



**KULTUSMINISTER
KONFERENZ**



Rheinland-Pfalz

PÄDAGOGISCHES
LANDESINSTITUT

RAHMENLEHRPLAN
für den Ausbildungsberuf
Kaufmann im E-Commerce und Kauffrau im E-Commerce
(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 24.11.2017)

Die Umsetzung des neuen Lehrplans in Lernsituationen: Vorgehensweise + Tipps

Anka Pistner



GLIEDERUNG

- I. Analyse des Lernfelds
- II. Kompetenzen ermitteln
- III. Festlegung von Lernsituationen
- IV. Gestaltung und Dokumentation



Rheinland-Pfalz

PÄDAGOGISCHES
LANDESINSTITUT

I. Analyse des Lernfelds



ANALYSE DES LERNFELDS

Berufliche Handlungskompetenz

Lernfeld 2:

Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

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

Die Schülerinnen und Schüler analysieren das vorhandene Sortiment (*Sortimentsbreite und -tiefe*) hinsichtlich der aktuellen Nachfrage im Online-Vertriebskanal, der Konkurrenzangebote und voraussichtlicher Entwicklungen. Dabei identifizieren sie Veränderungsbedarfe auch unter Berücksichtigung der Marktstrategien (*Marktfeld-, Marktparzellierungsstrategie*) des Unternehmens.

Sie informieren sich über rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation (*Informationspflichten zu Produkten, Namens- und Markenrecht, Urheber- und Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht, unlauterer Wettbewerb*).

Beschreibung der beruflichen Handlungskompetenz zum Ende des Lernfelds

Kriterien, die die berufliche Handlungskompetenz der Auszubildenden abbilden



Rheinland-Pfalz

PÄDAGOGISCHES
LANDESINSTITUT

II. Kompetenzen ermitteln



KOMPETENZEN ERMITTELN

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

Die Schülerinnen und Schüler **analysieren** das vorhandene Sortiment (*Sortimentsbreite und -tiefe*) hinsichtlich der aktuellen Nachfrage im Online-Vertriebskanal, der Konkurrenzangebote und voraussichtlicher Entwicklungen. Dabei **identifizieren** sie Veränderungsbedarfe auch unter Berücksichtigung der Marktstrategien (*Marktfeld-, Marktparzellierungsstrategie*) des Unternehmens.

Sie **informieren** sich über rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation (*Informationspflichten zu Produkten, Namens- und Markenrecht, Urheber- und Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht, unlauterer Wettbewerb*).

Die Schülerinnen und Schüler **wählen** für die Erweiterung des Online-Sortiments neue Produkte (*Massenprodukte, Nischenprodukte*) aus und **planen** deren Aufnahme. In ihre Planungen beziehen sie Serviceleistungen sowie Zusatzangebote (*Cross-Selling*) im Hinblick auf eine kundenorientierte Gestaltung des Online-Sortiments ein. Sie **ordnen** die Produkte in Produktkategorien ein und stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher (*Suchfunktionen, Filter*).

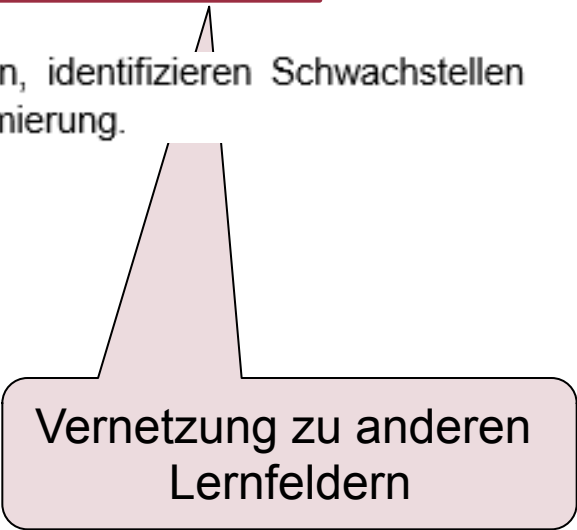


KOMPETENZEN ERMITTELN

Sie **stellen die Produkte mit Hilfe von elektronischen Vorlagen ein** und aktualisieren bei Bedarf Stammdaten und Preise (*Warenwirtschaftssystem*). Zum Datenaustausch mit dem Online-Vertriebssystem nutzen sie passende **Softwareschnittstellen**

Für die Sicherstellung der Verfügbarkeit (*Nachlieferungen, Nichtlieferungen*) der Produkte im Online-Vertriebskanal **kommunizieren sie mit dem Bereich Beschaffung** und initiieren

Sie **bewerten** die Kommunikation mit anderen Bereichen, identifizieren Schwachstellen und erarbeiten auch **im Team** Vorschläge zur Prozessoptimierung.



