|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *1.* Ausbildungsjahr | Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce | |
| Bündelungsfach | *Geschäftsprozesse im E-Commerce* | |
| Lernfeld *2* | *Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen (80 UStd.)* | |
| Lernsituation *2.1* | *Sortiment im unternehmenseigenen Online-Shop analysieren (18 UStd.)* | |
| Einstiegsszenario  Die Schülerinnen und Schüler erhalten eine E-Mail von Herrn Blanke, der Leiter der Category „YoungFashion“ ist.  Ihm bereitet die ehemalige Highest-Selling-Category „YoungFashion“ aufgrund aktueller Entwicklungen im Online-Vertriebskanal etwas Sorge. Im Vergleich zu den direkten Mitbewerbern liegt das Modellunternehmen mit seinen Absatzzahlen deutlich zurück. Aus diesem Grund soll ein Teammeeting mit Herrn Chen aus dem Online-Marketing und Frau Wolter aus dem Web-Controlling stattfinden. Da Herr Blanke für zwei Wochen auf Geschäftsreise ist, sollen die Schülerinnen und Schüler die aktuelle Lage in einem Analysebericht dokumentieren und eine begründete Handlungsempfehlung abgeben. Das nächste Teammeeting zur Präsentation der Ergebnisse ist für den XX.YY.20XY im Konferenzraum K368 um 10:00 Uhr geplant. | | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * digital aufbereiteter Analysebericht: Sortimentsanalyse, Trendanalyse und Mitbewerberanalyse (z. B. mit einem Tabellenkalkulationsprogramm erstellte Grafiken zur Visualisierung) * begründete Handlungsempfehlung für die Aufnahme neuer Produkte sowie ergänzende Zusatzangebote und Serviceleistungen (Cross-Selling) unter Nutzung von Fachbegriffen und der Berücksichtigung der Marktstrategie des Unternehmens   Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung   * Bewertung der Dokumentation des Analyseberichts * Bewertung der Präsentation |
| Wesentliche Kompetenzen  Die Schülerinnen und Schüler …   * planen ihre eigene Arbeitsweise. * erstellen eine Übersicht zu dem aktuellen Sortiment. * dokumentieren systematisch Anforderungen, die sich aus der Sortimentserweiterung, den Produktarten sowie der angestrebten Marktstrategie ergeben. * analysieren Daten aus dem Warenwirtschaftssystem und aus dem Web-Controlling. * analysieren das Sortiment der Mitbewerber. * identifizieren die umsatzschwache Produktgruppe und mögliche Ursachen. * geben begründete Handlungsempfehlungen unter Verwendung von Fachbegriffen. * dokumentieren und visualisieren ihren Analysebericht und ihre Handlungsempfehlung adressatengerecht und digital. * präsentieren ihre Arbeitsergebnisse und vertreten ihre Entscheidung. * bewerten und reflektieren die Präsentationsergebnisse.   Englisch:   * entnehmen grundlegende Details aus mündlich und schriftlich vorgetragenen Beschreibungen von Produkten und deren Entwicklung und vergleichen diese (Rezeption, mündlich und schriftlich).   Deutsch/Kommunikation:   * gestalten unterschiedliche monologische und dialogische Kommunikationsformen (monologische Formen: Präsentation bzw. Referat). * strukturieren die entnommenen Informationen selbstständig um, um diese adressatengerecht weiterzugeben. | | Konkretisierung der Inhalte   * Arbeitsplan * Sortimentserweiterung (Sortimentsbreite und -tiefe) * Produktarten (Massen- und Nischenprodukte) * Zusatz- und Ergänzungsartikel (Cross-Selling) * Serviceleistungen (Cross-Selling) * Marktstrategien (Marktfeld- und Marktparzellierungsstrategie) * Daten aus dem Warenwirtschaftssystem: Absatzzahlen und Umsatz * Daten aus dem Web-Controlling: Warenkörbe und Bestellungen * Dokumentationsstruktur für Arbeitsergebnisse * Analysebericht * Kriterienkatalog zur Bewertung der Arbeitsergebnisse |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Arbeitsplanerstellung * Internetrecherche zur Beschaffung von Informationen über die Konkurrenz, Trends und zur Klärung von Fachbegriffen * Arbeiten anhand von Leitfragen * Dokumentation und Präsentation von Inhalten mit Programmen für Textverarbeitung und Tabellenkalkulationen * Lesemethode (Skimming, Scanning and Close Reading) für Texte in einer Fremdsprache * Auswertungsbogen für die Bewertung von Dokumentationen und Präsentationen * Sortieraufgabe und Strukturlegetechnik * Selbstreflexion des Lernstandes mittels Kannliste | | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle   * Daten aus dem Warenwirtschaftssystem in digitaler Form über einzelne Produktgruppen im YoungFashion-Bereich * Kennzahlen aus dem Web-Controlling: Bestellungen und Warenkörbe * Artikel aus einer englischen Fachzeitschrift über aktuelle Trends im YoungFashion-Bereich * Fachliteratur/Lehrbuch | | |
| Organisatorische Hinweise   * ggf. Unterrichtsraum mit WLAN und Beamer und der Möglichkeit Gruppentische zu bilden * ggf. Infrastruktur zur Nutzung von Standardbüroanwendungen (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentation) * ggf. Mobilgeräte für die Internetrecherche | | |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse

Autorin: Friederike Lanvermann, Nell-Breunig-Berufskolleg Kaufm. Schule des Rhein-Erft-Kreises in Frechen