

**Thüringer Ministerium
für Bildung, Jugend und Sport**

**Thüringer Lehrplan
für die berufsbildende Schule**

Schulform: Berufsschule

Beruf:

Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce

2023

Herausgeber:
Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport
Werner-Seelenbinder-Straße 7
99096 Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1	Kompetenzentwicklung und Handlungsorientierung in der Berufsausbildung.....	7
2	Berufsbezogene Vorbemerkungen.....	10
3	Mitarbeiter der Lehrplangruppe.....	11
4	Studentafel.....	12
5	Lernfelder.....	13
5.1	Lernfeld 1 – Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten.....	13
5.1.1.	Rechte und Pflichten eines Auszubildenden im E-Commerce.....	13
5.1.2.	Präsentation des eigenen Unternehmens.....	14
5.1.3.	Unternehmensspezifische Maßnahmen zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter.....	15
5.1.4.	Entgeltabrechnung.....	15
5.1.5.	Rechtsformen von Unternehmen.....	16
5.1.6.	Organisatorischer Aufbau von Unternehmen.....	17
5.2	Lernfeld 2 – Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen.....	18
5.2.1.	Aufbau eines Sortiments im Online-Handel.....	18
5.2.2.	Layout der Internetseiten eines Webshops.....	19
5.2.3.	Seiten des Webshops zur Darstellung des Sortiments.....	19
5.2.4.	Vorbereitung einer verkaufsfördernden und rechtssicheren Produktpräsentation im Online-Vertriebskanal.....	20
5.2.5.	Preisgestaltung und -darstellung im Webshop.....	21
5.2.6.	Gesetzliche Regelungen des Wettbewerbs.....	22
5.2.7.	Beschaffungsplanung, Bestellung und Warenannahme.....	22
5.2.8.	Arten und Aufgaben des Lagers.....	23
5.2.9.	Dropshipping.....	24
5.3	Lernfeld 3 – Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten.....	25
5.3.1.	Verkaufsprozess im Online-Vertrieb.....	25
5.3.2.	Rechtssichere Verträge im Online-Vertrieb.....	25
5.3.3.	Vertragsgestaltung im Online-Vertrieb.....	26
5.3.4.	Angebot von Finanzierungsmöglichkeiten und Möglichkeiten der Reduzierung von Zahlungsausfällen.....	26
5.3.5.	Auswahl und Einsatz von Bezahlssystemen.....	27
5.3.6.	Gestaltung nachgelagerter logistischer Prozesse.....	27
5.3.7.	Bereitstellung von Dokumenten zur Vertragsabwicklung und für nachgelagerte Prozesse.....	27
5.3.8.	Beurteilung des Verkaufsprozesses unter Berücksichtigung von Datenschutz und Datensicherheit.....	28

5.4	Lernfeld 4 – Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen.....	29
5.4.1.	Beleggestützte Analyse von verschiedenen Wertströmen im Unternehmen.....	29
5.4.2.	Rechtliche Vorgaben des externen Rechnungswesens.....	29
5.4.3.	Erfassung von Geschäftsfällen und deren Auswirkungen auf die Bilanz.....	30
5.4.4.	Erfolgsermittlung durch Gewinn- und Verlustrechnung.....	31
5.4.5.	Umsatzsteuer im Ein- und Verkauf.....	31
5.4.6.	Kennzahlenanalyse im Unternehmen.....	32
5.5	Lernfeld 5 – Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten.....	33
5.5.1.	Darstellen von ausgewählten Geschäftsprozessen.....	33
5.5.2.	Analyse von Gründen für Leistungsstörungen und rechtssichere Reaktion.....	34
5.5.3.	Unterscheidung von Leistungsstörungen und deren kundenorientierte Anwendung...	35
5.5.4.	Folgen der Nicht-Rechtzeitig-Zahlung.....	35
5.5.5.	Optimierung von Rückabwicklungsprozessen im Unternehmen.....	36
5.6	Lernfeld 6 – Servicekommunikation kundenorientiert gestalten.....	37
5.6.1.	Grundlagen kundenorientierter Kommunikation.....	37
5.6.2.	Bedeutung der Körpersprache für eine erfolgreiche Kommunikation.....	38
5.6.3.	Zielorientierte Gesprächsführung und Fragetechniken in verschiedenen Kommunikationssituationen.....	38
5.6.4.	Verhandlungen unter Berücksichtigung der Kommunikationsregeln.....	39
5.6.5.	Situationsgerechte Durchführung von Beratungsgesprächen.....	39
5.6.6.	Umgang mit dem Beschwerdemanagement als Spezialfall von Konflikten.....	40
5.6.7.	Besonderheiten der interkulturellen Kommunikation in verschiedenen Gesprächssituationen.....	41
5.6.8.	Nutzung verschiedener Kommunikationswege.....	41
5.6.9.	Einordnung unternehmensbezogener Kundenbewertung, Kundenbindung und After-Sales-Services.....	42
5.7	Lernfeld 7 – Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten.....	43
5.7.1.	Grundlagen des Marketing.....	43
5.7.2.	Marktforschung.....	44
5.7.3.	Erkundung, Vergleich und Zustellung von Online-Werbung.....	44
5.7.4.	Suchmaschinen-Marketing.....	45
5.7.5.	E-Mail-Marketing.....	46
5.7.6.	Social-Media-Marketing.....	46
5.7.7.	Weitere Formen des Online-Marketing.....	46
5.7.8.	Auswertung und Beurteilung von Online-Marketingmaßnahmen.....	47
5.7.9.	Berücksichtigung von rechtlichen Regelungen und ethischen Grenzen.....	48
5.8	Lernfeld 8 – Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern.....	49
5.8.1.	Abgrenzungsrechnung als Vorstufe der Kosten- und Leistungsrechnung.....	49

5.8.2.	Kostenartenrechnung.....	49
5.8.3.	Kostenstellenrechnung.....	50
5.8.4.	Kostenträgerrechnung.....	50
5.8.5.	Deckungsbeitragsrechnung als Teilkostenrechnung.....	51
5.8.6.	Kennziffern zur Auswertung des Jahresabschlusses.....	51
5.9	Lernfeld 9 – Online-Vertriebskanäle auswählen.....	52
5.9.1.	Unterscheidung von Formen des E-Commerce.....	52
5.9.2.	Möglichkeiten des Online-Vertriebs im stationären Einzelhandel und im Versandhandel.....	52
5.9.3.	Rechtssicherer Online-Auftritt des eigenen Unternehmens.....	53
5.9.4.	Beurteilung von Webshops und Shopssoftware.....	54
5.9.5.	Online-Vertriebskanäle auswählen und einsetzen.....	55
5.9.6.	Anforderungen an Hard- und Software zur Auswahl eines Online-Vertriebssystems....	56
5.9.7.	Analyse der Online-Präsenz im E-Commerce.....	57
5.9.8.	Betrachtung der Online-Vertriebskanäle hinsichtlich innovativer Entwicklung im E-Commerce und der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens...	57
5.10	Lernfeld 10 – Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren.....	58
5.10.1.	Kennzahlen aus den Unternehmenszielen ableiten.....	58
5.10.2.	Betriebswirtschaftliche Kennzahlen für den Online-Vertrieb aus dem Jahresabschluss ableiten.....	59
5.10.3.	Wirksamkeit der Online-Marketing-Maßnahmen bewerten.....	59
5.10.4.	Kennzahlen in Bezug auf die Nutzerfreundlichkeit des Kaufprozesses analysieren....	60
5.10.5.	Sortimentsbezogene Kennzahlen.....	60
5.10.6.	Webanalyse mit Kennzahlen.....	61
5.10.7.	Erfolgsoptimierung mittels Webanalyse.....	61
5.11	Lernfeld 11 – Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen.....	62
5.11.1.	Kennzeichen von Wirtschaftsordnungen.....	62
5.11.2.	Grundlegende volkswirtschaftliche Begriffe.....	62
5.11.3.	Wirtschaftskreislauf.....	63
5.11.4.	Spannungsverhältnis von Ökonomie und Ökologie.....	63
5.11.5.	Preisbildung.....	63
5.11.6.	Wirtschaftspolitische Ziele (gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht).....	64
5.11.7.	Fiskal- und Konjunkturpolitik.....	64
5.11.8.	Geldpolitik der EZB.....	65
5.11.9.	Außenhandel.....	65
5.11.10.	Internationale Handelsabkommen und Wirtschaftsorganisationen.....	66
5.11.11.	Selbstmanagement.....	67

5.12	Lernfeld 12 – Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten.....	68
5.12.1.	Grundlagen Projekte.....	68
5.12.2.	Projektdefinition.....	69
5.12.3.	Projektplanung.....	70
5.12.4.	Projektdurchführung.....	70
5.12.5.	Projektabschluss.....	71
5.12.6.	Eigene Projekte bearbeiten.....	71
5.13	Lernfeld 13 – In einer Fremdsprache kommunizieren.....	72
5.13.1.	Ziele des Kompetenzerwerbs.....	72
5.13.2.	Zentrale Inhalte.....	80

1 Kompetenzentwicklung und Handlungsorientierung in der Berufsausbildung

Unterricht an berufsbildenden Schulen soll auf berufliches Handeln und auf die Mitgestaltung der Arbeitswelt in sozialer, ökonomischer und ökologischer Verantwortung vorbereiten.

Zentrales Ziel jeder Berufsausbildung ist die Entwicklung einer umfassenden beruflichen Handlungskompetenz, welche sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz entfaltet. Ebenso ist die Entwicklung von Methodenkompetenz, kommunikativer Kompetenz und Lernkompetenz das Ziel beruflicher Bildung, welche immanenter Bestandteil von Fach-, Selbst- und Sozialkompetenz sind.¹ Die Thüringer Lehrpläne folgen damit dem Kompetenzmodell, welches den KMK-Rahmenlehrplänen zugrunde liegt.

Handlungsorientierung steht für den Nachvollzug berufstypischer Handlungsabläufe in Form von vollständigen Lernhandlungen durch die Auszubildenden. Dabei sollen diese nach Möglichkeit selbst handeln bzw. die notwendigen Handlungen zur Problemlösung gedanklich nachvollziehen, um alle Aspekte der beruflichen Realität ganzheitlich zu erfassen.

Über die verschiedenen Lernfelder ist eine aufsteigende Anforderungstiefe in der Kompetenzstruktur gesichert.

Berufliche Handlungskompetenz umfasst die Bereitschaft und die Fähigkeit des einzelnen Menschen, in beruflichen Anforderungssituationen sachgerecht, durchdacht, individuell und sozial verantwortlich zu handeln sowie seine Handlungsmöglichkeiten weiterzuentwickeln.

Die Entwicklung der unterschiedlichen Kompetenzen wird in den einzelnen Lernfeldern des vorliegenden Lehrplans auf der Basis von Operatoren und den damit verbundenen Anforderungsbereichen beschrieben. Die genannten Kompetenzen gehen auf die Ausführungen des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) in den einzelnen Niveaustufen zurück.

Um der Entwicklung der beruflichen Handlungskompetenz als einem zentralen Anliegen der beruflichen Bildung gerecht zu werden, wird der Lehrplanstrukturierung das Modell der vollständigen Handlung in seinen Phasen Informieren, Planen, Entscheiden, Ausführen, Kontrollieren und Bewerten/Reflektieren zugrunde gelegt.

Mit diesem Handlungsmodell erfolgt eine Zuordnung von zu entwickelnden Kompetenzen und Inhalten. Der Thüringer Lehrplan beschreibt die einzelnen Lernfelder ausgehend von den Zielvorgaben und Kompetenzbeschreibungen des KMK-Rahmenlehrplans und bezieht die Ausbildungsverordnung des jeweiligen Berufs ein. Alle Lernfelder haben somit ihre Basis in beruflichen Handlungsfeldern und können diesen zugeordnet werden. Lernfelder selbst konkretisieren das Lernen in beruflichen Handlungen. Das bedeutet, die vorliegenden Lernfeldbeschreibungen stellen die berufliche Handlung selbst und die damit verbundenen Kompetenzen und Inhalte in das Zentrum. Einem Handlungsfeld können mehrere Lernfelder zugeordnet werden, welche sich an den berufsspezifischen Handlungsabläufen des jeweiligen Ausbildungsberufs orientieren.

Dabei werden die einzelnen Lernfelder in verschiedene Themenbereiche gegliedert, die einer Ausdifferenzierung nach zu entwickelnden Kompetenzen und Lerninhalten folgen. Diese wiederum sind inhaltlich auf der Basis der vollständigen Handlung strukturiert.

¹ Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der KMK für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule..., KMK 2018, S. 15 – 16

Lernfelder setzen sich aus der Abfolge einzelner Lernsituationen, welche handlungsorientiert die verschiedenen Inhalte und die zu entwickelnden Kompetenzen abbilden, zusammen. Im vorliegenden Lehrplan wird auf eine Beschreibung einzelner Lernsituationen verzichtet, da eine Lernsituation aktuelle realitätsbezogene Aufgaben und Problemstellungen eines entsprechenden Ausbildungsberufs beschreibt. Lernsituationen müssen exemplarischen Charakter haben, damit sie den Auszubildenden Strategien vermitteln, die ihnen dabei helfen, zukünftige Berufssituationen zu bewältigen. Diese sind in den Schulen unter Berücksichtigung vorhandener oder neu zu entwickelnder Beispiele und Lernträger, zum Beispiel aus der betrieblichen Praxis, in einer didaktischen Jahresplanung zu verankern. Lernsituationen sind dabei als komplexe Lehr- und Lernarrangements zu verstehen. Diese schließen Erarbeitungs-, Anwendungs-, Übungs- und Vertiefungsphasen sowie die Erfolgskontrolle ein.

Die Kompetenzentwicklung der Auszubildenden in den einzelnen Ausbildungsberufen wird durch die Reihenfolge der Lernfelder und der darin festgelegten Abfolge der Lernsituationen und die Lernsituation selbst bestimmt. Innerhalb eines Lernfeldes sollten verschiedene Lernsituationen zur Anwendung kommen.

Lernsituationen sollten nach ihrer Verwendung einer Evaluation unterzogen werden. Damit soll die Eignung der Problemstellungen und Arbeitsaufträge überprüft werden. Ebenso ist der angestrebte Kompetenzzuwachs mit der tatsächlichen Realisierung zu vergleichen und ggf. zu optimieren. Diese Qualitätsprüfung von Lernsituationen stellt eine Basis von Qualitätssicherung in der Unterrichtsgestaltung beruflicher Schulen dar.

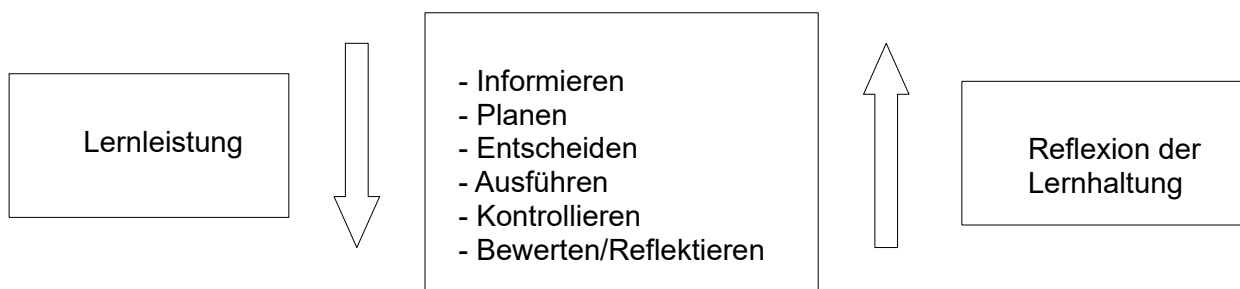
Eine enge Vernetzung der Partner der Berufsausbildung (Lernortkooperation zwischen Berufsschule, Ausbildungsbetrieb und überbetrieblicher Ausbildungseinrichtung) ist zwingend erforderlich, um der Kompetenzentwicklung in vollem Umfang Rechnung zu tragen.