Vernetzung zu anderen
Lernfeldern

Kompetenzen

zielen ab auf
Anwendung des
Gelernten und auf
Handeln

beschreiben auf
andere Bereiche
übertragbare
Fähigkeiten

integrieren alle
Fähigkeiten der
ganzen Person zur
Lösung des Problems

erkennen an, dass
Lernen ein
längerfristiger
Prozess ist



III. Festlegung von Lernsituationen



DEFINITION

Lernsituationen ...

- konkretisieren das Lernfeld
- sind für den Unterricht aufbereitete Lernfelder
- berücksichtigen regionale und berufsspezifische Besonderheiten
- ...

FORMULIERUNG

Vier Typen:

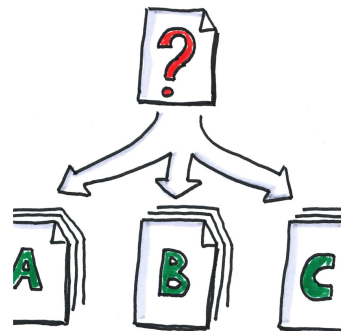
ergebnisorientiert



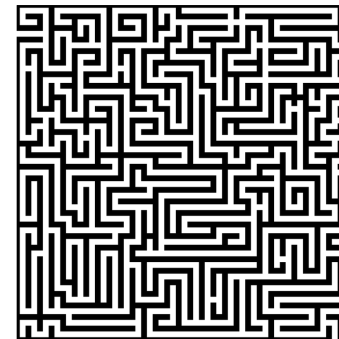
frageorientiert



situationsorientiert

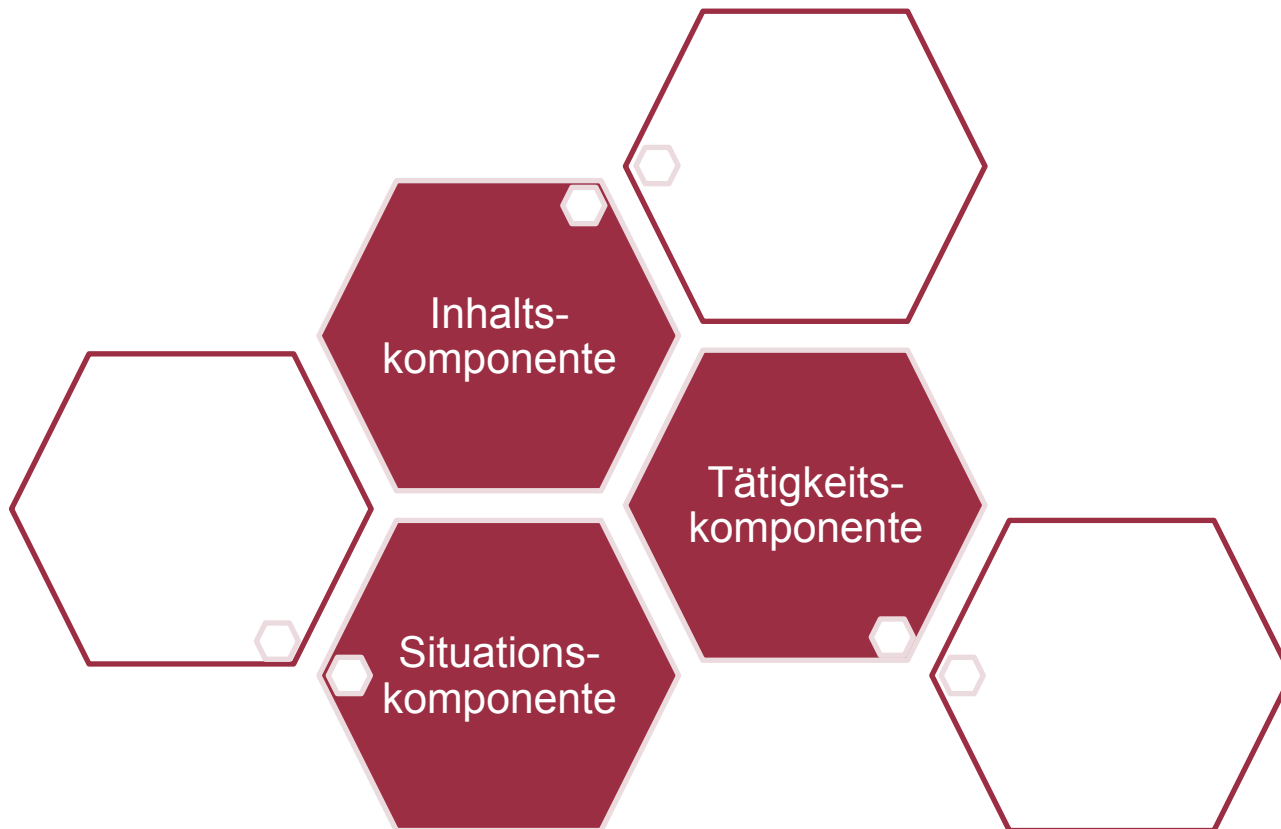


symbolisch



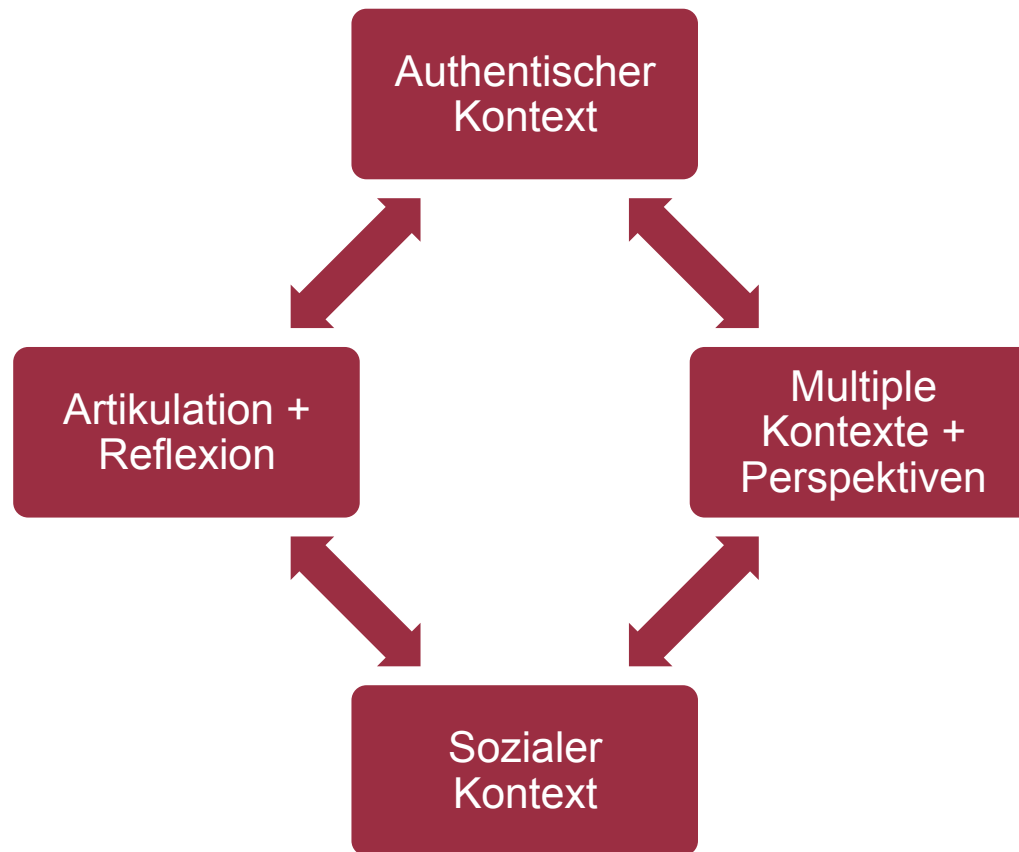
FORMULIERUNG

Lernsituationen haben eine ...





