

Kauffrau im E-Commerce/Kaufmann im E-Commerce

Die Darstellung bezieht sich auf die Module und Inhaltsbereiche digitaler Schlüsselkompetenzen in der "Handreichung zur Integration digitaler Schlüsselkompetenzen in die Berufliche Bildung"

Der kursive Text beschreibt mögliche konkrete Kompetenzen bezogen auf den Bildungsplan.

https://broschuerenservice.nrw.de/default/shop/Handreichung_zur_Integration_digitaler_Schl%C3%BCsselkompetenzen_in_die_Berufliche_Bildung

Fachkompetenz	Medienkompetenz	Anwendungs-Know-how	Informatische Grundkenntnisse
Lernfeld 3: Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten	Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Verträge rechtssicher, kundenorientiert und unter Berücksichtigung unternehmerischer Zielsetzungen anzubahnen sowie Auftragsdaten für nachgelagerte Prozesse bereitzustellen		
... analysieren den Verkaufsprozess von Produkten im Online-Vertrieb des Unternehmens (Unternehmen zu Unternehmen, Unternehmen zu Privatkunden).	3.1.1 Auswirkungen intelligenter und vernetzter Systeme auf Beruf und Lebenswelt reflektieren <i>- reflektieren den Einsatz von KI auf Verkaufsprozesse</i>	3.2.1 Neue Geräte und Hardware implementieren, vernetzen und bedienen 3.2.2 Anwendungssoftware auswählen, implementieren und anwenden <i>- nutzen Software zur Prozessdarstellung, Analyse und visueller Planung von Websites und richten sie ein</i>	3.3.1 Hardware, Komponenten und Schnittstellen, Aufbau und Funktionsweise 3.3.2 Software, Programm, Dokumentation, Daten, Installation und Einrichtung 3.3.3 Vernetzung und Übertragungswege <i>- installieren Software zur Prozessdarstellung, Analyse und visueller Planung von Websites und richten sie ein</i>
Für die Vertragsgestaltung und Vertragsabschlüsse im Online-Vertrieb informieren sie sich über die relevanten rechtlichen Regelungen (Allgemeine Geschäftsbedingungen, Informationspflichten zu Verträgen, Widerrufsbelehrung). Sie erfassen Möglichkeiten der Konditionengestaltung.	2.1.1 Validität von Informationen überprüfen 2.1.4 Digitalen Medien zur Zielerreichung bewerten 2.1.6 Digitale Assessmenttools bewerten <i>- bewerten die AGBs im Unternehmen nach rechtlichen und moralischen Kriterien</i>	2.2.1 Selbstständig Informationen aus dem Internet beschaffen Medien zur aktiven und passiven Nutzung gestalten 2.2.4 <i>- passen die aktuellen AGBs im Online-Shop an</i>	2.3.1 Internetrecherche (Adressen, Browser, Formate und Lizenzen) 2.3.2 Suchmaschinen und -strategien 2.3.7 Web-Publishing 2.3.9 Netiquette <i>- bearbeiten die AGBs auf der Ebene eines Content-Management-Systems</i>
... formulieren für die Anbahnung und Abwicklung des Vertragsabschlusses im Online-Vertriebskanal Anforderungskriterien für eine rechtssichere und benutzerfreundliche Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss (Checkout-Prozess).	6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten <i>- bewerten digitale Verkaufsprozesse nach Benutzerfreundlichkeit und Rechtssicherheit</i>	6.2.4 Prozesse visualisieren 6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen <i>- planen und visualisieren den Verkaufsprozess im Internet menschenzentriert (Menschenzentrierter Gestaltungsprozess) - planen und visualisieren zielgruppenorientierte Nutzerführung im Verkaufsprozess (Zielgruppenorientierte Nutzerführung) - planen den Einsatz von Testszenerien, Analysewerkzeugen und Evaluierungsverfahren (Usability & User Experience) - planen den Einsatz von Analysewerkzeugen und eine auf Conversion optimierte Gestaltung (Conversion Optimierung)</i>	6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme 6.3.2 Digitale Wertschöpfungsprozesse und -ketten 6.3.3 Prozessdarstellung (eEPK, ARIS, UML oder Struktogramm) Enterprise-Ressource-Planning Systems (ERP) 6.3.5 <i>- analysieren, spezifizieren, gestalten und evaluieren den Verkaufsprozess im Internet (Menschenzentrierter Gestaltungsprozess) - definieren zielgruppenorientierte Nutzerführung (Zielgruppenorientierte Nutzerführung) - beurteilen und wählen Test- und Analyseverfahren sowie Evaluierungsmöglichkeiten aus (Usability & User Experience) - wählen Analysemöglichkeiten aus und entwickeln Analyseszenarien sowie Gestaltungshinweise (Conversion Optimierung)</i>