Handlungsschema nach Phasen der vollständigen Handlung

Lernsituationen stellen curriculare Einheiten der Lernfelder dar und leiten typische berufliche Aufgabenstellungen ab. Ganzheitliche Problemstellungen, welche in einer engen Verbindung mit berufstypischen Handlungssituationen stehen, orientieren sich an beruflichen Handlungskompetenzen. Diese Orientierung soll den Zusammenhang zwischen betrieblichem und schulischem Lernen sicherstellen.

Handeln, insbesondere eigenverantwortliches Handeln, kann als produktives, kommunikatives oder exploratives Handeln stattfinden. Die Umsetzung unterrichtlicher Handlungsorientierung ist über vollständige Handlungsstrukturen möglich.

Die Struktur der einzelnen Lernsituationen ist somit durch die Abfolge der Handlungsphasen einer vollständigen Handlung bestimmt.



Die Kompetenzbeschreibungen in Kapitel 5 dieses Lehrplans wurden entsprechend dieser Struktur formuliert.

Wichtig für einen handlungsorientierten Unterricht sind die Reflexionen innerhalb einer Lernsituation und der Rückblick auf vergangene Lernsituationen. Für die Auszubildenden wird so eine hohe Transparenz des Unterrichtsgeschehens geschaffen. Damit entwickelt sich kontinuierlich eine Erfahrungskurve, die den Aufbau beruflicher Handlungskompetenz unterstützt. Im Vordergrund steht dabei der Prozess der Problemlösung. Die Auszubildenden sollen befähigt werden, die erworbenen Kompetenzen auf neue Situationen zu übertragen und so selbstständig Lösungen zu finden.

Personenbezeichnungen gelten für alle Geschlechter.

2 Berufsbezogene Vorbemerkungen

Der vorliegende Thüringer Lehrplan lehnt sich an den KMK-Rahmenlehrplan für die Ausbildung im Beruf Kaufmann im E-Commerce (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 24.11.2017) an. Der Thüringer Lehrplan ist eine Präzisierung der im KMK-Rahmenlehrplan formulierten Kompetenzen.

In Ergänzung des Berufsbildes (Bundesinstitut für Berufsbildung unter <http://www.bibb.de>) sind folgende Aspekte im Rahmen des Berufsschulunterrichts bedeutsam.

Die Lernfelder orientieren sich an betrieblichen Handlungsfeldern. Sie sind methodisch-didaktisch so umzusetzen, dass sie zu beruflichen Handlungskompetenzen führen. Die Kompetenzen beschreiben den Qualifikationsstand am Ende des Lernprozesses und stellen den höchstmöglich zu erreichenden Umfang dar. Dabei sind die individuellen Voraussetzungen der Schüler zu berücksichtigen und gegebenenfalls eine Anpassung der Anforderungen erforderlich.

Praxis- und berufsbezogene Lernsituationen nehmen eine zentrale Stellung in der Unterrichtsgestaltung ein. Die Schüler erwerben durch die Bearbeitung dieser Lernsituationen nicht nur Fachkompetenz sondern auch Sozial-, Kommunikations-, Handlungs- und Selbstkompetenz.

Selbstständigkeit und die Entwicklung von Einstellungen und Motivationen sowie Teamfähigkeit sind grundlegende Voraussetzungen für das Selbstvertrauen und die Kreativität der Schüler und werden demzufolge im Unterrichtskonzept berücksichtigt. Strukturiertes Üben sowie der gezielte Einsatz von Lern- und Arbeitsstrategien wirken dabei förderlich auf das Erfolgsergebnis.

Um Überschneidungen bei Lerninhalten zu vermeiden und vertiefende Übungen auszulagern, empfiehlt sich eine enge Absprache zwischen den unterrichtenden Fachlehrern. Die Hinweise dazu befinden sich bei den jeweiligen Lernfeldern. Eine konstruktive Lehrerkommunikation an den Berufsschulen und konkrete didaktische Jahresplanungen für die einzelnen Ausbildungsjahre unterstützen die Umsetzung des Lehrplans.

Um Grundlagen der EDV mit den Inhalten der Lernfelder zu verknüpfen, empfiehlt sich die Einrichtung eines Wahlpflichtfaches.

Das Lernfeld 13 – In einer Fremdsprache kommunizieren – wurde ergänzend zum Rahmenlehrplan in den Thüringer Lehrplan aufgenommen. Dieses Lernfeld begleitet den fachspezifischen Unterricht in einer Fremdsprache in allen drei Ausbildungsjahren mit je 40 Unterrichtsstunden. Die Struktur von Lernfeld 13 weicht von der Struktur der anderen Lernfelder ab, weil sie sich am Gemeinsamen europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GeR) ausrichtet.

3 Mitarbeiter der Lehrplangruppe

Name	Schule
Gildner, Anett	Karl-Volkmar-Stoy-Schule Jena, Staatliches Berufsschulzentrum Wirtschaft und Verwaltung
Pließ, Anja	Sebastian-Lucius-Schule Erfurt, Staatliche Berufsbildende Schule 1
Weise, Christina	Karl-Volkmar-Stoy-Schule Jena, Staatliches Berufsschulzentrum Wirtschaft und Verwaltung
Wolf, Bärbel	Sebastian-Lucius-Schule Erfurt, Staatliche Berufsbildende Schule 1

4 Stundentafel

Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf				
Lernfelder		Zeitrichtwerte in Unterrichtsstunden		
Nr.		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten	80		
2	Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen	80		
3	Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten	120		
4	Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen	40		
5	Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten		60	
6	Servicekommunikation kundenorientiert gestalten		80	
7	Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten		120	
8	Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern		60	
9	Online-Vertriebskanäle auswählen			100
10	Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren			80
11	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen			40
12	Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten			60
13	In einer Fremdsprache kommunizieren	40	40	40
Summe: insgesamt 1040 Stunden		360	360	320

Im fachtheoretischen Unterricht sind in jedem Ausbildungsjahr laut Thüringer Schulordnung für die Berufsschule (ThürBSO) zusätzlich zu den o. g. Lernfeldern 40 Stunden für das Lernfeld 13 zu planen. Im ersten und zweiten Ausbildungsjahr sind diese Stunden aus dem Wahlpflichtbereich zu entnehmen.

5 Lernfelder

5.1 Lernfeld 1 – Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten

1. Ausbildungsjahr	Zeitrictwert 80 Stunden
---------------------------	------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, ihr Unternehmen adressatengerecht zu präsentieren und die eigene Rolle im Betrieb selbstverantwortlich wahrzunehmen und mitzugestalten.

Hinweis:

Einige Inhalte dieses Lernfeldes können auch in das Fach Sozialkunde ausgelagert werden, z. B. Berufsausbildungsvertrag, Tarifrecht.

5.1.1. Rechte und Pflichten eines Auszubildenden im E-Commerce

(ca. 20 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– seine Stellung als Auszubildender analysieren.	– duales System – Beruf Kaufmann im E-Commerce – Inhalte des Berufsausbildungsvertrages
– Rechte und Pflichten von Auszubildenden/Arbeitnehmern benennen.	– Rechte und Pflichten der Vertragspartner während der Berufsausbildung bzw. im Arbeitsverhältnis
– Rechtsvorschriften im Bereich der Berufsausbildung anwenden.	– rechtliche Rahmenbedingungen (EcomKfIAusbV, Ausbildungsrahmenplan) – wichtige rechtliche Regelungen <ul style="list-style-type: none"> • zur Berufsausbildung (BBiG), • zum Jugendarbeitsschutz (JarbSchG), • zur betrieblichen Mitbestimmung (Betriebsrat, Jugend- und Auszubildendenvertretung)
– Chancen der beruflichen Weiterbildung abwägen und erläutern.	– Möglichkeiten beruflicher Weiterbildung/lebenslanges Lernen

5.1.2. Präsentation des eigenen Unternehmens

Hinweis:

Die Unternehmenspräsentation soll unter Einsatz geeigneter Medien erfolgen. Sie kann im fächerübergreifenden Unterricht (gegebenenfalls auch in einer Fremdsprache) umgesetzt werden.

(ca. 14 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – sich in seinem Ausbildungsunternehmen orientieren. – betriebliche Regelungen beachten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kennenlernen <ul style="list-style-type: none"> • allgemeiner Regeln im Betrieb, • des Warensortiments, • typischer Unternehmensinformationen, • des Arbeitsplatzes, • Regelungen zu Datenschutz und Datensicherheit
<ul style="list-style-type: none"> – den eigenen Ausbildungsbetrieb analysieren und adressatengerecht vorstellen. – Aufgabenfelder des Ausbildungsunternehmens benennen. – die allgemeine Marktstruktur im E-Commerce analysieren. – den Markt als Koordinator von Angebot und Nachfrage verstehen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Unternehmensleitbild – allgemeine Ziele von Unternehmen – betriebstypisches Sortiment
<ul style="list-style-type: none"> – Ziele des eigenen Betriebes und Beispiele für Zielkonflikte nennen und beschreiben. – das Zustandekommen von Zielkonflikten reflektieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Zielkategorien nach verschiedenen Kriterien <ul style="list-style-type: none"> • ökonomische Ziele, • ökologische Ziele, • sachliche Ziele, • soziale Ziele – Beispiele für Zielkonflikte
<ul style="list-style-type: none"> – die Vertriebskanäle des Ausbildungsunternehmens nennen und definieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – allgemeiner Überblick über Vertriebskanäle <ul style="list-style-type: none"> • direkt, • indirekt, • online, • offline
<ul style="list-style-type: none"> – die gewonnenen Informationen angemessen mit Hilfe des Internets und moderner Medien präsentieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Präsentation des Ausbildungsunternehmens

5.1.3. Unternehmensspezifische Maßnahmen zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter

Hinweis:

Hier sollen verstärkt die Erfahrungen der Schüler einfließen. Das Anwenden der Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften sollte v. a. am Lernort Betrieb stattfinden.

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – berufsbezogene Lern- und Arbeitstechniken zur Erhaltung seiner Gesundheit und Leistungsfähigkeit benennen und anwenden. – Einflussfaktoren auf die Mitarbeitergesundheit und -leistungsfähigkeit analysieren und erklären. 	<ul style="list-style-type: none"> – selbstgesteuertes Lernen – Leistungsfähigkeit – Leistungsschwankungen – Leistungsbereitschaft, u. a. <ul style="list-style-type: none"> • Personalförderung, • Fortbildungsmaßnahmen – Arbeitsplatzgestaltung – Arbeitszeit – Betriebsklima
<ul style="list-style-type: none"> – berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden. 	<ul style="list-style-type: none"> – mögliche Maßnahmen des Arbeitgebers zur Gesundheitserhaltung, u. a. <ul style="list-style-type: none"> • Unfallverhütungsmaßnahmen, • Verhalten bei Unfällen, • Brandschutzvorschriften

5.1.4. Entgeltabrechnung

Hinweis:

Berechnungsbeispiele können auch EDV-unterstützt vorgenommen werden.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die Einhaltung von tarifrechtlichen Regelungen überprüfen. – sich über den Aufbau einer Entgeltabrechnung und aktuelle Abzüge informieren. – eine Abrechnung vom Brutto zum Netto durchführen. – Personalaufwendungen des Arbeitgebers aufzeigen. – sich über geltendes Tarifrecht informieren. – geeignete Software für Berechnungen nutzen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Bedeutung und Inhalte von Tarifverträgen – Vergütung/Entgeltabrechnung (Abzüge) – steuerliche Abzüge <ul style="list-style-type: none"> • Lohnsteuer, • Kirchensteuer, • Solidaritätszuschlag • sonstige rechtliche Vorgaben <ul style="list-style-type: none"> · Einkommensteuergesetz, · LSt-Klassen, · Kinderfreibeträge u. a.

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die eigene Entgeltabrechnung rechnerisch überprüfen. 	<ul style="list-style-type: none"> – aktuelle Sozialversicherungsbeiträge <ul style="list-style-type: none"> • Krankenversicherung, • Pflegeversicherung, • Rentenversicherung, • Arbeitslosenversicherung – Beitragsbemessungsgrenze, Versicherungspflichtgrenze – Entwicklung eines Schemas zur Berechnung in einer Software – Durchführung einer Modellberechnung

5.1.5. Rechtsformen von Unternehmen

Hinweis:

Hier sollte verstärkt am Gesetz gearbeitet werden. Es sollte eine selbstständige Internetrecherche zu den Rechtsformen stattfinden.

(ca. 18 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die Voraussetzungen zur Gründung eines Unternehmens beschreiben. – den Kaufmann vom Nicht-Kaufmann unterscheiden. – sich Informationen zu verschiedenen Rechtsformen beschaffen und gesetzliche Grundlagen zuordnen. – den Unterschied zwischen wesentlichen privatrechtlichen Rechtsformen erläutern. – Regelungen zur Vertretung, Gewinnverteilung, Verlustverteilung und Geschäftsführung erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> – Gründungsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> • persönlich, • sachlich, • rechtlich – Begriffe Firma, Unternehmen und Betrieb – Kaufmannseigenschaften, Handelsregister – Gesamtüberblick über wesentliche privatrechtliche Unternehmensformen <ul style="list-style-type: none"> • Einzelunternehmen, • Personen- und • Kapitalgesellschaften – Gewinn-/Verlustverteilung, Haftung, Geschäftsführung und Vertretung für die Rechtsformen <ul style="list-style-type: none"> • Einzelunternehmen, • Kommanditgesellschaft (KG), • Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) – Handlungsvollmacht und Prokura

5.1.6. Organisatorischer Aufbau von Unternehmen

(ca. 14 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– grundlegende Begriffe im Bereich der Aufbauorganisation definieren.	<ul style="list-style-type: none">– Aufgaben und Ziele betrieblicher Organisationen– Abteilung, Stelle, Instanz, Stabstelle, Weisungssystem
<ul style="list-style-type: none">– verschiedene Ausprägungen der Aufbauorganisation von Unternehmen unterscheiden.– beschreiben, wovon der organisatorische Aufbau eines Unternehmens abhängig ist.– die Aufbauorganisation des eigenen Unternehmens darstellen.– die Ablauforganisation eines Unternehmens von der Aufbauorganisation abgrenzen.	<ul style="list-style-type: none">– Formen der Aufbauorganisation<ul style="list-style-type: none">• Einliniensystem,• Stabliniensystem,• Mehrliniensystem,• Matrixorganisation,• Projektorganisation– Vor- und Nachteile dieser Organisationsformen

5.2 Lernfeld 2 – Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen

1. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 80 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Online-Sortimente anzupassen, Waren und Dienstleistungen einzustellen und Daten für die Beschaffung bereitzustellen.