KONSTRUKTION





FESTLEGUNG

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

Die Schülerinnen und Schüler analysieren das vorhandene Sortiment (*Sortimentsbreite und -tiefe*) hinsichtlich der aktuellen Nachfrage im Online-Vertriebskanal, der Konkurrenzangebote und voraussichtlicher Entwicklungen. Dabei identifizieren sie Veränderungsbedarfe auch unter Berücksichtigung der Marktstrategien (*Marktfeld-, Marktparzellierungsstrategie*) des Unternehmens.

Sie informieren sich über rechtliche Regelungen zur Produktpräsentation (*Informationspflichten zu Produkten, Namens- und Markenrecht, Urheber- und Nutzungsrecht, Persönlichkeitsrecht, unlauterer Wettbewerb*).

Die Schülerinnen und Schüler wählen für die Erweiterung des Online-Sortiments neue Produkte (*Massenprodukte, Nischenprodukte*) aus und planen deren Aufnahme. In ihre Planungen beziehen sie Serviceleistungen sowie Zusatzangebote (*Cross-Selling*) im Hinblick auf eine kundenorientierte Gestaltung des Online-Sortiments ein. Sie ordnen die Produkte in Produktkategorien ein und stellen die Auffindbarkeit der Produkte im Online-Vertriebskanal sicher (*Suchfunktionen, Filter*).

Die Schülerinnen und Schüler formulieren Anforderungskriterien für eine verkaufsfördernde, kundenorientierte sowie retourenminimierende Produktpräsentation. Sie achten auf Barrierefreiheit.

LS 2.1

LS 2.2



Rheinland-Pfalz

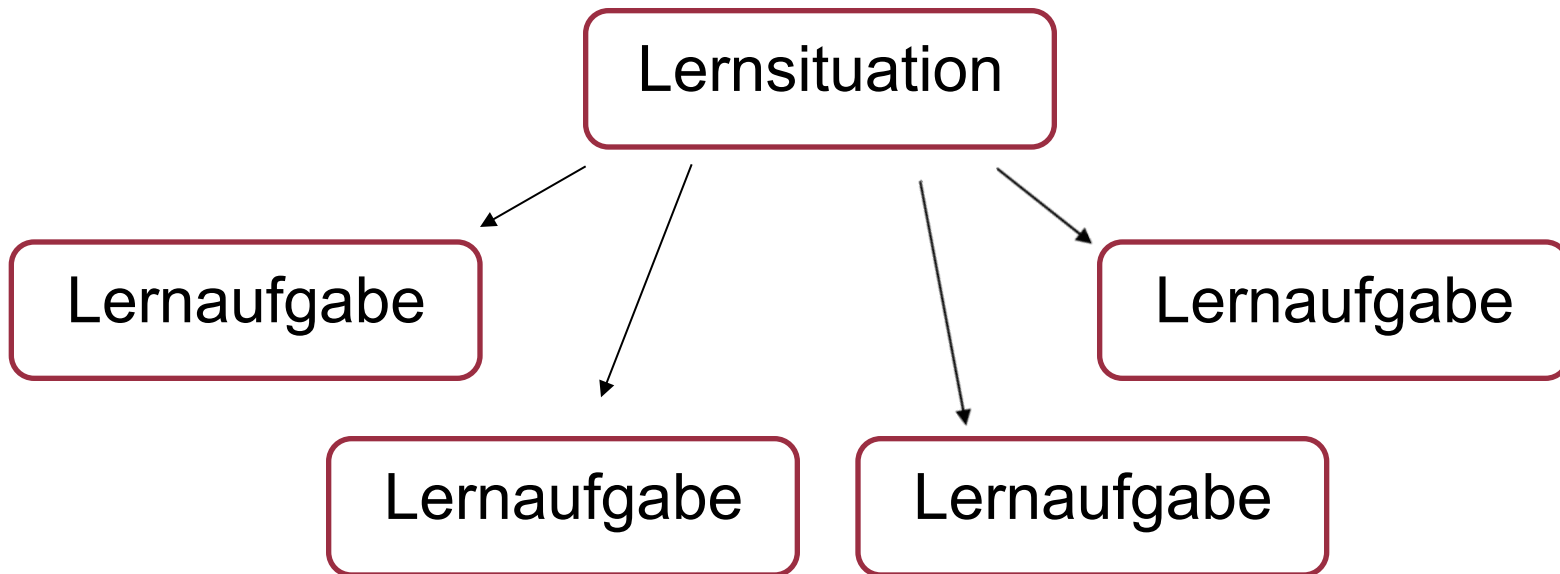
PÄDAGOGISCHES
LANDESINSTITUT

IV. Gestaltung und Dokumentation



GESTALTUNG

Die Lernsituation wird in Lernaufgaben differenziert:





