|  |
| --- |
| Zielanalyse Stand: 2020 |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberufe | Zeitrichtwert  |
| WEC | Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce | 100 |
| Lernfeld Nr. | Lernfeldbezeichnung | Jahr |
| 09 | Online-Vertriebskanäle auswählen | 3 |
| Kernkompetenz |
| Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Online-Vertriebskanäle kriteriengeleitet auszuwählen und bei der Einrichtung von Online-Vertriebssystemen mitzuwirken. |
| Schule, Ort | Lehrkräfteteam |
|  |  |

| Bildungsplan |  | didaktisch-methodische Analyse |
| --- | --- | --- |
| kompetenzbasierte Ziele | Konkretisierung | Lernsituation | Handlungsergebnis | überfachlicheKompetenzen | Hinweise | Zeit |
| Die Schülerinnen und Schüler analysieren die aktuellen Vertriebskanäle im E-Commerce sowie den stationären Handel und Versandhandel im Hinblick auf Bedeutung und Eignung für den Online-Vertrieb des Unternehmens. |  | **LS01 Vertriebskanäle analysieren** | BerichtPräsentation | systematisch vorgehenbegründet vorgehenInformationen strukturierenzielgerichtet arbeitenSchlussfolgerungen ziehen |  | 06 |
| Die Schülerinnen und Schüler vergleichen die Online-Präsenz der Mitbewerber anhand geeigneter Kriterien (*Benutzerfreundlichkeit, Softwareergonomie, Funktionalität, responsives Design*).  |  | **LS02 Online-Präsenz der Konkurrenz vergleichen** | KriterienkatalogÜbersicht | systematisch vorgehenbegründet vorgehenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenzielgerichtet arbeiten | Projekt möglich | 12 |
| Sie informieren sich über die rechtlichen Regelungen (*Informationspflichten des Unternehmens*) eines Onlineauftritts. |  | **LS03 Rechtliche Regelungen des Onlineauftritts darstellen** | MitarbeiterhandbuchHandlungsempfehlung | Gesetzestexte anwendenInformationen strukturierenzielgerichtet arbeiten |  | 08 |
| Anhand des vorhandenen Produktportfolios planen die Schülerinnen und Schüler die Auswahl zusätzlicher Online-Vertriebskanäle. In die Planungen beziehen sie Überlegungen zur Zielgruppe (*Mediennutzungsverhalten, Sprache, Land*) ein. Sie legen auf der Grundlage der Unternehmensziele den Stellenwert geeigneter Online-Vertriebskanäle im Gesamtvertriebsmix fest. Sie prüfen die Kompatibilität zu bereits vorhandenen Kanälen. |  | **LS04 Zusätzliche Online-Vertriebskanäle auswählen** | PräsentationHandlungsempfehlung | Informationen strukturierenselbstständig planensystematisch vorgehenbegründet vorgehenSysteme untersuchenAbhängigkeiten findenZusammenhänge herstellenErgebnisse zusammenfassenRealisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen | Projekt möglich | 10 |
| Die Schülerinnen und Schüler definieren Anforderungen an Hard- und Software und wählen kriteriengeleitet Online-Vertriebssysteme auch hinsichtlich Barrierefreiheit, Datensicherheit, Datenschutz sowie Kosten aus und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse. Für die Auswahlentscheidungen nutzen sie eine Methode zur Entscheidungsfindung (*Nutzwertanalyse*). |  | **LS05 Online-Vertriebssysteme auswählen** | MitarbeiterhandbuchNutzwertanalyseHandlungsempfehlung | Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenZusammenhänge herstellenEntscheidungen treffenErgebnisse zusammenfassenmethodengeleitet vorgehenEntscheidungen treffen |  | 10 |
| Sie vergleichen Lösungen von internen und externen Dienstleistern und entscheiden zwischen Miete und Kauf.Sie legen erforderliche Schnittstellen zwischen den ausgewählten Lösungen und dem bestehenden Warenwirtschaftssystem fest. Sie schlagen notwendige Anpassungen vor (*Datenbankstruktur, Datenaustausch, Client-Server-System*).In der Zusammenarbeit mit internen und externen Dienstleistern wenden sie entsprechende Fachbegriffe an. |  | **LS06 Dienstleister vergleichen** | BerichtHandlungsempfehlungE-Mail | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeiten Schlussfolgerungen ziehenEntscheidungen treffen |  | 04 |
| **LS07 Schnittstellen berücksichtigen** | Glossar für MitarbeiterhandbuchBerichtHandlungsempfehlung | Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzenSchlussfolgerungen ziehenEntscheidungen treffenVerständnisfragen stellenunterschiedliche Standpunkte tolerierenFachsprache anwenden |  | 12 |
| Die Schülerinnen und Schüler beurteilen die Nutzung der neuen Online-Vertriebskanäle. Sie berücksichtigen Rückmeldungen von Nutzern und leiten Verbesserungsvorschläge ab. |  | **LS08 Online-Vertriebskanäle optimieren** | AnalyseberichtHandlungsempfehlung | systematisch vorgehenbegründet vorgehenZusammenhänge herstellenSchlussfolgerungen ziehen |  | 12 |
| Die Schülerinnen und Schüler reflektieren die Entscheidung für die neuen Online-Vertriebskanäle im Rahmen einer kanalübergreifenden Vertriebsstrategie (*Multi-Channel, Omni-Channel*). |  | **LS09 Neue Online-Vertriebskanäle reflektieren** | Vertriebsstrategie | Mitverantwortung tragenAnalogieschlüsse ziehenPläne bewerten und ggf. revidieren |  | 06 |
| Sie prüfen ihre Auswahlentscheidungen kontinuierlich im Hinblick auf innovative Entwicklungen im E-Commerce.Die Schülerinnen und Schüler schätzen ein, inwiefern die ausgewählten Maßnahmen der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens für unterschiedliche Interessengruppen gerecht werden. | [Umfassende Kompetenz für das gesamte Lernfeld]Integrativ umsetzen |