5.2.1. Aufbau eines Sortiments im Online-Handel

(ca. 16 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– das vorhandene Sortiment hinsichtlich der Nachfrage, der Konkurrenzangebote und voraussichtlichen Entwicklung analysieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Sortimentspolitik – Sortimentsbreite und -tiefe – Kern- und Randsortiment, NOS-Ware – Massen- und Nischenprodukte – Kundendienstleistungen (waren- und nichtwarenbezogen)
– Veränderungsbedarf unter Berücksichtigung der Marktstrategien identifizieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Möglichkeiten der Sortimentsveränderung <ul style="list-style-type: none"> • Produktelimination, • Produktdifferenzierung, • Diversifikation, • Produktvariation – Marktstrategien <ul style="list-style-type: none"> • Marktdurchdringung, • Marktentwicklung, • Produktmodifikation, • Strategie der Innovation
– Onlinemarketingmaßnahmen mit Auswirkungen auf die Sortimentspolitik zuordnen.	<ul style="list-style-type: none"> – Markenbildung – Performancemessung – Targeting

5.2.2. Layout der Internetseiten eines Webshops

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Struktur und das Layout eines Webshops beschreiben.	– Aufbau der Website <ul style="list-style-type: none"> • Header, • Body, • Footer – Elemente und Aufbau des Headers, des Bodys und des Footers
– die Bedeutung der Barrierefreiheit des Seitenlayout identifizieren.	– Behindertengleichstellungsgesetz – Kriterien für einen barrierefreien Webshop – „Design für alle“ – responsives Webdesign

5.2.3. Seiten des Webshops zur Darstellung des Sortiments

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Unterschiede von Startseite, Produktkategorie-seite und Landingpage beschreiben.	– Bedeutung der Startseite – Inhalt der Startseite <ul style="list-style-type: none"> • Slider, • Teaser, • Navigation, • Suchfunktion, • Vertrauenssiegel – Aufbau der Produktkategorie-seite <ul style="list-style-type: none"> • Kategorien, • Hilfsmittel zur Auswahl, • Paginierung – Aufgaben und Elemente der Landingpage
– die Bedeutung des Impressums erklären.	– Anbieterkennzeichnungspflicht – Bestandteile des Impressums – Anforderungen an das Impressum – rechtliche Folgen bei Verstößen

5.2.4. Vorbereitung einer verkaufsfördernden und rechtssicheren Produktpräsentation im Online-Vertriebskanal

Hinweis:

Lerninhalte werden auch anhand diverser Beispiele in Lernfeld 6, Lernfeld 13 und im Fach Deutsch behandelt.

(ca. 20 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– wichtige gesetzliche Regelungen in Verbindung mit der Haftung für die Inhalte der Website analysieren.	– Disclaimer und seine Bedeutung – Urheberrecht im Internet <ul style="list-style-type: none"> • wichtigste Rechte, • rechtliche Folgen bei Urheberrechtsverletzungen
– die Quellen für die Beschaffung guter Warenkenntnisse identifizieren.	– Produktinformationen der Hersteller – Messen und Ausstellungen – Fachliteratur – Konkurrenzbeobachtungen – Kundenfeedback – Verbraucherverbände – Foren im Internet
– Anforderungskriterien an eine Produktpräsentation beschreiben und deren Bedeutung für einen erfolgreichen Verkaufsabschluss begründen.	– Bedeutung der Warenkenntnisse – Sortimentswissen – Produktmerkmale
– eine erfolgreiche Produktbeschreibung auf der Produktdetailseite gestalten.	– Schlüsselbegriffe in Produktbeschreibungen und deren Bedeutung (Keyword-Analyse) – Bestandteile einer Produktbeschreibung – Bulleted Points – Textgestaltung <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsförderer, • Kommunikationsstörer – Regeln für gute Texte
– Auswahlmöglichkeiten für Artikel auf der Produktdetailseite analysieren.	– Auswahlmöglichkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Filter, • Sortierung, • weitere Auswahlhilfen – Produktvergleiche – Hinweise auf andere Artikel (Cross-Selling) – Buy-Box – Auswahl des Artikels (Warenkorb)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bedeutung der Visualisierung auf der Produktdetailseite vergegenwärtigen.	– Produktfotos – Produktvideos – Quellen/Urheberrecht
– den Sinn der Einbeziehung des Kunden auf der Produktdetailseite erklären.	– produktbezogener Kundenkontakt <ul style="list-style-type: none"> • Mail, • Chat, • Telefon – Produktbewertungen – FAQs

5.2.5. Preisgestaltung und -darstellung im Webshop

Hinweis:

Inhalte und Berechnungsbeispiele (Kalkulationsschema) sollten EDV-gestützt unterrichtet und im Lernfeld 8 wiederholt werden.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Strategien der Preisgestaltung analysieren.	– kosten-, konkurrenz- und nachfrageorientierte Preisfindung – Preisempfehlung des Herstellers – Effekte der Preiswahrnehmung bei Kunden – dynamische Preisfestlegung – Preisdifferenzierung – Sonderangebote – Rabatte – Konditionenpolitik
– die rechtlichen Regelungen für die Preisgestaltung anwenden.	– Preisangabenverordnung – Konsequenzen der Preisangabenverordnung für Webshops – Darstellung der Verkaufspreise im Webshop

5.2.6. Gesetzliche Regelungen des Wettbewerbs

(ca. 2 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) analysieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Generalklausel des UWG – schwarze Liste des UWG – unlautere geschäftliche Handlungen – vergleichende Werbung
– markenrechtliche Einflüsse auf Webshops identifizieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Markenpolitik (Herstellermarken, Handelsmarken) – Markenbestandteile – Markenrecht für Webshops – Vermeidung von Markenrechtsverletzungen

5.2.7. Beschaffungsplanung, Bestellung und Warenannahme

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– den Bedarf an Waren ermitteln.	<ul style="list-style-type: none"> – Sortiments- und Produktprogrammplanung – Mengenplanung (Ermittlung der optimalen Bestellmenge, Limitrechnung) – Zeitplanung – Bezugsquellenermittlung (ABC-Analyse, Auswahl von Lieferanten)
– zwischen Anfrage und Angebot unterscheiden.	<ul style="list-style-type: none"> – Inhalt und Aufbau Anfrage – Form und Inhalt des Angebots – Bindungsfristen – quantitativer und qualitativer Angebotsvergleich
– eine Bestellung charakterisieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Basis einer Bestellung – Bestellannahme – Online-Bestellungen – Bestellstruktur <ul style="list-style-type: none"> • Einpöster, • Mehrpöster, • Sendungsteilung, • gemischter Warenkorb

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Verfahrensweise beim Wareneingang erläutern.	– Kontrolle gegenüber dem Frachtführer – Kontrolle gegenüber dem Lieferer – Warenwirtschaftssysteme im Wareneingang
– Störfaktoren im Bestellprozess identifizieren und beheben.	– Schnittstellen und Datenfluss – Störfaktoren

5.2.8. Arten und Aufgaben des Lagers

(ca. 6 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Lagerarten und deren Aufgaben unterscheiden.	– Lagerhaltung und deren Aufgaben – Unterteilung der Lagerarten – Sonderlager durch gesetzliche Bestimmungen
– die Anforderungen an ein Lager benennen.	– Warenannahme und Eingangskontrolle – physische Lagerführung – Kommissionierung – Warenpflege – Warenmanipulation – Lagergrundsätze
– den optimalen Lagerbestand ermitteln.	– Kosten für <ul style="list-style-type: none"> • Lagerbestände, • Lagerausstattung, • Lagerverwaltung – Risiken der Lagerhaltung
– die Bedeutung der Bestandskontrolle im Lager identifizieren.	– Bestandskontrolle – Mindest-, Melde- und Höchstbestand – Bestellzeitpunkt
– die wichtigsten Lagerkennziffern erläutern.	– durchschnittlicher Lagerbestand – Lagerumschlaghäufigkeit – durchschnittliche Lagerdauer – Bedeutung der Lagerkennziffern

5.2.9. Dropshipping

(ca. 1 Stunde)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Vor- und Nachteile des Dropshippings im Vergleich zur Lagerhaltung abwägen.	– Funktionsweise – Vorteile – Risiken

5.3 Lernfeld 3 – Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten

1. Ausbildungsjahr	Zeitrictwert 120 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Verträge rechtssicher, kundenorientiert und unter Berücksichtigung unternehmerischer Zielsetzungen anzubahnen sowie Auftragsdaten für nachgelagerte Prozesse bereitzustellen.

5.3.1. Verkaufsprozess im Online-Vertrieb

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – E-Commerce-Formen unterscheiden. – Merkmale und Arten von Online-Vertriebskanälen benennen und analysieren. – den Webshop im Hinblick auf Verkaufsförderung und Benutzerfreundlichkeit überprüfen. 	<ul style="list-style-type: none"> – B2B, B2C, C2C, C2A, ... – direkter bzw. indirekter Vertrieb – Webshop, Verkaufsplattformen, Auktionsplattformen, Verkauf über Sub-Shops, E-Mail-Marketing – Multi-, Cross-, Omni-Channel – Absprungrate

5.3.2. Rechtssichere Verträge im Online-Vertrieb

Hinweis:

Fallsituationen sollen mit Hilfe des BGB gelöst werden.

(ca. 40 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – rechtliche Grundlagen erklären. – Voraussetzungen zum Zustandekommen von Rechtsgeschäften benennen. – Arten von Rechtsgeschäften unterscheiden. – die Wirksamkeit von Rechtsgeschäften erkennen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Rechts- und Geschäftsfähigkeit – natürliche und juristische Personen – Willenserklärungen – einseitige und mehrseitige Rechtsgeschäfte – Nichtigkeit und Anfechtbarkeit
<ul style="list-style-type: none"> – Vertragsarten unterscheiden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kauf-, Werk-, Werklieferungs-, Dienst-, Pacht-, Miet-, Leih-, Schenkungs-, Darlehensvertrag

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – rechtswirksam Kaufverträge abschließen. – die Verfügbarkeit, Liefermöglichkeit und die Termineinhaltung überprüfen. – Kunden über das Zustandekommen des Vertrages informieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Anfrage, Angebot, Bestellung, Auftragsbestätigung – Annahmeerklärung (Bestätigung per E-Mail, SMS, App, Telefon, face to face, Brief) – Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft
<ul style="list-style-type: none"> – den Besitz vom Eigentum abgrenzen und Möglichkeiten des Eigentumserwerbs und -vorbehaltes beschreiben. 	<ul style="list-style-type: none"> – Besitz, Eigentum, Eigentumsübertragung, Eigentumsvorbehalt,

5.3.3. Vertragsgestaltung im Online-Vertrieb

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – rechtliche Vertragsbestandteile im E-Commerce erklären. – dem Kunden Vertragskonditionen erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> – AGB – Informationspflichten zu Verträgen, Widerrufsbelehrung – Checkout-Prozess

5.3.4. Angebot von Finanzierungsmöglichkeiten und Möglichkeiten der Reduzierung von Zahlungsausfällen

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – Maßnahmen zur Verhinderung von Zahlungsausfällen einsetzen. – kundenbezogen verschiedene Finanzierungsprodukte anbieten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Risikomanagement <ul style="list-style-type: none"> • Bonitätsprüfung, • Plausibilitätsprüfung bei der Kreditkarte, • Identitätsmanagement, • Kaufhistorie – Rechnungskauf, Ratenkauf, Ratenkredit, Lieferantenkredit

5.3.5. Auswahl und Einsatz von Bezahlssystemen

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– die verschiedenen Zahlungsarten unterscheiden und nach kaufmännischen Kriterien (u. a. Kosten, Sicherheit) auswählen.– die rechtlichen Anforderungen an die jeweilige Zahlungsart benennen.– zu jeder Zahlungsart den Ablauf beschreiben, die Beteiligten benennen sowie Vor- und Nachteile analysieren.	<ul style="list-style-type: none">– Überblick über Bezahlverfahren:<ul style="list-style-type: none">• Barzahlung• halbbare Zahlung• bargeldlose Zahlung, z. B.<ul style="list-style-type: none">· Lastschrift,· Überweisung,· Giro- und Kreditkarte,· Online-Bezahlssysteme– Vor- und Nachteile aus Sicht des Kunden und des Unternehmens

5.3.6. Gestaltung nachgelagerter logistischer Prozesse

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– Wege der Übermittlung und Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen aufzeigen und adressatenbezogen auswählen.	<ul style="list-style-type: none">– Post, Kurier-, Express- und Paketdienstleister, Speditionen, Abholung– Download und Streaming

5.3.7. Bereitstellung von Dokumenten zur Vertragsabwicklung und für nachgelagerte Prozesse

Hinweis:

Das DIN-gerechte Gestalten der Dokumente kann im Fach Deutsch und EDV-gestützt erfolgen.

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– Dokumente zur Vertragsabwicklung und nachgelagerter Prozesse identifizieren und DIN-gerecht gestalten.	<ul style="list-style-type: none">– Bestell- und Auftragsbestätigung– Lieferschein– Rechnung– Widerrufsdokument– Retourenschein

5.3.8. Beurteilung des Verkaufsprozesses unter Berücksichtigung von Datenschutz und Datensicherheit

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– die Bedeutung und die Aufgaben des Datenschutz aufzeigen.– die Rechte der Betroffenen und Pflichten des Datenverarbeitenden unterscheiden.– die gewonnenen Kundendaten zieladäquat auswerten.– die Vorschriften der Datensicherung auf die im Verkaufsprozess gewonnenen Kundendaten anwenden.	<ul style="list-style-type: none">– Datenschutz<ul style="list-style-type: none">• DSGVO,• BDSG– Arten und Verfahren der Datensicherung– Identitätsmanagement– Umgang mit personenbezogenen Daten– Einholen von Einverständniserklärungen des Kunden zur Weiterverwendung der Daten im Unternehmen

5.4 Lernfeld 4 – Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen

1. Ausbildungsjahr	Zeitrictwert 40 Stunden
---------------------------	------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Wertströme aus Geschäftsprozessen zu erfassen, auszuwerten und den Erfolg des Unternehmens zu beurteilen.

5.4.1. Beleggestützte Analyse von verschiedenen Wertströmen im Unternehmen

(ca. 3 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Wertströme erläutern.	– Wertströme
– zwischen Geld- und Güterströmen im Unternehmen unterscheiden und diese den Geschäftsprozessen zuordnen.	– Waren-, Informations-, Dienstleistungs- und Geldflüsse – Geschäftsfall
– die verschiedenen Belegarten benennen und die Belege den im Geschäftsprozess entstehenden Wertströmen zuordnen.	– Notwendigkeit von Belegen (gemäß HGB) – Funktionen von Belegen – Eigen-, Fremd- und Ersatzbelege

5.4.2. Rechtliche Vorgaben des externen Rechnungswesens

(ca. 3 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Teilbereiche des Rechnungswesens benennen.	– Teilbereiche Rechnungswesen <ul style="list-style-type: none"> • Finanzbuchhaltung, • Kosten- und Leistungsrechnung, • Statistik, • Vergleichsrechnung, • Planungsrechnung
– die Funktionen der Finanzbuchhaltung reflektieren.	– Dokumentations- und Informationsfunktion
– die gesetzlichen Bestimmungen für die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung (GoB) benennen und anwenden.	– Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung – gesetzliche Grundlagen in <ul style="list-style-type: none"> • HGB, AO, • StGB, • EStG, UStG
– die Adressaten der Buchführung benennen.	– interne und externe Adressaten der Finanzbuchhaltung

5.4.3. Erfassung von Geschäftsfällen und deren Auswirkungen auf die Bilanz

Hinweis:

Das belegorientierte Arbeiten knüpft an Kapitel 5.4.1 an.

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– erläutern, was eine Inventur beinhaltet und welche Arten der Inventur es gibt.	– Inventur <ul style="list-style-type: none"> • Stichtagsinventur, • zeitlich verlegte Inventur, • permanente Inventur
– den Aufbau eines Inventars wiedergeben und das Reinvermögen ermitteln.	– Inventar <ul style="list-style-type: none"> – inhaltlicher Aufbau mit <ul style="list-style-type: none"> • Vermögen, • Schulden, • Eigenkapital
– eine Bilanz erstellen und deren Aufbau analysieren.	– Aufbau der Bilanz <ul style="list-style-type: none"> • Aktiva, • Passiva, • Bilanzsumme <ul style="list-style-type: none"> – Gliederung der Bilanz in <ul style="list-style-type: none"> • Anlage- und Umlaufvermögen, • Eigen- und Fremdkapital
– die Veränderungen der Bilanz aufgrund verschiedener Geschäftsfälle erkennen und benennen.	– Aktivtausch <ul style="list-style-type: none"> – Passivtausch – Aktiv-Passiv-Mehrung – Aktiv-Passiv-Minderung
– aktive und passive Bestandskonten unterscheiden und führen.	– aktives und passives Bestandskonto <ul style="list-style-type: none"> • eröffnen, • führen, • abschließen <ul style="list-style-type: none"> – Eröffnungs- und Schlussbilanz – EBK und SBK
– einfache und zusammengesetzte Buchungssätze bilden.	– einfacher Buchungssatz <ul style="list-style-type: none"> – zusammengesetzter Buchungssatz
– Geschäftsfälle im Grund- und Hauptbuch aufgrund von Belegen erfassen.	– Grund- und Hauptbuch <ul style="list-style-type: none"> – Schritte der Belegbearbeitung – Kontenrahmen und Kontenplan

5.4.4. Erfolgsermittlung durch Gewinn- und Verlustrechnung

Hinweis:

Die Privatbuchungen sollen kurz angesprochen werden, da sie Bestandteil im Lernfeld 8 sind. Das Thema Abschreibungen wird im Lernfeld 8 behandelt.

