|  |  |
| --- | --- |
| **2. Ausbildungsjahr**  **Bündelungsfach:** Geschäftsprozesse im Groß- und Außenhandelsmanagement  **Lernfeld 9:** Geschäftsprozesse mit digitalen Werkzeugen unterstützen (40 UStd.)  **Lernsituation 9.1:** Einpflegen und Bearbeiten der Produktdaten (WWS) sowie Einstellen in den unternehmenseigenen Online-Shop (20 UStd.) | |
| Einstiegsszenario  Das Modellunternehmen XYZ ist ein Handelsunternehmen, welches B2B- und B2C-Kundschaft beliefert und auch stationäre Filialen betreibt. Seit diesem Jahr möchte das Unternehmen erfolgversprechende Teile seines Sortiments auch im E-Commerce anbieten. Hierzu hat es einen Online-Shop als neuen digitalen Vertriebskanal geschaffen.  Die Abteilungsleitung wendet sich mit untenstehenden Anliegen an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die im Online-Vertrieb eingesetzt sind.  „Guten Morgen, die Vorbereitungen sind abgeschlossen. Wir können unseren Kundinnen und Kunden jetzt erstmalig das bisher rein stationär vertriebene Teilsortiment der „…“ im Online-Shop anbieten. Dafür müssen Sie bitte noch die Produkte der Warengruppe „…“ im WWS anlegen bzw. um die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben vervollständigen. Alle Produktdaten finden Sie beigefügt. Sie stammen von den Herstellern, Lieferanten und aus eigenen Recherchen. Prüfen Sie bitte die Datenqualität und machen Sie sich bei der Produktanlage damit vertraut, welche Artikeldaten für den Shopbetrieb eingepflegt werden müssen. Denken Sie daran, die Produkte rechtskonform und kundenorientiert im Shop darzustellen! Abschließend müssen die Produkte noch mit dem Online-Shop synchronisiert werden.  Was halten Sie nebenbei von der Idee, die neue Warengruppe mittels eines CSS-Templates im Online-Shop besonders hervorzuheben? Diese Maßnahme sollte natürlich nicht zu kostspielig sein und sie sollte zu unserer Corporate Identity passen.  Planen Sie Ihre Arbeit im Voraus. Was meinen Sie, wie viel Zeit Sie benötigen werden? Ich werde in einigen Tagen vorbeikommen und mir Ihre Ergebnisse im Shop anschauen.“ | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * Online-Produktpräsentationen im WWS des Shops   ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung   * Bewertung der eingepflegten und optimierten Produkte |
| Wesentliche Kompetenzen  Die Schülerinnen und Schüler   * analysieren die Ausgangssituation und planen ihre Arbeitsweise im Hinblick auf die Erfüllung des Arbeitsauftrages * informieren sich über die Funktionen und grundlegenden Funktionsweisen von digitalen Vertriebskanälen (Online-Shop) * vollziehen den Aufbau und das Zusammenwirken einer unternehmerischen Systemarchitektur am Beispiel eines Onlineshop-Betriebes nach * stellen Produkte mit Hilfe von elektronischen Vorlagen in das WWS ein und beachten dabei diverse Gestaltungsmöglichkeiten im Hinblick auf Sprache, Produkteigenschaften und audiovisuelle Darstellungen * unterscheiden Datenarten voneinander * berücksichtigen die besondere Bedeutung der Datenqualität * reflektieren Maßnahmen im Rahmen des Katalogmanagements * werten Datensätze mit Hilfe softwaregestützter Verfahren aus * rationalisieren, konsolidieren und migrieren bei Bedarf Stammdaten und Bewegungsdaten von Produkten im WWS * nutzen passende Softwareschnittstellen und kennen gängige Austauschformate für den Datenaustausch mit dem Online-Shop * stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher * überprüfen die Produktpräsentation und leiten Optimierungsmaßnahmen ein * bewerten und reflektieren die Produktpräsentationen und den Arbeitsprozess * ergänzen die erstellte Online-Produktpräsentation durch die Aufnahme von anderen Produkten auf der Detailseite (Cross-Selling)   Übergreifende Kompetenzen  Deutsch/Kommunikation: Die Schülerinnen und Schüler   * überprüfen und bewerten die verfassten Produkttexte mit Hilfe des erstellten Kriterienkatalogs * pflegen die mit Schlagworten (Key Words SEO) versehenen Produkttexte in das Warenwirtschaftssystem ein | Konkretisierung der Inhalte   * Systemarchitektur und Schnittstellen von Online-Shops (ERP, WWS, CRM, PIM) * Notwendigkeit einer systemkonformen Datenaufbereitung und -pflege * Erfassung/Aktualisierung von Datenarten (Stamm-, Bewegungs-, Änderungs- und Aktualisierungsdaten, Materialdaten, Produktdaten, Metadaten) * Faktoren/Auswirkungen der Datenqualität (Null-Treffer-Quote) * Online-Katalogmanagement (Rationalisierung, Konsolidierung und Migration von Daten) * Gängige Datenaustauschformate (XML, EDI, CSV) und Schnittstellen * Erfassung und Aktualisierung von Katalogdaten mit Unterscheidung von MUSS- und KANN-Informationen (Produktfotos und –videos, Produktbezeichnung und -beschreibung, SEO-Tags, Preisangabe, Lagerbestand, Lieferfrist, Versandkosten, Produktalternativen, Herstellerlogo, Größe, Gewicht, Produktvarianten, GTIN usw.) * Auffindbarkeit von Produkten im Online-Shop (Tags, Produktkategorien, Filter, Suchfunktion) * Schnittstellennutzung entsprechend dem genutzten Warenwirtschaftssystem evtl. Anpassung der Produktbeschreibung * Cross-Selling-Möglichkeiten (wie z. B. zuletzt angesehene Produkte, alternative oder ergänzende Produkte)   Deutsch/Kommunikation:   * Überprüfung und Bewertung der verfassten Produkttexte * Einpflegen der Produkttexte mit Key Words SEO in das Warenwirtschaftssystem |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Informationsbeschaffung: Text- und Internetrecherche | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle   * Daten aus dem Warenwirtschaftssystem * Fachliteratur/Lehrbuch * Online-Tutorials * Generatoren für Impressum und Widerrufsbelehrung * Infrastruktur für Standardbüroanwendungen * Warenwirtschaftssystem (z. B. JTL-Wawi) mit Schnittstelle zum Online-Shop * Digitale Produktdaten auswerten (audiovisuelle Medien, Produktfotos, Videos etc.) in Bild- und Videobearbeitungsprogrammen (Windows Media Player, etc.) * Kollaborationssoftware zur Unterstützung der Gruppenarbeitsphase * Generatoren für Impressum und Widerrufsbelehrung * Verwendung eines Learning Management Systems zur Unterstützung der Organisation und Durchführung der Gruppenarbeitsprozesse | |
| Organisatorische Hinweise  Aufteilung der Unterrichtsstunden wie folgt: Geschäftsprozesse 20 UStd./Deutsch/Kommunikation 4 UStd. | |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse (Bitte markieren Sie alle Aussagen zu diesen drei Kompetenzbereichen in den entsprechenden Farben.)