Fachkompetenz	Medienkompetenz	Anwendungs-Know-how	Informatische Grundkenntnisse
<p>... legen Konditionen fest. Hierzu wählen sie kriteriengeleitet Bezahlverfahren für ihr Unternehmen aus (Zielgruppe, Kosten, Ausfallrisiko). Sie binden Finanzierungsangebote (Ratenkauf, Ratenkredit, Lieferantenkredit) ein. Zum Schutz vor Zahlungsausfällen analysieren sie deren Ursachen und empfehlen Maßnahmen (Bonitätsprüfung) zu ihrer Verhinderung. Für die Erfüllung der vertraglichen Pflichten schlagen sie Möglichkeiten zur Übermittlung und Bereitstellung von Produkten vor. Dazu wählen sie kriteriengeleitet Kooperationspartner für nachgelagerte logistische Prozesse im Rahmen der Unternehmensvorgaben aus. Sie koordinieren die Umsetzung der geplanten Vertragsanbahnungs- und -abwicklungsprozesse nach Maßgabe der festgelegten Anforderungskriterien und Besonderheiten des Unternehmens.</p>	<p>6.1.1 Digitale Repräsentation von Information und Daten in automatisierten Prozessen bewerten</p> <p><i>- analysieren und bewerten Datenflüsse im ERP - System</i></p>	<p>6.2.3 Fachbereichsspezifische Software einsetzen 6.2.4 Prozesse visualisieren 6.2.5 Planungsprozesse in vernetzten Systemen durchführen ERP-Systeme für webbasierte Aufträge nutzen 6.2.6</p> <p><i>- nehmen Einstellungen im ERP - System vor</i></p>	<p>6.3.1 Prozessmanagement vernetzter Systeme 6.3.2 Digitale Wertschöpfungsprozesse und –ketten 6.3.3 Prozessdarstellung (eEPK, ARIS, UML oder Struktogramm) 6.3.4 Enterprise-Ressource-Planning Systems (ERP) 6.3.6</p> <p><i>- Richten die ERP-Schnittstellen auf die Anforderungen der Partner in der Lieferkette (zum Beispiel Lieferanten und Logistikdienstleister) ein</i></p>
<p>... bereiten die erhobenen Auftragsdaten für den Prozess der Vertragsabwicklung auf und stellen die benötigten Dokumente (Bestellbestätigung, Auftragsbestätigung, Lieferschein, Rechnung) für nachgelagerte Prozesse bereit</p> <p>... beurteilen ihre Entscheidungen bei der Gestaltung des Verkaufsprozesses anhand der Kriterien Kundenbindung, Verkaufsförderung und Benutzerfreundlichkeit (Absprungrate), Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit. Sie entwickeln auch im Team Optimierungsmöglichkeiten und leiten Maßnahmen zur Verbesserung ab.</p>	<p>4.1.1 Validität von Daten anhand von Kriterien bewerten</p> <p><i>- vergleichen die Absprungrate und den Absprunzeitpunkt und bewerten die Informationen kritisch anhand von Benchmarks</i></p>	<p>4.2.1 Digitale Ressourcen speichern und teilen 4.2.2 Daten aufbereiten, strukturieren, analysieren, visualisieren und interpretieren</p> <p><i>- verwenden Methoden wie zum Beispiel A&B Tests und Szenarien um wichtige Kennzahlen zu beeinflussen</i></p>	<p>4.3.1 Daten und ihre Verarbeitung 4.3.4 Datenanalyse und -auswertung</p> <p><i>- implementieren Methoden wie zum Beispiel A&B Tests und Szenarien auch technisch</i></p>
<p>... reflektieren die strategische Bedeutung der im Verkaufsprozess gewonnenen Daten für die E-Commerce-Aktivitäten des Unternehmens, 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.</p>	<p>5.1.1 Systemsicherheit und Datensicherheit bewerten</p> <p><i>- Begründen den Nutzen von hoher Datensicherheit und den damit einhergehenden Kosten vor der Geschäftsleitung</i></p>	<p>5.2.1 Rechtsvorschriften zur Datensicherheit und zum Datenschutz beachten</p> <p><i>- sorgen für eine vertrauliche Verarbeitung und Speicherung von Kundendaten</i></p>	<p>5.3.1 Datenschutz, Datensicherheit</p> <p><i>- prüfen die technische Umsetzung der Datenspeicherung auf Fehler</i></p>