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – zwischen erfolgsneutralen und erfolgswirksamen Geschäftsfällen unterscheiden. – erfolgswirksame Geschäftsfälle buchhalterisch erfassen. – den Gewinn mithilfe des Gewinn- und Verlustkontos (GuV-Konto) ermitteln. 	<ul style="list-style-type: none"> – Erfolgskonten <ul style="list-style-type: none"> • Aufwands- und Ertragskonten • Gewinn- und Verlustkonto (GuV-Konto) – Gewinn, Verlust
<ul style="list-style-type: none"> – das aufwandsrechnerische Verfahren für die Warenbestände anwenden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Konten: Waren, Aufwendungen für Waren und Umsatzerlöse – Wareneinsatz – Bestandsminderungen und Bestandsmehrungen am Jahresende
<ul style="list-style-type: none"> – die Bedeutung von Privatbuchungen benennen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Privatentnahmen – Privateinlagen – Entnahme von Waren, Gegenständen und sonstigen Leistungen

5.4.5. Umsatzsteuer im Ein- und Verkauf

(ca. 6 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die Systematik der Umsatzsteuer in Deutschland erklären. 	<ul style="list-style-type: none"> – steuerbare Umsätze – steuerfreie Umsätze
<ul style="list-style-type: none"> – Geschäftsfälle unter Einbeziehung der Umsatzsteuer buchen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Konten: Vorsteuer und Umsatzsteuer
<ul style="list-style-type: none"> – die Umsatzsteuerzahllast/den Vorsteuerüberhang ermitteln und verbuchen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ermittlung Umsatzsteuerzahllast/ Vorsteuerüberhang – Verbuchung im Geschäftsjahr – Aktivierung bzw. Passivierung am Ende des Geschäftsjahres

5.4.6. Kennzahlenanalyse im Unternehmen

Hinweis:

Der Schüler erhält einen ersten Überblick über wichtige Kennzahlen, welche später in den Lernfeldern 8 und 10 ausführlich behandelt werden.

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– die Kennzahlen zur Analyse der Unternehmenssituation benennen.– aus den Kennzahlen Handlungsempfehlungen für das Unternehmen ableiten.	<ul style="list-style-type: none">– Absatz– Umsatz– Rohertrag– Reingewinn– Wirtschaftlichkeit– Eigenkapitalrentabilität– Umsatzrentabilität– Liquidität 1. und 2. Grades

5.5 Lernfeld 5 – Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten

2. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 60 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Retouren und Stornierungen sowie auftretende Leistungsstörungen unternehmens- und kundenorientiert zu bearbeiten.

5.5.1. Darstellen von ausgewählten Geschäftsprozessen

Hinweis:

Die Darstellung kann am Beispiel des Rückabwicklungsprozesses, von Kundenanfragen oder Bestellabwicklungen erfolgen.

(ca. 20 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – den Begriff Geschäftsprozess definieren und Merkmale benennen. – die Arten von Geschäftsprozessen unterscheiden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kern-, Unterstützungs- und Managementprozesse
<ul style="list-style-type: none"> – die Ziele von Geschäftsprozessen erklären und Zielbeziehungen aufzeigen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Durchlaufzeiten – Fehlerquote – Prozesskosten – Produktivität
<ul style="list-style-type: none"> – strukturiert, übersichtlich und grafisch Geschäftsprozesse darstellen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Geschäftsprozessmodellierung, z. B. <ul style="list-style-type: none"> • EPK, • Flussdiagramm, • Wertschöpfungskettendiagramm – Einsatz von geeigneter Software
<ul style="list-style-type: none"> – die Geschäftsprozesse analysieren. – Vorschläge zur Prozessoptimierung präsentieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Soll-Ist-Analyse – Schwachstellenanalyse

5.5.2. Analyse von Gründen für Leistungsstörungen und rechtssichere Reaktion

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – wichtige Begriffe definieren und voneinander abgrenzen. – Gründe für Retouren benennen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Retouren, Stornierungen – Stornierung (Vertrag vor Erfüllungsgeschäft von Vertragspartnern aufgelöst) – Garantie, Gewährleistung und Kulanz – Reklamation vs. Umtausch
<ul style="list-style-type: none"> – unternehmensinterne Daten berechnen und bewerten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Stornoquote, – Retourenquote, – Widerrufsquote
<ul style="list-style-type: none"> – Rechnungen prüfen und gegebenenfalls ändern. 	<ul style="list-style-type: none"> – Arten der Rechnungsprüfung <ul style="list-style-type: none"> • formal, • sachlich, • digital
<ul style="list-style-type: none"> – die rechtlichen Grundlagen aus Kaufverträgen benennen und anwenden. – die Dokumente des Rückabwicklungsprozesses unterscheiden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Rechte und Pflichten aus Kaufverträgen – Verpflichtungs- und Erfüllungsgeschäft – Lieferschein, Retourenschein, Retourenlabel, Widerrufsformular
<ul style="list-style-type: none"> – Fernabsatzverträge von Kaufverträgen im stationären Handel abgrenzen. – Besonderheiten von Fernabsatzverträgen nennen und berücksichtigen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Widerrufserklärung, -belehrung, – Widerrufsfrist – Warenrücksendung
<ul style="list-style-type: none"> – Maßnahmen des Widerrufs bei besonderen Warengruppen im Fernabsatz rechtssicher anwenden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ausschluss vom Widerrufs- und Rückgaberecht
<ul style="list-style-type: none"> – den Rückabwicklungsprozess anschaulich darstellen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Geschäftsprozessvisualisierung

5.5.3. Unterscheidung von Leistungsstörungen und deren kundenorientierte Anwendung

Hinweis:

Die Anwendung der Inhalte ist im Lernfeld 6, im Fach Deutsch und EDV-unterstützt möglich.

(ca. 14 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – Rechte und Pflichten aufgrund mangelhafter Lieferung/Schlechtleistung nennen und kundenorientiert anwenden. – Kundenreklamationen selbstständig bearbeiten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Mängelarten, Mitwirkungspflichten des Käufers, Rechte des Käufers bei Schlechtleistung – Reklamationsfristen, Unternehmerrückgriff – Unterscheidung konkreter und abstrakter Schaden
<ul style="list-style-type: none"> – Gründe für Leistungsstörungen eruieren und Vorschläge für deren Beseitigung machen. – Fallbeispiele zu Leistungsstörungen gesetzesorientiert und mit Blick auf ein kundendifferenziertes Vorgehen situationsangemessen lösen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Nicht-Rechtzeitig-Lieferung – Gläubigerverzug
<ul style="list-style-type: none"> – Situationen der Haftung des Produzenten aufgrund fehlerhafter Produkte von anderen Leistungsstörungen abgrenzen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Produkthaftung

5.5.4. Folgen der Nicht-Rechtzeitig-Zahlung

Hinweis:

Die Anwendung der Inhalte ist im Fach Deutsch und EDV-unterstützt (Mahnschreiben normgerecht formulieren und gestalten) möglich.

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – bei Nicht-Rechtzeitig-Zahlung geeignete Maßnahmen einleiten und kommunizieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Forderungsmanagement (Ursachen, Folgen) – Kreditwürdigkeitsprüfung – Voraussetzungen, Rechte des Verkäufers – Verzugszinsen bei Kaufverträgen B2B und B2C berechnen – Streitbeilegung (online und alternativ)
<ul style="list-style-type: none"> – Zahlungseingänge im Unternehmen überwachen und Stufen des Mahnverfahrens auch des automatischen Mahnwesens nennen und anwenden. 	<ul style="list-style-type: none"> – außergerichtliches Mahnverfahren – gerichtliches Mahnwesen – Zwangsvollstreckungsmaßnahmen
<ul style="list-style-type: none"> – Verjährungsfristen berechnen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Verjährungsfristen – Hemmung bzw. Neubeginn der Verjährung

5.5.5. Optimierung von Rückabwicklungsprozessen im Unternehmen

Hinweis:

Das Beschwerdemanagement ist Gegenstand im Lernfeld 6 (Kapitel 5.6.6).

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– Maßnahmen zur Verringerung der Retouren und Stornoquote ableiten und kundenorientiert anwenden.– den Rückabwicklungsprozess im Unternehmen analysieren und kundenorientiert gestalten.– Vorschläge für Weiterentwicklungen von Online-Angeboten unterbreiten.– seine Rolle als Dienstleister reflektieren.	<ul style="list-style-type: none">– waren- oder dienstleistungsbezogene Rückabwicklungsprozesse– Auswertungskriterien<ul style="list-style-type: none">• Effizienz,• Kosten,• Leistungsqualität,• ökologische Aspekte,• Kundenzufriedenheit

5.6 Lernfeld 6 – Servicekommunikation kundenorientiert gestalten

2. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 80 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Kommunikationskanäle im Rahmen eines kundenorientierten Serviceangebotes auszuwählen, zu nutzen und an veränderte Kundenbedürfnisse anzupassen.

5.6.1. Grundlagen kundenorientierter Kommunikation

Hinweis:

Zur methodischen Umsetzung der Lernsituation empfehlen sich u. a. Rollenspiele und Übungen in Trainingsform. Das Eisbergmodell wird im Kapitel 5.6.6 einbezogen.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– das einfache Kommunikationsmodell beschreiben.	– Sender, Empfänger
– die verschiedenen Ebenen des Vier-Ohren-Modells situationsgerecht anwenden.	– Sachebene – Beziehungsebene – Appellebene – Selbstoffenbarungsebene
– aktiv zuhören.	– Zuhören – Verstehen – Gefühle verstehen
– vollständige Ich-Botschaften formulieren.	– Unterscheiden von Du- und Ich-Botschaften – vollständige Ich-Botschaft
– die (weiteren) Kommunikationsregeln anwenden.	– Gesprächssituation – emotionale Ebene – Status des Gesprächspartners – Konventionen

5.6.2. Bedeutung der Körpersprache für eine erfolgreiche Kommunikation

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bedeutung der Körpersprache im Kommunikationsprozess beurteilen.	– Bestandteile der Körpersprache
– die Signale der Körpersprache hinsichtlich ihrer Bedeutung analysieren.	– Mimik – Gestik – Körperhaltung – Abstand zu anderen Personen – Körpersprache in Verkaufssituationen

5.6.3. Zielorientierte Gesprächsführung und Fragetechniken in verschiedenen Kommunikationssituationen

Hinweis:

Die Schüler sollen ihre eigene kommunikative Kompetenz fortlaufend erweitern und reflektieren. Die Zuordnung dieser Kompetenz kann somit grundsätzlich in alle Themenbereiche erfolgen. In diesem Lehrplan wird die Zuordnung zum Themengebiet 5.6.3 vorgenommen, da nach Abschluss dieses Themengebiets die Grundlagen der Kommunikation gelegt worden sind und die Schüler damit in der Lage sind, das Erlernete mit dem eigenen Verhalten zu vergleichen und Rückschlüsse auf ihre kommunikative Kompetenz zu ziehen.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Gesprächsstörer und Gesprächsförderer identifizieren und diese situationsgerecht vermeiden bzw. anwenden.	– Gesprächsstörer – Gesprächsförderer
– verschiedene Fragetechniken situationsgerecht anwenden.	– geschlossene und offene Fragen, Alternativfragen – Suggestivfragen – rhetorische Fragen – Gegenfragen – Kontrollfragen – Motivierungsfragen – sortimentsbezogene Fragen (bedarfs- und warenbezogene Fragen)
– die eigene Kommunikationskompetenz reflektieren und eigene Reaktionsmöglichkeiten ableiten.	

5.6.4. Verhandlungen unter Berücksichtigung der Kommunikationsregeln

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bedeutung externer und interner Verhandlungen erläutern.	– Auswirkungen von Verhandlungen auf Teilnehmer
– die einzelnen Phasen einer Verhandlung aufzählen. – eine Verhandlung durchführen.	– Vorbereitung der Verhandlung – Kontaktphase – Phase des Informationsaustauschs – Phase der Argumentation und Diskussion – Einigungsphase – Abschluss des Verhandlung – Nachbereitungsphase

5.6.5. Situationsgerechte Durchführung von Beratungsgesprächen

Hinweis:

Die Themen Bedürfnisse, Bedürfnispyramide und Bedarf werden ins Lernfeld 11 ausgelagert. Zur methodischen Umsetzung eignen sich u. a. Rollenspiele.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– zwischen direkten Verkaufsgesprächen und Verkaufsgesprächen über Telefon unterscheiden.	– Merkmale direkter Verkaufsgespräche und Verkaufsgespräche über das Telefon
– den idealtypischen Ablauf eines Verkaufsgesprächs erläutern. – ein Verkaufsgespräch unter Anwendung der Kommunikationsregeln durchführen.	– Kontaktaufnahme zum Kunden – Bedarfsermittlung <ul style="list-style-type: none"> • direkt, • indirekt – Vorlegen der Ware – Verkaufsargumentation – Preisnennung <ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Einwänden, • Arten von Kundeneinwänden, • Verhalten bei Einwänden, • Methoden der Einwandbehandlung – Herbeiführen des Kaufabschlusses – Abschluss der Verkaufsverhandlung

5.6.6. Umgang mit dem Beschwerdemanagement als Spezialfall von Konflikten

Hinweis:

Die Kommunikationsregeln aus den Themenbereichen 5.6.1 - 5.6.3 finden weiterhin Beachtung, werden aber hier nicht nochmal explizit aufgeführt. Zur methodischen Umsetzung dieser Lernsituation eignen sich u. a. Rollenspiele.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Entstehung und die Ursachen von Konflikten beschreiben.	– verschiedene Ansätze der Konfliktentstehung – Ursachen und Arten von Konflikten
– Konfliktbewältigungsstrategien unterscheiden und den Einsatz der entsprechenden Strategien situationsgerecht beurteilen.	– Konfliktvermeidungsstrategie – Konfrontationsstrategie – Verzichtsstrategie – Kompromissstrategie – Kooperationsstrategie
– mit Konflikten im unternehmensbezogenen Kontext umgehen.	– Regeln für das Verhalten im Konfliktfall – kooperative Konfliktbewältigung – ggf. Exkurs: Mediation
– mögliche Anlässe für Konflikte mit dem Kunden benennen und bearbeiten.	– Begriffsklärung, u. a. • Abgrenzung • Kaufvertragsstörungen • Kulanz • Garantie – Umgang mit Konflikten
– zwischen direktem und indirektem Beschwerdemanagement unterscheiden und den Ablauf aufzeigen.	– direktes Beschwerdemanagement – indirektes Beschwerdemanagement
– mit Konfliktsituationen in Gesprächssituationen umgehen.	– Ablauf Konfliktgespräch – Verhalten bei Konfliktgesprächen

5.6.7. Besonderheiten der interkulturellen Kommunikation in verschiedenen Gesprächssituationen

Hinweis:

In diesem Themenbereich bietet es sich an, dass die verschiedenen Kulturdimensionen unterschiedlicher Länder über Vorträge der Schüler abgedeckt werden.

