|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 *2.2*** | *Verkaufsfördernden, kundenorientierten und rechtssicheren Produktpräsentation im Online-Vertriebskanal vorbereiten (25 UStd.)* | |
| Einstiegsszenario  Herr Dallmann, Category-Manager der Category „Sport & Lifestyle“, teilt in einem Teammeeting den Schülerinnen und Schüler mit, dass folgende Produkte in das Online-Sortiment aufgenommen werden:   * Bekleidung „Millenials“ * Nahrungsergänzungsmittel: „EAA Plus“ * Sportgerät für eine neue Produktkategorie „Gravel Bikes“: „VAUTEC VRX Pro“   Die Schülerinnen und Schüler erhalten den Auftrag, die Produktpräsentation der neuen **Bekleidungslinie für die „Millenials“** vorzubereiten. Dazu müssen sie sich mit verschiedenen Aspekten wie notwendigen Produktinformationen, rechtlichen Rahmenbedingungen, verkaufspsychologischer Gestaltung, Auszeichnungssprache und Festlegung preispolitischer Grundsätze beschäftigen. | | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * Anforderungskatalog für eine verkaufsfördernde, kundenorientierte, retourenminimierende sowie barrierefreie und rechtssichere Produktpräsentation   ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung   * Bewertung des erstellten Anforderungskataloges * Bewertung der Präsentation des Handlungsproduktes |
| **Wesentliche Kompetenzen**  Die Schülerinnen und Schüler   * informieren sich über Richtlinien zur Unternehmensidentität. * informieren sich über rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation mithilfe von Gesetztestexten und Internetseiten. * informieren sich über die Preisangabenverordnung. * informieren sich über verkaufspsychologische Grundsätze bei der Preisgestaltung. * informieren sich über Möglichkeiten zur audiovisuellen Darstellung von Produkten. * informieren sich anhand von Erklärvideos (HTML, CSS) und Online-Tutorials (Self-HTML) über Möglichkeiten von „HTML“ und „CSS“ zur besonderen Hervorhebung neuer Produkte, indem sie einfachste Anwendungsbeispiele selbstgesteuert erproben. * analysieren die vorhandenen Produktpräsentationen im eigenen Online-Shop im Hinblick auf die Einhaltung rechtlicher Anforderungen. * entwickeln einen Kriterienkatalog für die Präsentation der neuen Produkte im Online-Vertriebskanal anhand der Aspekte „Kundenorientierung“, „Verkaufsförderung“, „Barrierefreiheit“, „Rechtssicherheit“ sowie „Retourenminimierung“ und „Corporate Identity“. * dokumentieren ihre erarbeiteten Kriterien adressatengerecht unter Verwendung von Standardsoftware.   erarbeiten Strategien zur Preisgestaltung für die neuen Produkte.   * arbeiten in arbeitsteiligen Gruppen zusammen, nutzen dabei kollaborative Kommunikationsplattformen (z.B. Padlet, Office365) und übernehmen Verantwortung für ihr Handlungsprodukt und dessen Präsentation. * präsentieren ihre Arbeitsergebnisse. * bewerten und reflektieren die Präsentationsergebnisse. * reflektieren die besondere Bedeutung der rechtlichen Regelungen für den Verbraucher und des Unternehmens und schätzen die Rechtsfolgen (Abmahnung, Unterlassungsklage, einstweilige Verfügung) für das Unternehmen bei Missachtung dieser ein.   Deutsch/Kommunikation:   * gestalten unterschiedliche monologische und dialogische Kommunikationsformen (monologische Formen: Präsentation). * können die entnommenen Informationen selbstständig umstrukturieren, um diese adressatengerecht weiterzugeben[[1]](#footnote-1).   Politik/Gesellschaftslehre:   * sind sich der Notwendigkeit des Verbraucherschutzes bewusst. | | **Konkretisierung der Inhalte**   * Aspekte von Unternehmensidentitäten * Sortimentsanalyse: Struktur von Produktkategorien * Informationspflichten zu Produkten * Namens- und Markenrecht, Urheber- und Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht, unlauterer Wettbewerb, * Preisangabenverordnung: Umsatzsteuersätze, Bruttopreis, Nettopreis, Grundpreis, Auszeichnungspflicht, Ordnungswidrigkeiten * verkaufspsychologische Grundsätze: Preiswahrnehmung, Preisverknappung * audiovisuelle Darstellungsoptionen * Auszeichnungssprache (HTML und CSS): Beschreibung der HTML-Struktur einer Website in Kombination mit CSS-Templates * barrierefreie und retourenminimierende Produktpräsentation * Preisgestaltung: konkurrenzorientiert und/oder dynamische Preisfestlegung unter Nutzung von Algorithmen;   an einem Beispiel der Preisfestlegung die grundlegenden Prinzipien und Funktionsweise von Algorithmen nachvollziehen  Rechtfolgen für das Unternehmen bei Missachtung rechtlicher Regelungen: Abmahnung, Unterlassungsklage, einstweilige Verfügung |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Arbeitsplanerstellung * Informationsbeschaffung: Text- und Internetrecherche * Recherche zu Kennzeichnungspflichten bei Textilien, Preisangabenverordnung, Preisstrategien * Recherche zum Markenrecht auf der Seite des Deutschen Patent- und Markenamtes, zum unlauteren Wettbewerb/UWG, Urheber- und Nutzungsrecht, zur Abmahnung und einstweiligen Verfügung * Analyse erfolgreicher Mitbewerber unter dem Gesichtspunkt „verkaufsförderliche Produktpräsentation“ * Tutorials (schriftlich, audiovisuell) zu gängigen Auszeichnungssprachen * Informationen auswerten und verarbeiten: z. B. Advanced Organizer oder Gruppenpuzzle * Reflexion der Arbeitsergebnisse im Hinblick auf Informationsgehalt und Aktualität * Dokumentation und Präsentation von Inhalten mit Standardbüroanwendungen Word und PowerPoint, Snipping-Tool für Screesnshots | | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle  s. Datei exemplarische Unterrichtsmaterialien | | |
| Organisatorische Hinweise   * Vgl. didaktische Hinweise zur Lernsituation * Computerfachraum und Unterrichtsraum mit WLAN und Beamer und der Möglichkeit Gruppentische zu bilden * Infrastruktur zur Nutzung von Standardprogrammen * Kollaborative Kommunikationsplattform * ggf. Mobilgeräte für die Internetrecherche | | |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse

Autorenteam:

M. Bröckling, Karl-Schiller-BK Dortmund; K. Glißmann, Ludwig-Erhard-BK Münster; B. Kettner, BK des Rhein-Sieg-Kreises Siegburg;

G. Wendt, Walter-Eucken-BK Düsseldorf

1. Das kriterienorientierte Verfassen von Produkttexten ist Gegenstand der LS 2.3a. Hier ergeben sich Anknüpfungspunkte zum Fach Deutsch/Kommunikation. [↑](#footnote-ref-1)