**Informationen zur Gruppenphase**

1. **Anordnung der Lernsituationen im Lernfeld**

|  |
| --- |
| **Lernfeld Nr. 2: Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen (80 UStd.) 1. Ausbildungsjahr** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Abfolge der Lernsituationen**  | **Zeitrichtwert** | **Kompetenzen aus dem KMK-Rahmenlehrplan****Beiträge der Fächer zum Kompetenzerwerb in Abstimmung mit dem Fachlehrplan** |
| 2.1 | Sortimentsanalyse im Online-Vertriebskanal | 16 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler analysieren das vorhandene Sortiment (Sortimentsbreite und ‑tiefe) hinsichtlich der aktuellen Nachfrage im Online-Vertriebskanal, der Konkurrenzangebote und voraussichtlicher Entwicklungen. Dabei identifizieren sie Veränderungsbedarfe auch unter Berücksichtigung der Marktstrategien (Marktfeld-, Marktparzellierungsstrategie) des Unternehmens.Die Schülerinnen und Schüler wählen für die Erweiterung des Online-Sortiments neue Produkte (Massenprodukte, Nischenprodukte) aus … |
| 2.2 | Vorbereitung einer verkaufsfördernden und rechtssicheren Produktpräsentation im Online-Vertriebskanal | 18 UStd. | Sie informieren sich über rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation (Informationspflichten zu Produkten, Namens- und Markenrecht, Urheber- und Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht, unlauterer Wettbewerb).Die Schülerinnen und Schüler formulieren Anfordungskriterien für eine verkaufsfördernde, kundenorientierte sowie retourenminimierende Produktpräsentation. Sie achten auf Barrierefreiheit.… und planen deren Aufnahme. In ihre Planungen beziehen sie Serviceleistungen sowie Zusatzangebote (Cross-Selling) im Hinblick auf eine kundenorientierte Gestaltung des Online-Sortiments ein.Sie reflektieren die Bedeutung der rechtlichen Regelungen für die Verbraucherinnen und Verbraucher und für das Unternehmen und schätzen die Rechtsfolgen für das Unternehmen bei Missachtung dieser ein. |
| 2.3 | Produkte in den Online-Vertriebskanal einstellen | 20 UStd. | Fremdsprachliche Kommunikation/EnglischSie identifizieren und beschaffen relevante Produktdaten sowie audiovisuelle Medien. Für die Einstellung in den Online-Vertriebskanal bereiten sie Produkttitel, Produktdetails und die audiovisuelle Darstellung der Produkte auf (Auszeichnungssprache, Gestaltungsanweisungen). Für ein internationales Angebot erfassen sie Produktdaten und ‑beschreibungen auch in einer Fremdsprache. Sie stellen die Produkte mithilfe von elektronischen Vorlagen ein (s. 2.4). Sie ordnen die Produkte in Produktkategorien ein und stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher (Suchfunktionen, Filter).Die Schülerinnen und Schüler kontrollieren die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal und führen Anpassungen durch. Sie überprüfen die Produktpräsentation und leiten Optimierungsmaßnahmen ein. |
| 2.4 | Nachfrage- und konkurrenzorientierte Preisgestaltung im Online-Vertriebskanal | 8 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler erkennen die besondere Dynamik des Nachfrageverhaltens und sind sich der Relevanz einer kontinuierlichen Sortimentsanpassung und Sicherstellung der Verfügbarkeit bewusst.Die Schülerinnen und Schüler unterbreiten Vorschläge zur Preisgestaltung (konkurrenzorientierte und dynamische Preisfestlegung). Sie berücksichtigen dabei die Umsatzsteuer (Umsatzsteuersätze, Netto- und Bruttopreis) und halten die rechtlichen Regelungen zur Preisangabe ein.Sie stellen die Produkte mithilfe von elektronischen Vorlagen ein (s. 2.3) und aktualisieren bei Bedarf Stammdaten und Preise (Warenwirtschaftssystem). Zum Datenaustausch mit dem Online-Vertriebssystem nutzen sie passende Softwareschnittstellen.Sie reflektieren die Bedeutung der rechtlichen Regelungen für die Verbraucher und für das Unternehmen und schätzen die Rechtsfolgen für das Unternehmen bei Missachtung dieser ein. |
| 2.5 | Absatzzahlen des Online-Vertriebskanals auswerten | 8 UStd. | Sie beobachten die Nachfrage im Online-Vertriebskanal (Bestellungen, Warenkörbe), bereiten Absatzzahlen für die Beschaffung auf und leiten daraus Schlussfolgerungen ab.Sie entwickeln Verbesseungsvorschläge für die Online-Präsentation (Auszeichnungssprache, Gestaltungsanweisungen s. 2.3).Bei der Produktpräsentation halten sie Gestaltungsgrundsätze, verkaufspsychologische Grundsätze (Preiswahrnehmung, Verknappung), rechtliche Regelungen sowie Richtlinien zur Unternehmensidentität ein. |
| 2.6 | Die Verfügbarkeit des Sortiments im Online-Vertriebskanal sicherstellen | 10 UStd. | Für die Sicherstellung der Verfügbarkeit (Nachlieferungen, Nichtlieferungen) der Produkte im Online-Vertriebskanal kommunizieren sie mit dem Bereich Beschaffung und initiieren Beschaffungsvorgänge. Dazu ermitteln sie den Bedarf und die optimale Bestellmenge unter Berücksichtigung von Lager- und Bestellkosten. Sie setzen sich mit den Chancen und Risiken bei der Disposition aus dem eigenen und dem Lager des Lieferanten auseinander. In Abstimmung mit den am Beschaffungsprozess Beteiligten aktualisieren sie die Produktangaben (Verfügbarkeit, Lieferzeit) im Online-Vertriebskanal.Sie bewerten die Kommunikation mit anderen Bereichen, identifizieren Schwachstellen und erarbeiten auch im Team Vorschläge zur Prozessoptimierung. |

