|  |  |
| --- | --- |
| **1. Ausbildungsjahr** | *Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce* |
| **Bündelungsfach** | *Geschäftsprozesse* |
| **Lernfeld 2** | *Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen (80 UStd.)* |
| **Lernsituation 2.3a** | *Produktdaten (Warenwirtschaftssystem) einpflegen und bearbeiten und Produkte in den unternehmenseigenen Online-Shop einstellen (25 UStd.)* |
| Einstiegsszenario Die Schülerinnen und Schüler erhalten eine E-Mail von Herrn Dallmann, der von seiner Geschäftsreise zurückgekehrt ist. Nach Sichtung der vorherigen Arbeitsergebnisse zur verkaufsfördernden und rechtssicheren Produktpräsentation durch Herrn Dallmann, erhalten die Schülerinnen und Schüler den Auftrag, die relevanten Daten der neu in das Sortiment aufgenommenen Produkte in das Warenwirtschafts-system einzupflegen und sie für die Einstellung in den Online Shop aufzubereiten. Dabei sind die adäquate Schnittstellennutzung und Auffindbarkeit der Produkte im Online-Shop zu berücksichtigen. Am Ende soll eine nachvollziehbare Online-Produktpräsentation unter Berücksichtigung von Corporate Identity Aspekten erarbeitet sein, die in Zusammenarbeit und Abstimmung mit anderen Bereichen (z.B. IT-Abteilung, andere Dienstleister) entstanden und durch Herrn Dallmann freizugeben ist. | Handlungsprodukt/Lernergebnis * digital aufbereitete Übersicht relevanter Produktdetails
* digital aufbereiteter Leitfaden für die Erstellung einer kriterienorientierten Online-Produktpräsentation
* begründeter Vorschlag für die relevanten Produktdetails und Ansichten der neuen Produkte im Online-Shop

Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung * Bewertung der Produktpräsentation
* Bewertung des Arbeitsprozesses
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler* planen ihre weitere Arbeitsweise im Hinblick auf die Erfüllung des Arbeitsauftrages.
* identifizieren und sammeln relevante Produktdetails.

erstellen eine digitale Übersicht zu den Produktdetails (eigene und auch die vom Hersteller bereitgestellten) mit entsprechenden Verlinkungen zu den vorhandenen Dateien.* prüfen die kundenorientierte Relevanz der Produktdaten und Produktbilder.
* nutzen die Verlinkungen zur Aufbereitung der audiovisuellen Darstellung der Produkte.
* stellen Produkte mit Hilfe von elektronischen Vorlagen in das Warenwirtschaftssystem ein und beachten dabei diverse Gestaltungsmöglichkeiten im Hinblick auf Sprache, Produkteigenschaften und audiovisuelle Darstellungen.
* aktualisieren bei Bedarf Stammdaten und Preise.
* nutzen passende Softwareschnittstellen zum Datenaustausch mit dem Online-Vertriebssystem (informationstechnische Seite des Systems eines Online-Vertriebskanals).
* stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher.
* kontrollieren die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal und führen Anpassungen durch.
* überprüfen die Produktpräsentation und leiten Optimierungsmaßnahmen ein.
* bewerten und reflektieren die Produktpräsentation und den Arbeitsprozess.
* ergänzen die erstellte Online-Produktpräsentation durch die Aufnahme von anderen Produkten auf der Detailseite (Cross-Selling).

Deutsch/Kommunikation:- adressatengerechtes Schreiben von Texten (fächerübergreifender Bezug: Produktbeschreibungen im online-Shop) | Konkretisierung der Inhalte* Arbeitsplan
* Produktdetails: u.a. Produktfotos und -videos, Produkttitel und Produktbeschreibung, Preisangabe, Lagerbestand, Lieferbarkeit, Liefergebiete und Lieferfrist, Versandkosten, Produktbewertungen, Produktalternativen, Herstellerlogo, Größe, Gewicht, Farbe, European Article Number
* Verwendung von Video-, Audio-, Text- und Bilddateien (\*.pdf, \*.bmp, \*.mp3, \*.avi etc.)
* Schnittstellennutzung entsprechend des genutzten Warenwirtschaftssystems
* Festlegen einer Design- und Formatierungsvorlage für die darzustellenden Produktseiten unter Berücksichtigung von Corporate Identity Aspekten
* Auffindbarkeit der Produkte im eigenen Online-Vertriebskanal (Schlagwörter, Produktkategorien, Filter, Suchfunktion)
* Erkennen eines möglichen USPs (Unique Selling Point bzw. Alleinstellungsmerkmal) durch Abgleich der eigenen mit vorhandenen Marktdaten
* evtl. Anpassung der Produktbeschreibung
* Cross-Selling-Möglichkeiten (wie z. B. zuletzt angesehene Produkte, alternative oder ergänzende Produkte)
 |
| Lern- und Arbeitstechniken* Lerntagebuch, Meilensteine zur Dokumentation des Arbeitsplans
* arbeitsgleiche Gruppen- und Partnerarbeit
* Dokumentation und Präsentation von Inhalten mit Programmen für Textverarbeitung, Präsentationen und Online-Tools (z.B. shopware)
* Internetrecherche zum Abgleich mit Online-Produktpräsentationen von ausgewählten Mitbewerbern
* Einsatz einer Kollaborationssoftware zur Unterstützung der Gruppenarbeitsphase (z.B. Google Docs)
* Verwendung eines Learning Management Systems (z.B. Moodle) zur Unterstützung der Organisation und Durchführung der Gruppenarbeitsprozesse und für Selbstlernphasen auch außerhalb des Klassenraumes
* Reflexion der softwaregestützten Gruppenarbeitsprozesse (z.B. Vor- und Nachteile der eingesetzten Kollaborationssoftware)
 |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstellen* Daten aus dem Warenwirtschaftssystem in digitaler Form
* Fachliteratur/Lehrbuch
* Kollewe, T./Keukert, M. (2016): Praxiswissen E-Commerce – Das Handbuch für den erfolgreichen Onlineshop, Heidelberg
* Beispiel-Webseiten von ausgewählten Online-Shops
* Handlungsprodukt aus der Lernsituation 2.2 (Anforderungskriterien für eine rechtssichere, verkaufsfördernde, kundenorientierte Produktpräsentation)
 |
| Organisatorische Hinweise* Unterrichtsraum mit WLAN und Beamer und der Möglichkeit Arbeitsbereiche für die einzelnen Gruppen zu bilden
* Laptops, ggf. mobile Endgeräte für die Internetrecherche
* Infrastruktur für Standardbüroanwendungen, Warenwirtschaftssystem und Webshop-Software
* Kollaborationssoftware und ein Learning-Management-System
 |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-How, Informatische Grundkenntnisse

**Autorenteam:** M. Winkler, BK der Stadt Hagen, Kaufmannsschule I,

 B. Kretschmer, Reinhard-Mohn-BK Gütersloh