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Kulturdimensionen situationsgerecht anwenden.	<ul style="list-style-type: none"> – direkte und indirekte Kommunikation – Sach- und Beziehungsorientierung – Individualismus oder Kollektivismus – Machtdistanz – monochrome und polychrone Kulturen – Unsicherheitsvermeidung – Maskulinität oder Feminität – langfristige oder kurzfristige Orientierung – Körpersprache – „Business-Knigge“ im Ausland

5.6.8. Nutzung verschiedener Kommunikationswege

Hinweis:

Der Bereich „Geschäftsbriefe entsprechend der DIN 5008“ wird in das Fach Deutsch ausgelagert. Die rechtlichen und ethischen Grundlagen der verschiedenen Kommunikationskanäle werden im Lernfeld 7 behandelt.

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– am Telefon kommunizieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Inbound – Outbound – Phasen Telefongespräch – Fehlerquellen bei Telefongesprächen – Hotlines – Telefondaten im Webshop
– per E-Mail kommunizieren.	– Bestandteile einer E-Mail
– über Social Media als Chance und Herausforderung für das Unternehmen kommunizieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Begriff – Typen von Social-Media-Plattformen – Einsatz von Emojis

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– über weitere Vertriebswege kommunizieren und sein Verhalten situationsgerecht anpassen.	<ul style="list-style-type: none"> – Videokonferenzen – Apps und Chats – Sprachsteuerung (auch in Webshops) – Hotlines in Webshops – FAQs in Onlineshops – Kundenforen, Kundencenter – Selfservices – Pop-up-Nachrichten

5.6.9. Einordnung unternehmensbezogener Kundenbewertung, Kundenbindung und After-Sales-Services

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Kundenbewertungen analysieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Chancen und Risiken – Feedbackmöglichkeiten für Kunden
– Kundenbindung/After-Sales-Services umsetzen.	<ul style="list-style-type: none"> – Customer-Relationship-Management <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente After-Sales-Services, • Serviceleistungen, • One-to-One-Marketing, • Kundenkarten, • Kundenklubs, • Kundenzeitschriften, • Events, • Couponing

5.7 Lernfeld 7 – Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten

2. Ausbildungsjahr	Zeitrictwert 120 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, eine Online-Marketing-Strategie zu planen, Online-Marketing-Maßnahmen umzusetzen und den Erfolg zu bewerten.

5.7.1. Grundlagen des Marketing

(ca. 20 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Käufer- und Verkäufermärkte unterscheiden.	– Käufer- und Verkäufermärkte (Eigenschaften und Beispiele)
– einen Überblick über die wichtigsten Inhalte eines Marketingkonzepts geben. – ausgehend von den Unternehmenszielen verschiedene Marketingziele ableiten. – Marketinginstrumente unterscheiden.	– Marketingkonzept <ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung, • Marketingziele, • Marketingstrategien, • Marketinginstrument, • Marketingmix, • Controlling
– den Markt nach unterschiedlichen Kriterien segmentieren.	– Zielgruppenanalyse, u. a. demografische, psychografische Kriterien sowie Marktbearbeitung – Scoring-Modell zur Segmentierung – Targeting
– Marketingstrategien benennen und situationsangemessen anwenden.	– Push und Pull Marketing

5.7.2. Marktforschung

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die Marktforschung von der Markterkundung abgrenzen. – unterschiedliche Ziele der Marktforschung benennen und den Marktforschungsprozess erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> – Unternehmensvergleich (Konkurrenzanalyse)
<ul style="list-style-type: none"> – verschiedene Methoden der Marktforschung unterscheiden und deren Vor- und Nachteile benennen. – Methoden der Marktforschung gezielt zur Analyse des Kunden- und Konkurrenzverhaltens einsetzen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Methoden <ul style="list-style-type: none"> • auf den Zeitraum (Marktanalyse, -beobachtung, -prognose) bezogen, • auf Informationsquellen (Primär- und Sekundärforschung) bezogen – Befragung, Beobachtung, Experiment, Testmarkt, Panelerhebung

5.7.3. Erkundung, Vergleich und Zustellung von Online-Werbung

Hinweis:

Mit externen und internen Dienstleistern soll über die optimale Platzierung und Umsetzung von Online-Werbung kommuniziert werden. Die Werbebotschaft kann auch in einer Fremdsprache formuliert werden.

(ca. 30 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – Ziele des Online-Marketings festlegen und Zielgruppen bzw. Produktgruppen genau definieren. – Instrumente des Online-Marketing unterscheiden und auf Zielgruppen bzw. Produktgruppen abgestimmt einsetzen. – einen Maßnahmenplan zur Umsetzung der Online-Marketing-Maßnahmen auf Grundlage der Budgetvorgaben erstellen und Werbebotschaften zielgruppengerecht formulieren. – Besonderheiten des Online-Marketing benennen. – Maßnahmen, die die Auffindbarkeit und Sichtbarkeit des Online-Angebots auf der Webseite erhöhen, optimieren, entwickeln und begründen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Performance Marketing – Customer Journey, Conversion Funnel, Micro Conversion, Landingpages – Ausgestaltung Kontaktstrecke im Online-Vertriebskanal (Kommunikationsinhalte, Copy-Strategie) – Maßnahmen der Kundengewinnung, -bindung bzw. -reaktivierung – technische Anforderungen (Möglichkeiten der Identifikation und Nachverfolgung der Nutzer) – regionales Online-Marketing

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Display Advertising beschreiben.	– Bannerwerbung (Bannertechnologie und -gestaltung, Bannerformate, Trends) – AIDA-Formel
– Affiliate-Marketing erläutern.	– Affiliates, – Affiliate-Modelle, Werbemittel – Tracking
– die verschiedenen Arten des Targeting unterscheiden. – Onlinewerbung buchen und ausliefern.	– Vergütungsmodelle – Arten des Targeting, Risiken – Online-Mediaplanung – Real Time Advertising (RTA)

5.7.4. Suchmaschinen-Marketing

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Funktionsweise von Suchmaschinen erläutern und Arten von Suchmaschinen unterscheiden.	– Suchmaschinen <ul style="list-style-type: none"> • Historie, • Funktion, • Arten
– Möglichkeiten der Suchmaschinen-optimierung beschreiben. – Suchmaschinenwerbung beschreiben.	– Search Engine Optimization (SEO): Rankingfaktoren, Einflussfaktoren wie Google Updates – On-Page-Optimierung – Off-Page-Optimierung – Content-Marketing – Inhouse SEO vs. Agentur – Search Engine Advertizing (SEA): Funktion, Google Ads

5.7.5. E-Mail-Marketing

Hinweis:

Bestandteile von E-Mails, Formulierungshilfen und Textbausteine sind Inhalte im Lernfeld 6 und im Fach Deutsch.

(ca. 6 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die verschiedenen Arten des E-Mail-Marketing unterscheiden.	– E-Newsletter – E-Mailing <ul style="list-style-type: none">• Werbe-Mails,• Info-Mails
– E-Mails rechtskonform und professionell gestalten. – die gesetzlichen Richtlinien erläutern.	– Personalisierung, Individualisierung, Betreff, Optimierung für Smartphones – UWG, BDSG, DSGVO

5.7.6. Social-Media-Marketing

(ca. 8 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– verschiedene Social-Media-Kanäle, ihre jeweiligen Merkmale und Marketingmöglichkeiten charakterisieren. – eine Social-Media-Strategie entwickeln.	– Definition, Arten – Sharing-Plattformen (u. a. Instagram, YouTube) – Microblogs (Twitter) – Messenger-Dienste

5.7.7. Weitere Formen des Online-Marketing

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– aktuelle, weitere Formen des Online-Marketing beschreiben.	– mobiles Marketing – virales Marketing – Influencer-Marketing

5.7.8. Auswertung und Beurteilung von Online-Marketingmaßnahmen

Hinweis:

Die Kennzahlen werden u. a. auch in Lernfeld 8 behandelt.

(ca. 25 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – geeignete Kriterien zur Selektierung zielgruppengerechter Daten aus dem Kundenbeziehungsmanagement-System festlegen. – den Werbeerfolg unter Kosten-Nutzen-Aspekten auswerten. – Online-Marketingmaßnahmen auf der Grundlage von Kennziffern beurteilen. – mit Hilfe von AB-Tests Online-Marketingmaßnahmen testen und Durchführungsalternativen wählen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kundenstatus, Kundentypen, Kaufhistorie – Marketingbudget überwachen – ökonomische und außerökonomische Kennziffern (Besuche, Besucher, Seitenaufrufe, Verweildauer, Neukundenanteil) – Kennziffern zur Kostenanalyse u. a. <ul style="list-style-type: none"> • ROAS, • Cost of Sale, • Konversionsrate, • Kosten pro Bestellung, • Kosten-Umsatz-Relation – Abrechnungsmodelle (CPM, CPC, CPO) – Wettbewerber-Monitoring – Benchmarking
<ul style="list-style-type: none"> – die Funktionsweise von Webanalyse-Tools (z. B. Google Analytics) erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> – Google Analytics: Daten, Berichte etc.
<ul style="list-style-type: none"> – auf Grundlage der Ergebnisse der Kennzahlenanalyse Optimierungsmöglichkeiten im Marketing-Mix ableiten. – den Einfluss der Online-Marketing-Maßnahmen auf die Ziele des Unternehmens reflektieren. 	

5.7.9. Berücksichtigung von rechtlichen Regelungen und ethischen Grenzen

Hinweis:

Die verschiedenen Kommunikationskanäle werden im Lernfeld 6 behandelt.

(ca. 7 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none">– ethische und rechtliche Regelungen bei der Kundenkommunikation erklären und auf deren Einhaltung im Auswertungsprozess achten.	<ul style="list-style-type: none">– Strafgesetzbuch– Wettbewerbsrecht– Datenschutz– Jugendmedienschutz– Antidiskriminierungsregeln
<ul style="list-style-type: none">– sich kritisch mit dem Einfluss der Online-Marketing-Maßnahmen auf gesellschaftliche Prozesse auseinandersetzen.– eigene Wertvorstellungen hinterfragen.	<ul style="list-style-type: none">– unzumutbare Belästigung

5.8 Lernfeld 8 – Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern

2. Ausbildungsjahr	Zeitrictwert 60 Stunden
---------------------------	------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, die betriebliche Kosten- und Leistungsrechnung durchzuführen und mit Hilfe der Ergebnisse zur Steuerung des Unternehmens beizutragen.

5.8.1. Abgrenzungsrechnung als Vorstufe der Kosten- und Leistungsrechnung

(ca. 14 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – zwischen Kosten und neutralen Aufwendungen sowie zwischen Leistungen und neutralen Erträgen unterscheiden. – die entsprechenden Beträge in den richtigen Spalten der Ergebnistabelle eintragen. – Ergebnisse ermitteln und interpretieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Definitionen Kosten – neutrale Aufwendungen – Definitionen Leistungen – neutrale Erträge – Aufbau Ergebnistabelle – Gesamtergebnis, neutrales Ergebnis und Betriebsergebnis
<ul style="list-style-type: none"> – die Bedeutung von kalkulatorischen Kosten einschätzen. – die kalkulatorischen Kosten ermitteln und diese in der Ergebnistabelle richtig zuordnen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Notwendigkeit der kalkulatorischen Kosten – Merkmale und Berechnung folgender kalkulatorischer Kosten: <ul style="list-style-type: none"> • kalkulatorische Abschreibung, • kalkulatorische Zinsen, • kalkulatorische Wagnisse, • Verrechnungspreise, • kalkulatorischer Unternehmerlohn, • kalkulatorische Miete

5.8.2. Kostenartenrechnung

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die unterschiedlichen Kostenarten unterscheiden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Unterscheidung der Kosten nach Verbrauchsart, z. B. <ul style="list-style-type: none"> • Materialkosten, • Personalkosten, • Raumkosten – Unterscheidung der Kosten nach ihrer Abhängigkeit von der Beschäftigung <ul style="list-style-type: none"> • fixe und variable Kosten, • Mischkosten

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
	<ul style="list-style-type: none"> – Unterscheidung der Kosten nach ihrer Zuordnung zu Kostenträgern <ul style="list-style-type: none"> • Einzelkosten, • Gemeinkosten
<ul style="list-style-type: none"> – das Verhalten der Kosten bei Beschäftigungsänderung analysieren. – den Beschäftigungsgrad berechnen. – die Kostenfunktion für diverse Berechnungen verwenden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Verhalten von fixen, variablen und Gesamtkosten bei Beschäftigungsänderung – Berechnung Beschäftigungsgrad – Kostenfunktion – Gewinnschwelle

5.8.3. Kostenstellenrechnung

(ca. 13 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die betrieblichen Kostenstellen unterscheiden. – einen Betriebsabrechnungsbogen erstellen. – die Handlungskostenzuschlagssätze berechnen. 	<ul style="list-style-type: none"> – allgemeine Kostenstellen, Hilfskostenstellen, Hauptkostenstellen – Aufbau Betriebsabrechnungsbogen – Umlage der Kosten über Belege oder Verteilerschlüssel – Berechnung der Handlungskostenzuschlagssätze
<ul style="list-style-type: none"> – den Unterschied zwischen den Ist- und Normalkosten identifizieren. – die Normal-Handlungskostenzuschlagssätze berechnen. – die Kostenüber- und -unterdeckung ermitteln und deren Bedeutung erklären. 	<ul style="list-style-type: none"> – Berechnung der Handlungskosten (Normal) – Ermittlung der Kostenüberdeckung und -unterdeckung

5.8.4. Kostenträgerrechnung

Hinweis:

Die Preiskalkulation wurde bereits im Lernfeld 2 behandelt.

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – mit Hilfe des Kostenträgerblattes (Betriebsabrechnungsbogen II) die Selbstkosten, das Umsatzergebnis und das Betriebsergebnis für einzelne Warengruppen und insgesamt ermitteln. 	<ul style="list-style-type: none"> – Aufbau Kostenträgerblatt – Vorgehensweise bei den Berechnungen

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – Angebotspreise ermitteln. – Ergebnisse der Nachkalkulation interpretieren und Maßnahmen zur Kostensenkung ableiten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Vorwärtskalkulation – Differenzkalkulation – Handelsspanne

5.8.5. Deckungsbeitragsrechnung als Teilkostenrechnung

(ca. 13 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – zwischen Vollkosten- und Teilkostenrechnung unterscheiden. 	<ul style="list-style-type: none"> – Unterscheidungsmerkmale Voll- und Teilkostenrechnung
<ul style="list-style-type: none"> – die Deckungsbeiträge I, II und III, das Betriebsergebnis, die Gewinnschwelle und Preisuntergrenze für einzelne Produkte und Warengruppen ermitteln. – die Deckungsbeitragsrechnung als Instrument bei Sortimentsentscheidungen nutzen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Berechnung der Deckungsbeiträge I, II und III und des Betriebsergebnisses (einstufige und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung) – Ermittlung der Gewinnschwelle – kurzfristige und langfristige Preisuntergrenze – Kriterien bei Sortimentsentscheidungen

5.8.6. Kennziffern zur Auswertung des Jahresabschlusses

Hinweis:

Kennziffern wurden schon in Lernfeld 4 behandelt.

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – Rentabilitäts-, Liquiditätskennziffern und den Cashflow ermitteln. – anhand dieser Kennziffern die Unternehmenssituation beurteilen und Maßnahmen zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit daraus ableiten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Rentabilitätskennziffern – Eigenkapitalrentabilität, – Gesamtkapitalrentabilität, – Umsatzrentabilität – Liquidität 1., 2. und 3. Grades – Cashflow-Analyse

5.9 Lernfeld 9 – Online-Vertriebskanäle auswählen

3. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 100 Stunden
---------------------------	--------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Online-Vertriebskanäle kriteriengeleitet auszuwählen und bei der Einrichtung von Online-Vertriebssystemen mitzuwirken.