DOKUMENTATION

Bildungsgang: Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce Ausbildungsjahr 1 Lernfeld Nr. 2: (80 UStd.): Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen Lernsituation Nr. 2.1: (16 UStd.): Sortimentsanalyse im Online-Vertriebskanal	
Einstiegsszenario Die Schülerinnen und Schüler erhalten eine E-Mail von Herrn Blanke, der Leiter der Category „YoungFashion“ ist. Ihm bereitet die ehemalige Highest-Selling-Category „YoungFashion“ aufgrund aktueller Entwicklungen im Online-Vertriebskanal etwas Sorge. Im Vergleich zu den direkten Mitbewerbern liegt das Modellunternehmen mit seinen Absatzzahlen deutlich zurück. Aus diesem Grund soll ein Teammeeting mit Herrn Chen aus dem Online-Marketing und Frau Wolter aus dem Web-Controlling stattfinden. Da Herr Blanke für zwei Wochen auf Geschäftsreise ist, sollen die Schülerinnen und Schüler die aktuelle Lage in einem Analysebericht dokumentieren und eine begründete Handlungsempfehlung abgeben. Das nächste Teammeeting zur Präsentation der Ergebnisse ist für den XX.YY.20XY im Konferenzraum K368 um 10:00 Uhr geplant.	Handlungsprodukt/Lernergebnis <ul style="list-style-type: none">- digital aufbereiteter Analysebericht: Sortimentsanalyse, Trendanalyse und Mitbewerberanalyse (z. B. mit einem Tabellenkalkulationsprogramm erstellte Grafiken zur Visualisierung)- begründete Handlungsempfehlung unter Nutzung von Fachbegriffen und der Berücksichtigung der Marktstrategie des Unternehmens
Wesentliche Kompetenzen Die Schülerinnen und Schüler <ul style="list-style-type: none">- planen ihre eigene Arbeitsweise- erstellen eine Übersicht zu dem aktuellen Sortiment [...]	Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung <ul style="list-style-type: none">- Bewertung der Dokumentation des Analyseberichts- Bewertung der Präsentation Konkretisierung der Inhalte <ul style="list-style-type: none">- Arbeitsplan- Sortimentserweiterung (Sortimentsbreite und -tiefe)- [...]



DOKUMENTATION

Wesentliche Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler

- planen ihre eigene Arbeitsweise
- erstellen eine Übersicht zu dem aktuellen Sortiment
- dokumentieren systematisch Anforderungen, die sich aus der Sortimentserweiterung, den Produktarten sowie der angestrebten Marktstrategie ergeben
- analysieren Daten aus dem Warenwirtschaftssystem und des Web-Controllings
- analysieren das Sortiment der Mitbewerber
- geben begründete Handlungsempfehlungen unter Verwendung von Fachbegriffen
- dokumentieren und visualisieren ihren Analysebericht und ihre Handlungsempfehlung adressatengerecht und digital
- präsentieren ihre Arbeitsergebnisse
- bewerten und reflektieren die Präsentationsergebnisse

Englisch:

- entnehmen grundlegende Details aus mündlich und schriftlich vorgetragenen Beschreibungen von Produkten und deren Entwicklung und vergleichen diese (Rezeption, mündlich und schriftlich)

Deutsch:

- gestalten unterschiedliche monologische und dialogische Kommunikationsformen (monologische Formen: Präsentation)

Konkretisierung der Inhalte

- Arbeitsplan
- Sortimentserweiterung (Sortimentsbreite und -tiefe)
- Produktarten (Massen- und Nischenprodukte)
- Marktstrategien (Marktfeld- und Marktparzellierungsstrategie)
- Daten aus dem Warenwirtschaftssystem: Absatzzahlen und Umsatz
- Daten aus dem Web-Controlling: Warenkörbe und Bestellungen
- Dokumentationsstruktur für Arbeitsergebnisse
- Analysebericht
- Kriterienkatalog zur Bewertung der Arbeitsergebnisse



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Noch Fragen?



anka.pistner@pl.rlp.de