestaltung und Vertragsabschlüsse im Online-Vertrieb informieren sich die Schülerinnen und Schüler über die relevanten rechtlichen Regelungen (Allgemeine Geschäftsbedingungen, Informationspflichten zu Verträgen, Widerrufsbelehrung). Sie erfassen Möglichkeiten der Konditionengestaltung. | 2.1.1 Validität von Informationen überprüfen2.1.4 Digitalen Medien zur Zielerreichung bewerten2.1.6 Digitale Assessmenttools bewerten* bewerten die AGBs im Unternehmen nach rechtlichen Kriterien
 | 2.2.1 Selbstständig Informationen aus dem Internet beschaffen2.2.4 Medien zur aktiven und passiven Nutzung gestalten* passen die aktuellen AGBs im Online-Shop an
 | 2.3.1 Internetrecherche (Adressen, Browser, Formate und Lizenzen)2.3.2 Suchmaschinen und -strategien2.3.7 Web-Publishing2.3.9 Netiquette* bearbeiten die AGBs auf der Ebene eines Content-Management-Systems
 |
| Die Schülerinnen und Schüler formulieren für die Anbahnung und Abwicklung des Vertragsabschlusses im Online-Vertriebskanal Anforderungskriterien für eine rechtssichere und benutzerfreundliche Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss (Checkout-Prozess). | 6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten* bewerten digitale Verkaufsprozesse nach Benutzerfreundlichkeit und Rechtssicherheit
 | 6.2.4 Prozesse visualisieren6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen* planen und visualisieren den Verkaufsprozess im Internet menschzentriert (Menschzentrierter Gestaltungsprozess)
* planen und visualisieren zielgruppenorientierte Nutzerführung im Verkaufsprozess (Zielgruppenorientierte Nutzerführung)
* planen den Einsatz von Testszenarien, Analysewerkzeugen und Evaluierungsverfahren (Usability& User Experience)
* planen den Einsatz von Analysewerkzeugen und eine auf Conversion optimierte Gestaltung (Conversion Optimierung)
 | 6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme6.3.2 Digitale Wertschöpfungsprozesse und –ketten6.3.3 Prozessdarstellung (eEPK, ARIS, UML oder Struktogramm)6.3.5 Enterprise-Ressource-Planning Systems (ERP)* analysieren, spezifizieren, gestalten und evaluieren den Verkaufsprozess im Internet (Menschzentrierter Gestaltungsprozess)
* definieren zielgruppenorientierte Nutzerführung (Zielgruppenorientierte Nutzerführung
* beurteilen und wählen Test- und Analyseverfahren sowie Evaluierungsmöglichkeiten aus (Usability& User Experience)
* wählen Analysemöglichkeiten aus und entwickeln Analyseszenarien sowie Gestaltungshinweise (Conversion Optimierung)
 |
| Die Schülerinnen und Schüler legen Konditionen fest. Hierzu wählen sie kriteriengeleitet Bezahlverfahren für ihr Unternehmen aus (Zielgruppe, Kosten, Ausfallrisiko). Sie binden Finanzierungsangebote (Ratenkauf, Ratenkredit, Lieferantenkredit) ein. Zum Schutz vor Zahlungsausfällen analysieren sie deren Ursachen und empfehlen Maßnahmen (Bonitätsprüfung) zu ihrer Verhinderung. Für die Erfüllung der vertraglichen Pflichten schlagen sie Möglichkeiten zur Übermittlung und Bereitstellung von Produkten vor. Dazu wählen sie kriteriengeleitet Kooperationspartner für nachgelagerte logistische Prozesse im Rahmen der Unternehmensvorgaben aus. Sie koordinieren die Umsetzung der geplanten Vertragsanbahnungs- und ‑abwicklungsprozesse nach Maßgabe der festgelegten Anforderungskriterien und Besonderheiten des Unternehmens. | 6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten* analysieren und bewerten Datenflüsse im ERP - System
 | 6.2.3 Fachbereichsspezifische Software einsetzen6.2.4 Prozesse visualisieren6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen6.2.6 ERP-Systeme für webbasierte Aufträge nutzen* nehmen Einstellungen im ERP-System vor
 | 6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme6.3.2 Digitale Wertschöpfungsprozesse und –ketten6.3.3 Prozessdarstellung (eEPK, ARIS, UML oder Struktogramm)6.3.4 Enterprise-Ressource-Planning Systems (ERP)6.3.6 * richten die ERP-Schnittstellen auf die Anforderungen der Partner in der Lieferkette (zum Beispiel Lieferanten und Logistikdienstleister) ein
 |
| Die Schülerinnen und Schüler beurteilen ihre Entscheidungen bei der Gestaltung des Verkaufsprozesses anhand der Kriterien Kundenbindung, Verkaufsförderung und Benutzerfreundlichkeit (Absprungrate), Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit. Sie entwickeln auch im Team Optimierungsmöglichkeiten und leiten Maßnahmen zur Verbesserung ab. | 4.1.1 Validität von Daten anhand von Kriterien bewerten* vergleichen die Absprungrate und den Absprungzeitpunkt und bewerten die Informationen kritisch anhand von Benchmarks
 | 4.2.1 Digitale Ressourcen speichern und teilen4.2.2 Daten aufbereiten, strukturieren, analysieren, visualisieren und interpretieren* verwenden Methoden wie zum Beispiel A&B Tests und Szenarien um wichtige Kennzahlen zu beeinflussen
 | 4.3.1 Daten und ihre Verarbeitung4.3.4 Datenanalyse und –auswertung* implementieren Methoden wie zum Beispiel A&B Tests und Szenarien auch technisch
 |
| Die Schülerinnen und Schüler reflektieren die strategische Bedeutung der im Verkaufsprozess gewonnenen Daten für die E-Commerce-Aktivitäten des Unternehmens, überprüfen die Einhaltung von Vorschriften zum Datenschutz und leiten erforderliche Maßnahmen ein. Sie reflektieren die Bedeutung des Datenschutzes und der Datensicherheit auch für ihr eigenes Leben und ihre Mitverantwortung in der Gesellschaft. | 5.1.1 Systemsicherheit und Datensicherheit bewerten* begründen den Nutzen von hoher Datensicherheit und den damit einhergehenden Kosten vor der Geschäftsleitung
 | 5.2.1 Rechtsvorschriften zur Datensicherheit und zum Datenschutz beachten* sorgen für eine vertrauliche Verarbeitung und Speicherung von Kundendaten
 | 5.3.1 Datenschutz, Datensicherheit* prüfen die technische Umsetzung der Datenspeicherung auf Fehler
 |