5.9.1. Unterscheidung von Formen des E-Commerce

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– zwei Grundarten des E-Commerce unterscheiden.	– B2B, B2C
– die Rolle des E-Commerce in den unterschiedlichen Wirtschaftsstufen einordnen.	– Einzelhandel, Großhandel, Industrie, Dienstleistungsunternehmen, Logistikunternehmen – digitale Güter
– verschiedene Erscheinungsformen des E-Commerce unterscheiden.	– Online-Shop, – Social Media, – Marketplace
– die verschiedenen Kanäle des E-Commerce unterscheiden und erläutern.	– Mono-Channel, – Multi-Channel, – Cross-Channel, – Omni-Channel

5.9.2. Möglichkeiten des Online-Vertriebs im stationären Einzelhandel und im Versandhandel

(ca. 8 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Betriebsformen mit den jeweiligen Verkaufsformen des Einzelhandels unterscheiden.	– Warenhaus, SB-Warenhaus, Fachgeschäft, Kaufhaus, Verbrauchermarkt, Fachmarkt, Supermarkt, Discounter
– neuere Betriebsformen benennen und deren Eignung für den Online-Vertrieb prüfen. – Umfeldveränderungen analysieren und adäquat reagieren.	– Factory/Designer-Outlet-Center, Convenience-Shop, Pop-up-Store, Shoppingcenter – Wandel im (Einzel-)Handel – Strategien zur Zukunftssicherung

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – geeignete Vertriebskanäle im Online-Bereich vorschlagen und deren Umsetzbarkeit anhand festgelegter Kriterien beurteilen. – E-Commerce betreffende Innovationen im stationären Einzelhandel unterscheiden und unternehmensbezogen einsetzen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Beispiele für Kriterien <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppe/Nutzer vs. Kunden/Reichweite, • Sortimentsnachfrage/Leistungsangebot, • Kosten/Abrechnungsmodelle, • technische Voraussetzungen – elektronische Etiketten, intelligente Regale, Infoterminals, elektronische Kiosksysteme und Werbedisplays – Shopping als interaktives Erlebnis, u. a. <ul style="list-style-type: none"> • Darstellung Verkaufsraum im Internet, • persönlicher Einkaufsberater, • selbstfahrende Einkaufswagen, • Lieferservice, • Scanner, • Click & Collect
<ul style="list-style-type: none"> – Möglichkeiten der Verzahnung von stationärem und Online-Handel erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> – Smartphones und Warenpräsentationen – Rolle von Apps/E-Mails – Virtual Reality/Augmented Reality

5.9.3. Rechtssicherer Online-Auftritt des eigenen Unternehmens

Hinweis:

Einige Inhalte dieses Abschnitts wurden bereits im Lernfeld 2 behandelt.

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – bestehende rechtliche Regelungen des Online-Auftritts benennen. – kartellrechtliche Regelungen erläutern. – rechtliche Regelungen und betriebliche Vorgaben einhalten. 	<ul style="list-style-type: none"> – UWG, Markenschutz, Urheber-/Bildrechte, Informationspflichten, Datenschutzrecht – Definition und Zweck, Rechtsquellen, Verbote und Folgen bei Verstößen – TMG, BGB
<ul style="list-style-type: none"> – die entsprechend geltenden Informationspflichten beim Einsatz von Online-Vertriebskanälen benennen und einhalten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Anbieterkennzeichnung <ul style="list-style-type: none"> • Signatur/Impressum, • Widerrufsbelehrung, • Datenschutzerklärung, • Preisangabenverordnung, • Informationspflicht zur automatisierten Datenerfassung – Inhalte des Impressums
<ul style="list-style-type: none"> – die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen unter Beachtung der Compliance-Richtlinien anhand exemplarischer Vertriebskanäle beurteilen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Definition und Ziele – Einsatz im Unternehmen – Folgen bei Verstößen

5.9.4. Beurteilung von Webshops und Shopsoftware

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Shopsysteme hinsichtlich verschiedener Kriterien beurteilen.	– Customer Experience, Usability, Funktionalität, Barrierefreiheit, Übertragbarkeit, Zugänglichkeit des Quellcodes, Einbindung von Sprachen und Währungen, Effizienz, Erfüllung von Informationspflichten, Änderbarkeit, Zuverlässigkeit, Vollständigkeit, Responsives Design, Ergonomie
– Bestandteile der Funktionalität unterscheiden.	– Angemessenheit, Sicherheit, Konformität, Interoperabilität, Ordnungsmäßigkeit, Richtigkeit
– unter Beachtung der Zielgruppe und des Unternehmens soft- und hardwareergonomische Anforderungen benennen.	– Definition Ergonomie, Hardware- und Softwareergonomie – softwareergonomische Grundsätze nach DIN EN ISO 9241-110
– mit Hilfe der Nutzwertanalyse ausgewählte Shopsysteme anhand von Kriterien miteinander vergleichen. – die Vor- und Nachteile des Selbstprogrammierens eines Onlineshops und der Nutzung von Shopsoftware aufzeigen.	– Zweck, Vorgehensweise, Vor- und Nachteile der Nutzwertanalyse – Beachtung der Zielgruppe (Mediennutzungsverhalten, Sprache, Land) und der Unternehmensziele – interne und externe Dienstleister (Entscheidung Miete oder Kauf)

5.9.5. Online-Vertriebskanäle auswählen und einsetzen

(ca. 18 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– elektronische und regionale Marktplätze unterscheiden.	<ul style="list-style-type: none"> – Definition, Merkmale sowie Vor- und Nachteile – Checkliste zur Auswahl – Exkurs: Geschäftsbesorgungsvertrag – Sub- und Sprachshops
– Auktionsplattformen als Sonderform von Online-Marktplätzen beschreiben.	<ul style="list-style-type: none"> – Definition, Merkmale, Vor- und Nachteile – Ablauf und rechtliche Rahmenbedingungen – Arten <ul style="list-style-type: none"> • klassische Auktion, • holländische Auktion, • Höchstpreisauktion, • Vickrey-Auktion
– soziale Netzwerke als Vertriebskanäle beurteilen.	<ul style="list-style-type: none"> – Influencer – Social Selling und Instant Shopping – Werbung in sozialen Netzwerken
– mögliche Ziele für den Einsatz zusätzlicher Vertriebskanäle festlegen.	<ul style="list-style-type: none"> – Bereitstellung von Informationen – Erhöhen des Bekanntheitsgrades – Positionierung des Produktes und der Serviceangebote – Generierung von Leads – Erhöhung der Conversions
– anhand des vorhandenen Produktportfolios geeignete zusätzliche Online-Vertriebskanäle auswählen.	<ul style="list-style-type: none"> – Zielgruppenanalyse: Mediennutzungsverhalten, Sprache, Land, Anforderungen an Benutzeroberfläche, zeitliche Nachfrageschwerpunkte, Art der genutzten Endgeräte, Warenkorb (Zusammensetzung nach Sortimentsbereichen bzw. Warenkorbwert)
– eigenverantwortlich Maßnahmen ableiten, die Kundenbedürfnisse gezielt ansprechen, um zielgruppenorientiert Angebote aus dem Produktportfolio des Unternehmens zu präsentieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Beispiele für Maßnahmen: Repricing, Content-Vorgaben, Taxonomien
– Informationen aus der Customer Journey nutzen, um zusätzliche Online-Vertriebskanäle zu planen und auszuwählen.	<ul style="list-style-type: none"> – SWOT-Analyse – Nutzwert-Analyse

5.9.6. Anforderungen an Hard- und Software zur Auswahl eines Online-Vertriebssystems

Hinweis:

In diesem Lerngebiet sollen die Schüler in die Lage versetzt werden, mit internen und externen Dienstleistern zusammenzuarbeiten. Sie wenden dabei die entsprechenden Fachbegriffe korrekt an.

(ca. 25 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – Hard- und Software unterscheiden. – grundlegende Bestandteile einer EDV-Anlage benennen und Vor- und Nachteile aufzeigen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Begriffsklärung: Hard-, Software (Dateien), EVA-Prinzip – Hardware (Eingabe-, Ausgabegeräte, Zentraleinheit, interne und externe Einheiten, Drucker, Speicher) – Software (Betriebssystem/Anwendersoftware, Standardsoftware/Individualsoftware, Software zum Betreiben von Webshops)
<ul style="list-style-type: none"> – unter Nutzung verschiedener Instrumente geeignete Hard- und Software auswählen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kosten-/Nutzenanalyse – Entscheidungsmatrix
<ul style="list-style-type: none"> – Netze und Netzwerke unterscheiden und Komponenten von Netzwerken aufzeigen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Begriffsdefinition: Netze, Netzwerke – Arten (LAN, Weitverkehr, Client-Server, Peer-to-Peer) – Unterscheidungskriterien, u. a. geografische Reichweite, Funktionalität, Netzwerkarchitektur, Rolle Intranet
<ul style="list-style-type: none"> – Datenfeeds erstellen und Produktdaten optimieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Definition – Einsatz Datenfeeds, Attribute, Grundregeln – Ziele und Maßnahmen der Produktdatenoptimierung
<ul style="list-style-type: none"> – die Bedeutung von Schnittstellen im Zusammenhang mit der Nutzung von Hard- und Software beschreiben. – die technischen Schnittstellen zwischen Online-Vertriebskanälen und genutzten betrieblichen Systemen ermitteln. – notwendige Anpassungen von Schnittstellen vorschlagen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Begriff – Arten von Schnittstellen <ul style="list-style-type: none"> • Hardware-, • Benutzer-, • Softwareschnittstellen (APIs, Webschnittstelle) – Warenwirtschaftssystem, ERP, LVS (Lagerverwaltungssysteme) – Schnittstellenmanagement – Datenbankstruktur, Datenaustausch, Client-Server-System

5.9.7. Analyse der Online-Präsenz im E-Commerce

(ca. 6 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Online-Vertriebskanäle hinsichtlich verschiedener Kriterien analysieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Seitenbesuche (Klickverfahren, Eye-Tracking) – UX-Design (Customer Experience und Customer Usability) – Conversion-Pfade im Analytics-System – Micro-Conversions – Gestaltung des Conversion Funnel

5.9.8. Betrachtung der Online-Vertriebskanäle hinsichtlich innovativer Entwicklung im E-Commerce und der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens

Hinweis:

Das Projektmanagement wird ausführlich im Lernfeld 12 vermittelt.

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– sich anhand geeigneter Quellen über aktuelle Trends und innovative Entwicklungen im E-Commerce informieren.	– u. a. Fachzeitschriften, Blog-Beiträge
– den Einsatz der gewählten Online-Vertriebskanäle im Hinblick auf verschiedene Verantwortungsbereiche des Unternehmens reflektieren.	– Verantwortungsbereiche: <ul style="list-style-type: none"> • soziale Verantwortung, • Umweltschutz, • Nachhaltigkeit, • gesellschaftliche Probleme z. B. Bevölkerungsrückgang, • Corporate Social Responsibility
<ul style="list-style-type: none"> – die Entscheidung für die ausgewählten Online-Vertriebskanäle des Unternehmens im Rahmen der kanalübergreifenden Vertriebsstrategie reflektieren. – die ausgewählten Online-Vertriebskanäle im Hinblick auf ihren innovativen Charakter und auf das Übernehmen von gesamtgesellschaftlicher Verantwortung im eigenen Ausbildungsunternehmen überprüfen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Analyse in Bezug auf die Ausbildungsbetriebe – Benchmarking
– Projektmanagementmethoden zur komplexen Problemlösung anwenden.	– Scrum, Agilität, Priorisierung

5.10 Lernfeld 10 – Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren

3. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 80 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, relevante Leistungskennzahlen für die Steuerung von Prozessen im E-Commerce zu ermitteln, aufzubereiten und mehrdimensional zu analysieren, um daraus Maßnahmen zur Optimierung zu entwickeln.

5.10.1. Kennzahlen aus den Unternehmenszielen ableiten

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – den Begriff Kennzahl definieren. – Funktionen von Kennzahlen aufzeigen. – Kennzahlen kategorisieren. – Maßnahmen unterscheiden, die die Aussagekraft von Kennzahlen erhöhen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Informations-, Kontroll-, Anreiz- und Entscheidungsfunktion – quantitative, qualitative Kennzahlen; absolute und Verhältniszahlen – Benchmarking
<ul style="list-style-type: none"> – ausgehend vom Unternehmensleitbild Unternehmensziele aufzeigen und dafür geeignete Kennzahlen ableiten. 	<ul style="list-style-type: none"> – ökonomische Ziele, ökologische Ziele, soziale Ziele – Zielbeziehungen – Hierarchie von Unternehmenszielen
<ul style="list-style-type: none"> – Kennzahlen im Gesamtzusammenhang betrachten, in dem er zwischen eindimensionalen und mehrdimensionalen Systemen abgrenzt. – wichtige Kennzahlensysteme erklären und deren Aufbau unterscheiden. – den Begriff und den Nutzen eines Dashboards erklären und verschiedene Darstellungsformen aufzeigen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kennzahlensysteme (DUPont-System, Balanced Scorecard, Target Costing) – Darstellung von Beziehungen in Dashboards

5.10.2. Betriebswirtschaftliche Kennzahlen für den Online-Vertrieb aus dem Jahresabschluss ableiten

Hinweis:

Kennzahlen sind bereits in den Lernfeldern 4 und 8 vorgestellt worden.

(ca. 6 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die wichtigsten allgemeinen Kennzahlen berechnen und deren Aussagekraft erklären.	– Eigen-, Gesamt- und Umsatzrentabilität – Cashflow – Wirtschaftlichkeit – Produktivität
– betriebswirtschaftliche Kennzahlen im Kontext des Online-Vertriebs auswählen und analysieren. – kennzahlengestützt den Online-Vertrieb optimieren.	– Vergleich mit vorangegangenen Abrechnungsperioden und branchengleichen Unternehmen – Entwicklungstendenzen und Maßnahmen

5.10.3. Wirksamkeit der Online-Marketing-Maßnahmen bewerten

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bedeutung des Conversion Funnels erklären.	– Ableitung von KPIs (Key Performance Indikator) zur Auswertung des Conversion-Funnels
– Kennzahlen zur Überprüfung der Wirksamkeit der Online-Marketing-Maßnahmen berechnen. – den Einfluss von Rücksendungen auf die Kennziffern beschreiben.	– Conversion-Rate – CPO, CPC, CPI, CPL, KUR, ROAS, RR – bereinigte CPO
– verschiedene Bereiche des Online-Marketings unterscheiden.	– E-Mail-Marketing – Messenger-Marketing – Social-Media-Marketing – Suchmaschinen-Marketing
– Kennzahlen des E-Mail- und Messenger-Marketings berechnen und deren Bedeutung erklären.	– Bounce Rate – Open Rate/Unique Open Rate – Click-Through-Rate – Conversion Rate

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– spezielle Kennzahlen des Social-Media-Marketings unterscheiden und auswerten.	<ul style="list-style-type: none"> – Follower – Interaktionsrate – Social Media Awareness – Page Views/Visits – Time on Site – Auswertung über Dashboards
– Kennzahlen im Suchmaschinenmarketing analysieren.	<ul style="list-style-type: none"> – SEO – SEA

5.10.4. Kennzahlen in Bezug auf die Nutzerfreundlichkeit des Kaufprozesses analysieren

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– wichtige Begriffe zur Nutzerfreundlichkeit eines Webshops unterscheiden, erklären und analysieren.	<ul style="list-style-type: none"> – Usability – Customer Journey – Visitors – Sessions
– Kennzahlen zur Analyse der Nutzerfreundlichkeit berechnen, die Ergebnisse interpretieren und Maßnahmen daraus ableiten.	<ul style="list-style-type: none"> – Page Impression – Time on Site – Bounce-Rate – Exit-Rate

5.10.5. Sortimentsbezogene Kennzahlen

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– klassische Umsatzanalysen durchführen, analysieren und Sortimentsentscheidungen daraus ableiten.	<ul style="list-style-type: none"> – Ziele der Sortimentspolitik – Umsatzanalysen (Umsatz je Produkt, je Marke, je Hersteller, je Produktgruppe) – Ableitung von Maßnahmen
– Instrumente zur Sortimentsanalyse situationsbezogen anwenden.	<ul style="list-style-type: none"> – Renner- und Penneranalysen

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – weitere sortimentsbezogene Kennzahlen identifizieren, analysieren und Schlussfolgerungen für die Sortimentsgestaltung daraus ziehen. 	<ul style="list-style-type: none"> – Look-to-book-Ratio – Conversion-Rate – Bounce-Rate – Retourenquote – durchschnittlicher Warenkorbwert (AOV) – kundenbezogene Kennzahlen

5.10.6. Webanalyse mit Kennzahlen

(ca. 12 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die Ziele der Webanalyse benennen. – mit Hilfe der Webanalyse Zielgruppen definieren und Verbesserungsvorschläge unterbreiten. 	<ul style="list-style-type: none"> – rechtliche Vorschriften – Arten von Webanalyse-Tools – Nutzung von Tools zur Webanalyse – Auswertung von Analysedaten

5.10.7. Erfolgsoptimierung mittels Webanalyse

(ca. 10 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
<ul style="list-style-type: none"> – die Bedeutung einer Website als eigenständigen Vertriebskanal erklären. 	<ul style="list-style-type: none"> – Traffic – Conversion – Bedeutung für Erfolg
<ul style="list-style-type: none"> – Traffic-Quellen unterscheiden und Maßnahmen zur Conversion-Optimierung beschreiben. 	<ul style="list-style-type: none"> – organische Suche – bezahlte Suchmaschinenwerbung – Social-Media-Traffic – Verweiszugriffe – Werbebanner – AB-Tests zur Conversion-Optimierung

5.11 Lernfeld 11 – Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen

3. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 40 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, Einflüsse gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen und Entwicklungen zu analysieren, deren Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation des Unternehmens zu beurteilen und Konsequenzen für unternehmerische Entscheidungen zu ziehen.