1. **Gestaltung von Lernsituationen**

|  |
| --- |
| **1. Ausbildungsjahr****Bündelungsfach:** Geschäftsprozesse im E-Commerce**Lernfeld 2:** Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen (80 Std.)**Lernsituation 2.3**: Produkte in den Online-Vertriebskanal einstellen (20 UStd.) |
| Einstiegsszenario Aufgrund der Handlungsempfehlungen der Schülerinnen und Schüler wurden die in den Online-Vertriebskanal einzustellenden Produkte ausgewählt. Sie erhalten den Auftrag eine Checkliste mit allen benötigten Informationen zu erstellen, die Produktinformationen aufzubereiten und in den Online-Vertriebskanal einzustellen. | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Checkliste benötigter Informationen für die Produktpräsentation
* In den Online-Vertriebskanal eingestellte Produkte

ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung* Erstellung Produktdatenblatt
* Präsentation
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler* bereiten Produktbeschreibungen (auch in einer Fremdsprache) auf und identifizieren dabei wesentliche Produkteigenschaften
* erstellen eigene audiovisuelle Medien zur Verwendung im Online-Vertriebskanal
* informieren sich über grundlegende Strukturen der Auszeichnungssprache
* stellen Produkte über das Warenwirtschaftssystem in den Online-Vertriebskanal ein und beachten dabei die Gestaltungsmöglichkeiten der Auszeichnungssprache
* stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher
* bewerten Vorteile der Eigen- und Fremdbeschaffung von relevanten Produktdaten sowie audiovisuellen Medien
* kontrollieren die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal und führen Anpassungen durch
* überprüfen die Produktpräsentation und leiten Optimierungsmaßnahmen ein.
 | Konkretisierung der Inhalte* Produkteigenschaften (z.B. Größe, Gewicht, Farbe, usw.)
* HTML (= Auszeichnungssprache)
	+ Semantische Struktur
	+ Syntax
	+ Trennung von Form und Inhalt (CSS)
* Entwicklerwerkzeuge in Browsern nutzen
* Auffindbarkeit von Produkten im Online-Vertriebskanal
	+ Schlagwörter
	+ Produktkategorien
	+ Filter
	+ Suchfunktion
* Schaffung einer Unique Selling Proposition (USP) durch Erstellung eigener Medien versus Verwendung von Herstellerdaten
	+ Grundlagen der Bildbearbeitung
	+ Produktfotografie
	+ Produktfilme
	+ Nutzung von Herstellerdaten
* Auswirkungen der Produktbeschreibungen auf Retourenminimierung (LF 5)
 |
| Lern- und Arbeitstechniken* Arbeitsteilige Gruppenarbeit
* Selbstständige Erarbeitung von HTML-Kenntnissen unter Nutzung von Internetinhalten
 |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle* Daten aus dem Warenwirtschaftssystem/Online-Vertriebskanal
 |
| Organisatorische HinweiseTechnische Anforderungen: * vorinstallierter und befüllter Webshop
* Anbindung an Warenwirtschaftssystem
 |