**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 | Analyse des Online-Sortiments | 12 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 leiten begründete Handlungsempfehlungen für die Sortimentsveränderung (Entwicklungstendenzen und Marktstrategien) ab. |
| 2.2 | Erweiterung des Online-Sortiments | 6 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler wählen für die Erweiterung des Online-Sortiments neue Produkte (Massenprodukte, Nischenprodukte) aus 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 ordnen die Produkte in Produktkategorien ein und stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher (Suchfunktionen, Filter). |
| 2.3 | Vorbereitung und Umsetzung der Produktpräsentation | 24 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler formulieren Anforderungskriterien für eine verkaufsfördernde, kundenorientierte sowie retourenminimierende Produktpräsentation. Sie achten auf Barrierefreiheit.  Sie 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. Für ein internationales Angebot erfassen sie Produktdaten und -beschreibungen auch in einer Fremdsprache.  Sie entwickeln Verbesserungsvorschläge für die Online-Präsentation (Auszeichnungssprache, Gestaltungsanweisungen).  Bei der Produktpräsentation halten sie Gestaltungsgrundsätze, verkaufspsychologische Grundsätze (Preiswahrnehmung, Verknappung), rechtliche Regelungen sowie Richtlinien zur Unternehmensidentität ein.  Sie stellen die Produkte mit Hilfe von elektronischen Vorlagen ein und aktualisieren bei Bedarf Stammdaten und Preise (Warenwirtschaftssystem). Zum Datenaustausch mit dem Online-Vertriebssystem nutzen sie passende Softwareschnittstellen |
| 2.4 | Vorschläge zur Preisgestaltung | 6 UStd. | 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. |
| 2.5 | Unterstützung der Beschaffung und Disposition | 12 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. |
| 2.6 | Analyse, Durchführung und Kontrolle von Optimierungsmaßnahmen | 20 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler kontrollieren die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal und führen Anpassungen durch. Sie überprüfen die Produktpräsentation und leiten Optimierungsmaßnahmen ein.  Sie beobachten die Nachfrage im Online-Vertriebskanal (Bestellungen, Warenkörbe), bereiten Absatzzahlen für die Beschaffung auf und leiten daraus Schlussfolgerungen ab.  Sie bewerten die Kommunikation mit anderen Bereichen, identifizieren Schwachstellen und erarbeiten auch im Team Vorschläge zur Prozessoptimierung.  Die Schülerinnen und Schüler erkennen die besondere Dynamik des Nachfrageverhaltens und sind sich der Relevanz einer kontinuierlichen Sortimentsanpassung und Sicherstellung der Verfügbarkeit bewusst.  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. |

1. **Gestaltung von Lernsituationen**

|  |  |
| --- | --- |
| **1. Ausbildungsjahr**  **Bündelungsfach:** Geschäftsprozesse im E-Commerce  **Lernfeld 2:** Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen (80 UStd.)  **Lernsituation 2.5:** Unterstützung der Beschaffung und Disposition (12 UStd.) | |
| Einstiegsszenario  Verschiedene Kundinnen und Kunden haben zum Zeitpunkt xx Waren aus dem Webshop bestellt. In der letzten Woche gingen per E-Mail zahlreiche Beschwerden ein, dass die Ware trotz Angabe von Lieferzeiten nicht rechtzeitig zur Kundin oder zum Kunden geliefert wurde. In Rücksprache mit der Abteilung Lager wurde festgestellt, dass einige Artikel nicht zum Versand zur Verfügung standen.  Die Schülerinnen und Schüler erhalten den Auftrag, den Beschaffungsprozess der Produkte im Online-Vertriebskanal zu analysieren und zu optimieren. | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * Analysebericht zu aktuellen Problemen in der Beschaffung und Disposition * Vorschlag zur Optimierung der Beschaffung und Disposition * Begründete Handlungsempfehlungen   ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung |
| Wesentliche Kompetenzen  Die Schülerinnen und Schüler   * analysieren den Bedarf und die optimale Bestellmenge unter der Berücksichtigung der Lager- und Bestellkosten * wägen Chancen und Risiken von Eigen- und Fremddisposition ab * entwickeln einen Vorschlag zur Verbesserung der Beschaffungsprozesse | Konkretisierung der Inhalte   * Optimale Bestellmenge * Bedarf * Lager- und Bestellkosten * Eigen- und Fremddisposition (Streckengeschäft) * … |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Selbstständige Informationsbeschaffung * Strukturieren und Verarbeiten von Informationen * Begründete Entscheidungen treffen | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle | |
| Organisatorische Hinweise  *z. B. Verantwortlichkeiten, Fachraumbedarf, Einbindung von Experten/Exkursionen, Lernortkooperation* | |