|  |  |
| --- | --- |
| **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 nachvollziehenRechtfolgen 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/Fundstelles. 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)