|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lernfeld Nr. 3: Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten (120 Std.) 1. Ausbildungsjahr** | | | |
| **Nr.** | **Abfolge der Lernsituationen** | **Zeitrichtwert** | **Kompetenzen aus dem KMK-Rahmenlehrplan**  **Beiträge der Fächer zum Kompetenzerwerb in Abstimmung mit dem Fachlehrplan** |
| 3.1 | Verkaufsprozesse unter dem Aspekt der Rechtssicherheit analysieren | 25 | Die Schülerinnen und Schüler analysieren den Verkaufsprozess von Produkten im Online-Vertrieb des Unternehmens (*Unternehmen zu Unternehmen, Unternehmen zu Privatkunden).*  Für die Vertragsgestaltung und Vertragsabschlüsse im Online-Vertrieb informieren die Schülerinnen und Schüler sich über die relevanten rechtlichen Regelungen *(Allgemeine Geschäftsbedingungen, Informationspflichten zu Verträgen, Widerrufsbelehrung)*.  Die Schülerinnen und Schüler formulieren für die Anbahnung und Abwicklung des Vertragsabschlusses im Online-Vertriebskanal Anforderungskriterien für eine rechtssichere Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss.  Die Schülerinnen und Schüler 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.  Die Schülerinnen und Schüler reflektieren die strategische Bedeutung der im Verkaufsprozess gewonnenen Daten für die E-Commerce-Aktivitäten des Unternehmens.  Die Schülerinnen und Schüler holen Rückmeldungen zu ihrer Arbeitsweise ein und gehen konstruktiv mit Kritik um. |
| 3.2 | Vertragsabschlüsse im Online-Vertrieb rechtswirksam gestalten und abwickeln | 30 | Bei Vertragsabschlüssen beachten sie rechtliche Regelungen und deren Wirkung *(Willenserklärungen, Rechts- und Geschäftsfähigkeit, Nichtigkeit, Anfechtbarkeit, Besitz, Eigentum, Eigentumsvorbehalt).*  Sie analysieren die Rechte und Pflichten, die sich aus verschiedenen Vertragsarten ergeben (*Kaufvertrag, Werkvertrag, Dienstvertrag, Mietvertrag, Reisevertrag*).  Die Schülerinnen und Schüler koordinieren die Umsetzung der geplanten Vertragsanbahnungs- und -abwicklungs-prozesse nach Maßgabe der festgelegten Anforderungskriterien und Besonderheiten des Unternehmens**.**  Die Schülerinnen und Schüler bereiten die erhobenen Auftragsdaten für den Prozess der Vertragsabwicklung auf und stellen die benötigten Dokumente*(Bestellbestätigung, Auftragsbestätigung, Lieferschein, Rechnung)*für nachgelagerte Prozesse bereit. |
| 3.3 | Verkaufsprozesse unter dem Aspekt der Benutzerfreundlichkeit analysieren | 20 | Die Schülerinnen und Schüler analysieren den Verkaufsprozess von Produkten im Online-Vertrieb des Unternehmens (*Unternehmen zu Unternehmen, Unternehmen zu Privatkunden).*  Die Schülerinnen und Schüler formulieren für die Anbahnung und Abwicklung des Vertragsabschlusses im Online-Vertriebskanal Anforderungskriterien für eine benutzerfreundliche Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss (*Checkout-Prozess*).  Die Schülerinnen und Schüler beurteilen ihre Entscheidungen bei der Gestaltung des Verkaufsprozesses anhand der Kriterien Benutzerfreundlichkeit *(Absprungrate)* und Kundenbindung. Sie entwickeln auch im Team Optimierungsmöglichkeiten und leiten Maßnahmen zur Verbesserung ab.  Die Schülerinnen und Schüler reflektieren die strategische Bedeutung der im Verkaufsprozess gewonnenen Daten für die E-Commerce-Aktivitäten des Unternehmens. |
| 3.4 | Konditionen und Bezahlverfahren im Online-Vertrieb anbieten | 25 | Die Schülerinnen und Schüler erfassen Möglichkeiten der Konditionengestaltung und legen Konditionen fest. Hierzu wählen sie kriteriengeleitet Bezahlverfahren für ihr Unternehmen aus *(Zielgruppe, Kosten, Ausfallrisiko)*.  Die Schülerinnen und Schüler binden Finanzierungsangebote (*Ratenkauf, Ratenkredit, Lieferantenkredit*) ein. Zum Schutz vor Zahlungsausfällen analysieren sie deren Ursachen und empfehlen Maßnahmen (*Bonitätsprüfung*) zu ihrer Verhinderung.  Die Schülerinnen und Schüler beurteilen ihre Entscheidungen bei der Gestaltung des Verkaufsprozesses anhand der Kriterien Kundenbindung, Verkaufsförderung, Benutzerfreundlichkeit *(Absprungrate)* und Wirtschaftlichkeit. Sie entwickeln auch im Team Optimierungsmöglichkeiten und leiten Maßnahmen zur Verbesserung ab. |
| 3.5 | Kooperationspartner für nachgelagerter logistische Prozesse auswählen | 15 | Für die Erfüllung der vertraglichen Pflichten schlagen die Schülerinnen und Schüler Möglichkeiten zur Übermittlung und Bereitstellung von Produkten vor.  Dazu wählen sie kriteriengeleitet Kooperationspartner für nachgelagerte logistische Prozesse im Rahmen der Unternehmensvorgaben aus.  Die Schülerinnen und Schüler beurteilen ihre Entscheidungen bei der Gestaltung des Verkaufsprozesses anhand der Kriterien Kundenbindung, Verkaufsförderung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit. Sie entwickeln auch im Team Optimierungsmöglichkeiten und leiten Maßnahmen zur Verbesserung ab.  Die Schülerinnen und Schüler holen Rückmeldungen zu ihrer Arbeitsweise ein und gehen konstruktiv mit Kritik um. |