5.11.1. Kennzeichen von Wirtschaftsordnungen

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die verschiedenen Wirtschaftsordnungen unterscheiden.	– ideal- und realtypische Wirtschaftsordnungen
– Kennzeichen, Vor- und Nachteile der Wirtschaftsordnungen benennen.	– freie Marktwirtschaft – Zentralverwaltungswirtschaft – soziale Marktwirtschaft

5.11.2. Grundlegende volkswirtschaftliche Begriffe

(ca. 3 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die verschiedenen Bedürfnisarten unterscheiden.	– Bedürfnisse nach <ul style="list-style-type: none"> • der Dringlichkeit, • der Art bzw. dem Träger, • der Fassbarkeit, • nach psychologischen Gesichtspunkten
– den Zusammenhang von Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage erklären.	– Bedarf – Nachfrage
– Güter und Dienstleistungen nach verschiedenen Gesichtspunkten einordnen.	– freie und wirtschaftliche (knappe) Güter – materielle und immaterielle Güter – Dienstleistungen und Rechte – Produktions- und Konsumgüter – Verbrauchs- und Gebrauchsgüter
– volkswirtschaftliche von betriebswirtschaftlichen Produktionsfaktoren abgrenzen.	– Boden/Natur – Arbeit, inkl. Arbeitsteilung – Kapital – Humankapital/Wissen

5.11.3. Wirtschaftskreislauf

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Wirtschaftskreisläufe mit verschiedenen Sektoren aufstellen und interpretieren.	– Sektoren – Güterstrom – Geldstrom – Wirtschaftskreislauf mit verschiedenen Sektoren – offener und geschlossener Wirtschaftskreislauf

5.11.4. Spannungsverhältnis von Ökonomie und Ökologie

(ca. 2 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– das ökonomische und ökologische Prinzip erklären.	– ökonomisches Prinzip <ul style="list-style-type: none">• Maximalprinzip,• Minimalprinzip
– das Spannungsverhältnis zwischen den beiden Prinzipien unter Einbezug aktueller Entwicklungen aufzeigen.	– Anhaltspunkte könnten sein: <ul style="list-style-type: none">• Nachhaltigkeit• UN-Klimakonferenz• Globalisierung• Gewinnstreben

5.11.5. Preisbildung

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Preisbildung auf verschiedenen Märkten erklären.	– Definition Markt – Marktarten und Marktformen – Preisbildung verschiedener Marktformen

5.11.6. Wirtschaftspolitische Ziele (gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht)

(ca. 3 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bereiche des gesamtwirtschaftlichen Gleichgewichts benennen und die einzelnen Ziele charakterisieren sowie in den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang einordnen.	– StabG – angemessenes und stetiges Wirtschaftswachstum – hoher Beschäftigungsstand – außenwirtschaftliches Gleichgewichts – Stabilität des Preisniveaus
– die Bedeutung weiterer wirtschaftspolitischer Ziele einordnen und Maßnahmen zu deren Umsetzung erläutern.	– gerechte Einkommensverteilung – Erhaltung einer lebenswerten Umwelt
– die verschiedenen wirtschaftspolitischen Ziele in Beziehung zueinander setzen.	– Zielharmonie – Zielkonflikt – Zielindifferenz

5.11.7. Fiskal- und Konjunkturpolitik

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– den Konjunkturzyklus und dessen Phasen beschreiben.	– Definition Konjunkturschwankungen – Abgrenzung Konjunkturzyklus, saisonale Schwankungen und Trend – Phasen (Expansion, Boom, Rezession und Depression)
– anhand von Konjunkturindikatoren die Konjunkturphasen bestimmen.	– Frühindikator – Präsenzindikator – Spätindikator
– die fiskalpolitischen Grundprinzipien erläutern.	– prozyklisch – antizyklisch
– die Instrumente der Fiskalpolitik erklären und Problembereiche ableiten.	– Einnahmenpolitik – Ausgabenpolitik

5.11.8. Geldpolitik der EZB

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– das europäische System der Zentralbanken erklären.	<ul style="list-style-type: none"> – Definition Geldpolitik – Beschlussorgane der EZB <ul style="list-style-type: none"> • Direktorium, • EZB-Rat, • erweiterter EZB-Rat – Euro als Zahlungsmittel <ul style="list-style-type: none"> • teilnehmende Länder, • Konvergenzkriterien – Aufgaben der EZB
– den Einsatz der geldpolitischen Instrumente der EZB erläutern.	<ul style="list-style-type: none"> – Offenmarktpolitik <ul style="list-style-type: none"> • Hauptrefinanzierungsgeschäfte • längerfristige Refinanzierungsgeschäfte • Feinsteuerungsoperationen • strukturelle Operationen • Tenderverfahren – ständige Fazilitäten <ul style="list-style-type: none"> • Einlagefazilität • Spitzenrefinanzierungsfazilität – Mindestreservepflicht

5.11.9. Außenhandel

(ca. 5 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Arten des Außenhandels nach verschiedenen Gesichtspunkten einteilen.	<ul style="list-style-type: none"> – nach Außenhandelsgütern <ul style="list-style-type: none"> • Warenverkehr, • Dienstleistungsverkehr, • Kapitalverkehr – nach räumlicher Sicht <ul style="list-style-type: none"> • Export, • Import, • Transit
– Ursachen für internationalen Handel benennen und dabei auf Vor- und Nachteile von Außenhandel eingehen.	<ul style="list-style-type: none"> – Ursachen – Vor- und Nachteile
– die beiden Grundrichtungen internationaler Handelspolitik unterscheiden.	<ul style="list-style-type: none"> – System des Freihandels – System des Protektionismus

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Grundzüge der deutschen Außenwirtschaftspolitik vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen einordnen.	<ul style="list-style-type: none"> – Zölle – Einfuhrkontingente – Embargomaßnahmen – Devisenbewirtschaftung – Exportquoten – bilaterale, multilaterale Handelsverträge – Handelsabkommen – Dumping
– Aus- und Einfuhrverfahren erläutern.	<ul style="list-style-type: none"> – Ausfuhrverfahren <ul style="list-style-type: none"> • genehmigungsfreie Ausfuhr • genehmigungsbedürftige Ausfuhrverfahren – Einfuhrverfahren <ul style="list-style-type: none"> • genehmigungsfreie Einfuhr • genehmigungsbedürftige Einfuhrverfahren
– Regelungen für Webshops auf ausländischen Märkten benennen.	<ul style="list-style-type: none"> – Zugangsvoraussetzungen – rechtliche Regelungen – Umsatzsteuer

5.11.10. Internationale Handelsabkommen und Wirtschaftsorganisationen

(ca. 2 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– verschiedene Handelsabkommen und Wirtschaftsorganisationen benennen.	<ul style="list-style-type: none"> Beispiele – vom GATT zur WTO – OECD – EFTA – EWR – NAFTA – Andenpakt – MERCOSUR – AFTA – ASEAN – APEC
– den Einfluss der EU auf die Entwicklung von Unternehmen aufzeigen.	<ul style="list-style-type: none"> – EU-Binnenmarkt

5.11.11. Selbstmanagement

(ca. 3 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– mithilfe verschiedener Techniken des Selbstmanagements seine berufliche Entwicklung planen.	– Zielsetzung (SMART) – Planung <ul style="list-style-type: none">• Phasen systematischer Problemlösung• Phasenmodell der vollständigen Handlung – Umsetzung und Zeitmanagement <ul style="list-style-type: none">• Eisenhower-Prinzip• Pareto-Prinzip• ALPEN-Methode• ABC-Methode – Entspannung und Eigenmotivation am Arbeitsplatz

5.12 Lernfeld 12 – Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten

3. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 60 Stunden
---------------------------	-------------------------------------

Zielvorgaben nach bundeseinheitlichen Rahmenrichtlinien

Die Schüler verfügen über die Kompetenz, berufsbezogene Projekte vom Projektauftrag bis zur Projektauswertung zu realisieren.

5.12.1. Grundlagen Projekte

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Projekte abgrenzen.	– Projektbegriff und Beispiele – Merkmale von Projekten gemäß DIN 69901
– die Arten von Projekten anhand von Kriterien unterscheiden.	– Non-Profit-Projekte/Wirtschaftsprojekte – interne/externe Projekte – Großprojekte/Kleinprojekte
– die Aufgaben des Projektmanagements benennen.	– Vorbereitung, Planung, Steuerung, Dokumentation und Controlling
– das Projekt in Phasen unterteilen.	– Nullphase – Projektdefinition – Projektplanung – Projektdurchführung – Projektabschluss

5.12.2. Projektdefinition

(ca. 8 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Projektziele auf Basis der Problemanalyse formulieren.	– Zielfunktionen (Präzisierung, Orientierung, Motivation, Kontrolle) – Zielkomponenten (Sachziel, Kostenziel, Terminziel) – SMART-Regel zur Überprüfung der Zielformulierung – Anforderungskatalog als Instrument zur Präzisierung der Projektziele
– die Bedeutung der auf der Basis von Projektzielen und Anforderungskatalog erstellten Lösungskonzepte interpretieren.	– Gründe für Lösungskonzept – Durchführbarkeitsanalyse
– einen Projektauftrag aufsetzen.	– Inhalt Projektauftrag – Unterscheidung Lastenheft/Pflichtenheft
– wichtige Aspekte der Projektorganisation benennen und erklären.	– Integration des Projekts ins Unternehmen (Projektkoordination, Matrix-Projektorganisation, reine Projektorganisation) – Aufgaben der Projektleitung – Anforderungen an das Projektteam – Projektinfrastruktur – Projektinformationssystem – Kick-off-Meeting

5.12.3. Projektplanung

(ca. 15 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– Planungsschritte benennen.	– Bedeutung der Projektplanung – Planungsphasen
– Arbeitspakete identifizieren.	– Formular Arbeitspakete – Inhalt und Bedeutung der Arbeitspakete
– einen Projektstrukturplan erstellen.	– Aufgaben des Projektstrukturplans – Gliederungsprinzipien (objektorientiert, funktionsorientiert)
– aus dem Projektstrukturplan einen Projektablaufplan entwickeln.	– zeitliche Komponente im Projektablaufplan – Balkendiagramme – Netzplantechnik
– die Komponenten von Kapazitäts- und Kostenplan benennen.	– Inhalt von Kapazitäts- und Kostenplan – zu berücksichtigende Faktoren bei der Erstellung dieser Pläne – mögliche Folgen bei Abweichungen Plan – Ist
– Software zur Projektplanung einsetzen.	– Tabellenkalkulationsprogramm – Mind-Mapping-Software

5.12.4. Projektdurchführung

(ca. 6 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bedeutung der Projektsteuerung erklären und Maßnahmen benennen.	– operative Maßnahmen der Projektsteuerung – Maßnahmen zur Problemvermeidung – Korrektur von Planabweichungen
– die Aufgaben des Projektcontrollings erläutern.	– Soll-Ist-Vergleich – Planungsfehler – Ausführungsfehler – Änderung von Rahmenbedingungen
– die Bedeutung der Projektdokumentation begründen.	– Inhalt der Projektdokumentation

5.12.5. Projektabschluss

(ca. 4 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die Bestandteile des Projektabschlusses erklären.	– Abschlussbericht – Projektverteidigung – Abnahme Projektergebnis/Übergabe durch Auftraggeber

5.12.6. Eigene Projekte bearbeiten

(ca. 23 Stunden)

Kompetenzbeschreibung Der Schüler kann	Lerninhalt
– die theoretischen Grundlagen bei der Bearbeitung eines eigenen Projekts anwenden.	– Bearbeitung einer Aufgabenstellung nach den Phasen eines Projekts – Projektdokumentation – Projektverteidigung

5.13 Lernfeld 13 – In einer Fremdsprache kommunizieren

5.13.1. Ziele des Kompetenzerwerbs

1. - 3. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 120 Stunden
--------------------------------	--------------------------------------

Ziele des Fremdsprachenerwerbs

Zielstellung des Fremdsprachenunterrichts in der dualen Ausbildung zum Kaufmann im E-Commerce ist eine Konsolidierung und Erweiterung vorhandener allgemeinsprachlicher Fremdsprachenkompetenz auf der bereits erreichten Niveaustufe des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens² sowie der Erwerb berufsbezogener Fremdsprachenkompetenz entsprechend dieser Niveaustufe. Die in diesem Lehrplan für die einzelnen Kompetenzbereiche auf mittlerem Niveau (B1) formulierten Aussagen müssen je nach Lernausgangslage der Schüler angepasst und ausgestaltet werden. Des Weiteren ist die Entwicklung einer beruflichen Handlungskompetenz Ziel des Fremdsprachenunterrichts.

Die folgenden Ausführungen beschreiben den zu erreichenden Stand einer kumulativ ausgerichteten Kompetenzentwicklung am Ende des dritten Ausbildungsjahres. Zielstellungen im Bereich der interkulturellen Kompetenz sind als immanenter Bestandteil von Selbst- und Sozialkompetenz formuliert.

Im Sinne einer Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt können in Ergänzung des berufsorientierten Fremdsprachenunterrichts optionale Angebote für die Zertifizierung berufsrelevanter Fremdsprachenkompetenzen genutzt werden.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Hör-/Hör-Sehverstehen	<p>Sachkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – sowohl einfache als auch teilweise sprachlich komplexe Hör-/Hör-Sehsituationen in persönlichen und berufsbezogenen Zusammenhängen bewältigen, wenn die Themen überwiegend vertraut sind, – Texte, die sowohl von Muttersprachlern als auch von Nichtmuttersprachlern verschiedener regionaler Varietäten überwiegend deutlich und in Standardsprache gesprochen werden, verstehen, – den Inhalt allgemeinsprachlicher und berufsspezifischer Hör-/Hör-Sehtexte, wie z. B. Telefonnachrichten und Videokonferenzen global, selektiv oder detailliert erfassen und wiedergeben, – den Gesprächspartner in Situationen allgemeinen sowie berufsbezogenen Inhalts verstehen und adressaten- und situationsgerecht sprachlich und auch nicht sprachlich reagieren, – übliche Wendungen der Unterrichtssprache verstehen und entsprechend handeln.

2 Europarat (Hrsg.): Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen: lernen, lehren, beurteilen. Straßburg, Langenscheidt, 2001.

Hör-/Hör-Sehver- stehen	<p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – Situationen und Aufgabenstellungen nutzen, um Hör-/Hör-Seherwartungen zu entwickeln, – Informationen aus verschiedenen Medien sichern und verdichten, – Verstehenshilfen, z. B. sprachliches, thematisches/berufliches, soziokulturelles Wissen und Weltwissen, akustische Signale, visuelle Signale, intonatorische Strukturen, nutzen, – Schlüsselwörter identifizieren und mit ihrer Hilfe Sinnzusammenhänge erschließen. <p>Selbst- und Sozialkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – sich auf die Aufgabenstellung, den Hör-/Hör-Sehtext und die Situation einstellen und konzentriert zuhören bzw. zuschauen, – den Hör-/Hör-Sehprozess entsprechend der Aufgabe selbstständig bewältigen, – mit Verstehensproblemen konstruktiv umgehen, – Eigenschaften von Sprechern respektieren und sich darauf einstellen, z. B. Sprechtempo, Intonation, Mimik, Gestik, Varietäten der Fremdsprache – bei Unklarheiten gezielt nachfragen, – seine Kompetenzentwicklung selbstständig einschätzen.
------------------------------------	---

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Leseverstehen	<p>Sachkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – den wesentlichen Inhalt und/oder Detailinformationen aus einfachen und auch komplexen berufsrelevanten Texten unterschiedlicher Länge verstehen, die <ul style="list-style-type: none"> • bekannten und teilweise unbekanntem, auch nicht erschließbarem Wortschatz sowie • teilweise komplexe sprachliche Strukturen enthalten, – didaktisierte, adaptierte sowie authentische Texte, z. B. Geschäftsbriefe, Formulare, Zeitungsbeiträge, Prospekte, Protokolle und Diagramme, digitale Inhalte lesen und verstehen, – verschiedene Textsorten erkennen und ihre Funktion bzw. Intention erfassen, – fremdsprachige Arbeitsanweisungen verstehen und entsprechend handeln.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Leseverstehen	<p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – Leseerwartungen aufbauen und nutzen, z. B. durch visuelle Impulse, Überschriften, – verschiedene Lesetechniken, z. B. Skimming, Scanning, schlussfolgerndes Lesen, gezielt anwenden, – Gliederung und Aufbau eines Texts erfassen, Schlüsselwörter erkennen und mit ihrer Hilfe Sinnzusammenhänge erschließen, – geeignete analoge und digitale Hilfsmittel auswählen und nutzen, – sein sprachliches, soziokulturelles und thematisches/berufliches Wissen sowie Weltwissen als Verstehenshilfe nutzen, – unbekanntem Wortschatz, z. B. durch Wortbildungsmuster, Vergleich zu anderen Sprachen und im Kontext, erschließen, – erfasste Inhalte notieren bzw. strukturieren, z. B. Mindmap, Tabelle, Wortcluster. <p>Selbst- und Sozialkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – sich auf die Lesesituation, -text und -aufgabe einstellen und konzentriert lesen, – den Leseprozess entsprechend der Aufgabe und Absicht selbstständig oder auch gemeinsam mit anderen verantwortungsbewusst bewältigen, – mit Textinhalten offen und kritisch umgehen und Sachverhalte, Vorgänge und Handlungen aus der Perspektive anderer betrachten, – sich auf Fachtexte mit berufsrelevantem Wortschatz einstellen und bei Verstehensproblemen weiter konzentriert lesen, – sich aufgrund seiner im Verlauf der Ausbildung gewachsenen Fachkompetenz auch Inhalte fachrelevanter Texte selbstständig erschließen, – seine Kompetenzentwicklung selbstständig einschätzen.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Sprechen	<p>Sachkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – an Gesprächen zu überwiegend vertrauten allgemeinen und berufsrelevanten Themen mit und ohne Vorbereitung, auch telefonisch, funktional angemessen und weitgehend normgerecht teilnehmen, wenn die Gesprächspartner in Standardsprache sprechen, – mit angemessenen sprachlichen Mitteln einen eigenen Standpunkt formulieren und Argumente und Meinungen äußern, – nach Vorbereitung mit einfachen und komplexen sprachlichen Mitteln zu überwiegend vertrauten allgemeinen und berufsbezogenen Themen unter Nutzung von Fachvokabular zusammenhängend und weitgehend normgerecht sprechen, – für die Fremdsprache typische Höflichkeitsfloskeln gezielt in Gesprächen anwenden. <p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – Redepläne bzw. Wortschatzgerüste selbstständig anfertigen und nutzen, – geeignete analoge und digitale Hilfsmittel, z. B. Wörterverzeichnisse, Wörterbücher, auswählen und nutzen, – geeignete Präsentationstechniken situations- und adressatengerecht anwenden und dabei Medien zur Visualisierung nutzen, – sein sprachliches, soziokulturelles und thematisches/berufliches Wissen sowie Weltwissen selbstständig einbeziehen und nutzen, – verschiedene Sprechsituationen adressatengerecht bewältigen, – Strategien zur Förderung der Kommunikation, z. B. Nachfrage, Umschreibung und/oder nicht sprachliche Mittel, einsetzen, – Stimme, Intonation und Sprachregister adressaten- und situationsgerecht einsetzen. <p>Selbst- und Sozialkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – auf den Kommunikationspartner eingehen und Gesprächsregeln einhalten, – kulturelle und landeskundliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede in Gesprächen berücksichtigen, – auch bei Verständigungsschwierigkeiten Wege finden, die Kommunikation aufrecht zu erhalten, – in kooperativen Lernphasen mit anderen zusammenarbeiten, Unterstützung geben und annehmen sowie Verantwortung übernehmen, – seine Kompetenzentwicklung selbstständig einschätzen.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Schreiben	<p>Sachkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <p>unter Verwendung elementarer und komplexer sprachlicher Mittel und eines differenzierten Fachwortschatzes sowie unter Beachtung der entsprechenden Formvorschriften sowie der orthografischen, grammatischen und syntaktischen Regeln der Fremdsprache weitgehend normgerecht</p> <ul style="list-style-type: none"> – einfache und komplexe formelle Texte, insbesondere Geschäftsbriefe, zu überwiegend vertrauten, berufsrelevanten Themen verfassen und dabei zentrale Schreibformen einsetzen, d. h. <ul style="list-style-type: none"> • informieren, z. B. Einladungen und Bestellbestätigungen verfassen, • argumentieren, z. B. Antworten auf Beschwerden schreiben, • appellieren, z. B. Werbetexte anfertigen, • analysieren, z. B. Angebote vergleichen und auswerten, Diagramme beschreiben und auswerten, – Inhalte in angemessener Form, z. B. in Tabellen, Übersichten, Fließtexten, darlegen, – formalisierte Texte, z. B. Lebenslauf, Bewerbungsschreiben, erstellen, – berufsrelevante Formulare und Fragebögen ausfüllen, – aufgabenbezogenen Notizen, Stichwortgerüste und Gliederungen anfertigen, – möglichst genaue Produktbeschreibungen anfertigen. <p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – unterschiedliche Texte, mit und ohne Verwendung sprachlicher Vorlagen planen, strukturieren und verfassen, – sein sprachliches, soziokulturelles und thematisches/berufliches Wissen sowie Weltwissen selbstständig einbeziehen und nutzen, – geeignete analoge und digitale Hilfsmittel, z. B. Wortlisten, Wörterbücher, Stichpunkte, sachgerecht und effizient einsetzen, – Geschriebenes selbstständig kontrollieren und gegebenenfalls überarbeiten.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Schreiben	Selbst- und Sozialkompetenz Der Schüler kann <ul style="list-style-type: none"> – Texte entsprechend der Aufgabenstellung in einem vorgegebenen Zeitrahmen verfassen, – mit anderen zusammenarbeiten und dabei Unterstützung geben und annehmen, – Besonderheiten der fremdsprachigen Schriftsprache beim Verfassen eigener Texte akzeptieren und diese adressatengerecht anwenden, z. B. Regeln der fremdsprachigen Geschäftskorrespondenz, Verwendung von Höflichkeitsfloskeln. – seine Kompetenzentwicklung selbstständig einschätzen.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
Sprachmittlung	<p>Sachkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – selbstständig in im Wesentlichen vertrauten beruflichen Sprachmittlungssituationen mündlich und/oder schriftlich sach-, situations- und adressatengerecht vermitteln, – Informationen aus mündlichen oder schriftlichen Texten zu im Wesentlichen vertrauten berufsbezogenen Themen sinngemäß in die deutsche und in die Fremdsprache übertragen, – Informationen aus mündlichen oder schriftlichen Texten zu im Wesentlichen vertrauten Themen in der deutschen und gelegentlich der Fremdsprache zusammenfassen, – kurze Textabschnitte mit Aussagen zu bestimmten inhaltlichen Details in die deutsche Sprache übertragen. <p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – wesentliche Informationen des mündlichen oder schriftlichen Ausgangstextes erfassen, sichern, z. B. durch Notizen, und wiedergeben, – verschiedene Sprachmittlungsstrategien, z. B. Vereinfachen, Umschreiben, gezielt einsetzen sowie Mimik und Gestik nutzen, – verschiedene analoge und digitale Hilfsmittel verwenden, – sein sprachliches, soziokulturelles und thematisches/berufliches Wissen sowie Weltwissen bei der Sprachmittlung einbeziehen. <p>Selbst- und Sozialkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – sich auf die Sprachmittlungssituation und den Adressaten einstellen, – adressatengerecht agieren und entsprechende Regeln hinsichtlich Höflichkeit, Respekt und Toleranz beachten, – mit Problemen im Prozess der Sprachmittlung konstruktiv umgehen und bei Unklarheiten gezielt nachfragen, – seine Kompetenzentwicklung selbstständig einschätzen.

Funktionale kommunikative Kompetenz	Kompetenzbeschreibung
<p>Über Sprache, Sprachverwendung und Sprachenlernen reflektieren</p>	<p>Sachkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – die Funktionalität sprachlicher Mittel in Texten erkennen, – vorhandene sprachliche Mittel der deutschen Sprache, ggf. der Herkunftssprache und der Fremdsprache sowie nicht sprachliche Mittel für das Verstehen und die Verständigung nutzen und darüber reflektieren, – Standardsprache von Umgangssprache und Fachsprache unterscheiden und einen formellen und weniger formellen Stil erkennen und adressatengerecht anwenden, – das Zusammenwirken von Sprache und Kultur im Umgang mit ausländischen Geschäftspartnern nicht nur im allgemeinsprachlichen, sondern auch im betrieblichen Kontext erkennen und nutzen. <p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wortschatz und Strukturen auf der Grundlage seines Vorwissens selbstständig erschließen und anwenden, – Techniken des Sprachvergleichs, wie Identifizieren, Kontrastieren, Ordnen, anwenden, – analoge und digitale Hilfsmittel, Medien und Quellen unter Verwendung verschiedener Techniken selbstständig nutzen, – den Bezug zu anderen Sprachen herstellen. <p>Selbst- und Sozialkompetenz</p> <p>Der Schüler kann</p> <ul style="list-style-type: none"> – sprachliche und nicht sprachliche Phänomene aufmerksam und bewusst wahrnehmen, – über eigene Sprachlernstrategien reflektieren.

5.13.2. Zentrale Inhalte

1. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 40 Stunden
<p>Der Auszubildende in seinem Unternehmen (vergleiche LF 1, 2, 3) (ca. 10 Stunden)</p>	
<p>Vorstellen der eigenen Person</p>	
<p>Beschreiben der Berufsausbildung Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce</p>	
<p>Vorstellen des Ausbildungsbetriebs (z. B. Geschichte, Größe, Personal, Organisationsstruktur, Lagebeschreibung, Unternehmensprofil, Sortimentsgestaltung, Vertriebskanäle)</p>	
<p>Beschreibung von Arbeitsplatz und Arbeitsmitteln</p>	
<p>Benennen berufsspezifischer Tätigkeiten</p>	
<p>Grundlegende Gesprächssituationen unter Beachtung interkultureller Besonderheiten im Umgang mit Kunden (vergleiche LF 2) (ca. 8 Stunden)</p>	
<p>Begrüßung, Small Talk</p>	
<p>Erteilen von Auskünften, z. B. allgemeine Produktinformationen bzw. Produktbeschreibungen, Liefer- und Zahlungsbedingungen</p>	
<p>Berufsbezogene Telefonate unter Verwendung von Fachvokabular (ca. 8 Stunden)</p>	
<p>Verstehen, Weiterleiten von Telefonaten und Anfertigen von Telefonnotizen</p>	
<p>Buchstabieren von Namen, Bezeichnungen und Adressen nach internationalem Alphabet</p>	
<p>Berufsbezogene Schriftstücke unter Verwendung von Fachvokabular (ca. 14 Stunden)</p>	
<p>Kennen von Form, Aufbau und Besonderheiten von Geschäftsbriefen, E-Mails</p>	
<p>Verfassen von Geschäftsbriefen, E-Mails</p>	
<p>Vereinbarung von Terminen</p>	
<p>Verfassen von Social-Media-Beiträgen</p>	
<p>Angemessene Reaktion auf Kundenbeiträge</p>	
<p>Formulierung und Gestaltung von Newsletter- und Blogbeiträgen</p>	

2. Ausbildungsjahr	Zeitrichtwert 40 Stunden
<p>Geschäftskorrespondenz – Bearbeitung von Aufträgen schriftlich und telefonisch (vergleiche LF 5) (ca. 15 Stunden)</p>	
<p>Formulierung und Gestaltung von Anfragen</p>	
<p>Einholen und Erstellen von Angeboten</p>	
<p>Informieren über Liefer- und Zahlungsbedingungen (Incoterms), Gewährleistung, Widerrufsrecht</p>	
<p>Verfassen und Bearbeiten von geschäftstypischen Dokumenten, z. B. Bestellungen, Auftragsbestätigungen, Stornierungen, Rechnungen</p>	
<p>Beratungs- und Verkaufsgespräche auch im interkulturellen Kontext (vergleiche LF 6, 7 und Deutsch) (ca. 15 Stunden)</p>	
<p>Anwenden von Techniken der Gesprächs- und Verhandlungsführung (Sales Talk) mit internen und externen Dienstleistern, z. B. optimale Platzierung, technische Umsetzung, Vergütungsmodelle</p>	
<p>Präsentieren von Produkten bzw. Beschreiben von Dienstleistungen, z. B. bei Teilnahme an Messen und Ausstellungen</p>	
<p>Repräsentative Produktbeschreibungen (vergleiche LF 7) (ca. 10 Stunden)</p>	
<p>Beschreiben der Art des Produktes, Handhabungs- und Pflegehinweise, Garantien, Zertifikate, Vorteile bzw. Zusatznutzen des Produktes, Preis- und Lieferdetails, verschiedene Ausfertigungen und Größen, Abgrenzung zu Konkurrenzprodukten und Serviceleistungen</p>	

3. Ausbildungsjahr	Zeitrictwert 40 Stunden
Geschäftskorrespondenz – Bearbeitung von Kaufvertragsstörungen schriftlich und telefonisch (vergleiche LF 5) (ca. 14 Stunden)	
Abwicklung von Reklamationen und Retouren mittels verschiedener Kommunikationstechniken (Kaufvertragsstörungen)	
Verfassen von/Reaktion auf Mahnungen	
Einsatz von Online-Marketing Strategien (vergleiche LF 7, 10) (ca. 16 Stunden)	
Analyse des Marktes	
Analyse und Planung der Marketing Mix für Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens	
Zielgruppengerechte Formulierung von Werbebotschaften	
Auswertung von Zahlenmaterial, z. B. Diagramme, KPIs	
Meine berufliche Zukunft im E-Commerce (ca. 10 Stunden)	
Verfassen von Bewerbungen (auch online) inklusive Lebenslauf	
Vorbereiten und Simulieren von Bewerbungsgesprächen	
Betrachtung von Bedeutung und Wandel des E-Commerce im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang	