

„digiskill-retail“

Entwicklung und Einsatz flexibler und digitaler Tools zur Steigerung der digitalen Kompetenzen von Auszubildenden und Beschäftigte im Einzelhandel.

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396

Ergebnisdokumentation zu Arbeitspaket 4 – Lernszenarios

Im Rahmen des Projekts hat das Projektkonsortium im Arbeitspaket 4 spezifische Lernszenarios für Micro Learning Einheiten erarbeitet, um gezielt die identifizierten Kompetenzdefizite bei Ausbildern, Dozenten und Berufsschullehrern zu verringern. Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Rahmenbedingungen in Berufsschulen, Bildungszentren und Unternehmen sowie der variierenden Kompetenzlevel der Zielgruppen wurden passgenaue Szenarien entwickelt, die eine effektive und nachhaltige Integration der im Projekt entwickelten eLearnings in den Bildungsalltag ermöglichen. Ziel ist es, die Lernprozesse zu optimieren sowie die Auszubildenden und Fachkräfte in ihrer beruflichen Entwicklung gezielt zu unterstützen.

Die entwickelten Lernszenarios sind in den Dokumentationen des Projekts nachlesbar und stehen allen Interessierten zur Verfügung.

Partners:



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Union finanziert. Diese Veröffentlichung gibt nur die Ansichten des Verfassers wieder, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Inhalt

Lernszenario 1 3
 Lerneinheit: 2.3 Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce..... 3

Lernszenario 2 6
 Lerneinheit: 2.3: Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce..... 6

Lernszenario 3 10
 Lerneinheit: 2.2.3: Erfolgreiche Kommunikation mit den Kunden 10

Learning scenario 4..... 15
 Unit 1.2.2: Avoiding Clicking on Malicious Links and Handling Suspicious Attachments..... 15

Learning scenario 5..... 17
 Unit 1.3.1: Using Forms to gather customer feedback 17

Learning scenario 6..... 19
 Unit 1.4.2: Eco-Friendly Symbols..... 19

Learning scenario 7..... 21
 Unit 1.4.1: Label Elements 21

Learning scenario 8..... 23
 Unit 1.3.2: Analyzing customer feedback 23

Learning scenario 9..... 25
 Unit 1.1.3: Fact-Checking..... 25

Learning scenario 10..... 27
 Unit 2.1: Marketing tools in retail..... 27

Learning scenario 11..... 30
 Unit 2.2: Service and Communication..... 30

Learning scenario 12..... 33
 UNIT 2.3: Use of e-mail in e-commerce business processes 33

Learning scenario 13..... 36
 Unit 4.1: The importance of Digital Content Creation 36

Learning scenario 14..... 40
 Unit 4.3: Copyright and Licences in Content Creation 40

Learning scenario 15..... 44
 Unit 4.4: Create a visual brand 44

Lernszenario 1

Lerneinheit: 2.3 Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce

1. Angaben zum Unternehmen	
Name und Adresse:	Berufliche Schule für Wirtschaft und Handel
Name des Erstellers:	Katarzyna Brunsch – zbb und Berufsschullehrkraft

2. Angaben zu dem integrierten eLearning-Modul bzw. seiner Teilelemente	
Modul:	2.3 Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce
Thema:	E-Mail-Marketing
Unit:	Lerneinheit 2.3.1: Automatisierte Geburtstagsgrüße Lerneinheit 2.3.2: Willkommensmails Lerneinheit 2.3.3: Automatisierte Bestellbestätigungen Lerneinheit 2.3.4: Newsletter versenden
Titel der betrieblichen Handlungssituationen:	

3. Angaben zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce
Kurzbeschreibung der Art und Weise der Einbettung des eLearning-Moduls bzw. seiner Teilelemente in das Szenario:	Der Lernstoff im Modul 2.3., Aufgabe 2.3.1 – 2.3.4 vermittelt Wissen zur Bedeutung, Erstellung und Gestaltung von automatisierten Geburtstagsgrüßen und Auftragsbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern entlang zweier Beispiele: Gesellschaftsmodell Sinus-Milieus und operatives Marketing-Controlling.
Kompetenzorientiertes Gesamt-(Lern)Ziel des Szenarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung von automatisierten Geburtstagsgrüßen und Auftragsbestätigungen, Willkommensmails und Newsletter verstehen sowie dessen Vorteile aus Kunden und Unternehmenssicht nennen können. • Kenntnisse der relevanten gesetzlichen Vorschriften erwerben, wie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Opt-in/Opt-out-Mechanismen und dem Umgang mit Abmeldungen und Beschwerden. • Grundlagenkenntnisse erhalten in Bezug auf E-Mail-Design, effektive Betreffzeile, Call-to-Actions (CTAs) und Inhaltgestaltung. • Fähigkeiten erwerben, zur Erstellung und Gestaltung von automatisierten Geburtstagsgrüßen und Auftragsbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	<p>Im Vorfeld der Lerneinheit kurze Aufbereitung des Themas aus LF5/1. AJ Kiss Model/AIDA-Formel zur Wiederholung.</p> <p>Am Beispiel eines kleineren Musterunternehmens wird die Bedeutung von E-Mail-Marketing herausgestellt. Die Zielgruppenwahl wird eher im hochpreisigen Segment verortet, mit dem Ziel die persönliche Kundenbeziehungen zu stärken. Die Zielgruppensegmentation erfolgt anhand des Gesellschaftsmodells des Sinus-Milieus. Danach wird am Beispiel des etablierten Milieus, die Bedeutung zur Stärkung persönlicher</p>

	<p>Kundenbeziehungen, mittels E-Mails, herausgearbeitet. Hier finden die Aufgaben 2.3.1-2.3.4 Anwendung.</p> <p>Das Thema lässt sich auch gut mit den Kennzahlen aus dem operativen Marketing-Controlling verknüpfen. Hier kann gemessen werden, wie stark die Kunden auf eine Marketingmaßnahme reagieren. Im ersten Schritt sollen die Azubis eine E-Mail formulieren, die keine spezifische Zielgruppe anspricht. Die Auswertung der Kennzahlen liefert zunächst ein niedriges Ergebnis bei der Kauf-/Kontaktaufnahmequote. Danach wird das Problem im Klassenplenum erörtert und festgehalten, wo das Problem liegt und warum es nicht funktionieren kann „Stichwort“ die Zielgruppe wurde nicht bestimmt. Im zweiten Schritt schaut man sich an, wie die E-Mail besser verfasst werden kann. Dazu wird die Aufgabe 2.3.4 herangezogen, in der anhand der AIDA-Formel die E-Mail aufgebaut ist und die SuS diese erneut verfassen. Die Marketingmaßnahme wird wieder nach den oben genannten Kennzahlen gemessen und diesmal wird ein positives Ergebnis erwartet, da die SuS die E-Mail nach dem AIDA-Konzept erarbeitet haben.</p>
Inhaltliche Zuordnung zu bestehenden Lehrplänen/ Ausbildungsordnungen etc.:	3. Ausbildungsjahr - Fach Deutsch (allgemeinbildende Bereich) und/oder Lernfeld 12 „E-Commerce“ Arten des E-Commerce für Absatzgeschäft, Strategien im E-Commerce, Online-Marketing Controlling

4. Rahmenbedingungen	
Lernort:	Berufsschule
Qualifizierungsstufe:	Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel, Verkäufer/-in (IHK)
Größe, Besonderheiten der Zielgruppe:	15 - 25 Teilnehmer (SuS)
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Medieneinsatz:	PC oder Tablett, Internetzugang
Medieneinsatz (Software, Tools, Videos etc.):	Whiteboard oder Flipchart, Blätter, um wesentliche Punkte zusammenzutragen und zu visualisieren

5. Organisatorische Hinweise	
Zeitlicher Umfang des Lernszenarios insgesamt (in vollen Stunden):	2 x 2 Unterrichtseinheiten
Zeitraumen der Durchführung (in Tagen/Wochen etc.):	k.A.

Zeitlicher Umfang der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	k.A.
Checkliste zur Vorbereitung:	Vernünftige Lernatmosphäre schaffen PC – Raum vorbereiten, jeden Arbeitsplatz testen (Internet Explorer als Standard-Browser, aktuellen Adobe Flash-Player installieren/updates, Internetanbindung,

6. Vorausgesetztes Fachwissen:

k.A.

7. Lernergebnisse

- Lernende können Unterschiede zwischen automatisierten Geburtstagsgrüßen und Bestellbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern erkennen sowie die Bedeutung des E-Mail-Marketings aus Unternehmenssicht erläutern.
- Lernende können die Vorteile aus Sicht der Kunden und Unternehmenssicht nennen und erwerben Kenntnisse zu relevanten gesetzlichen Vorschriften, von den oben genannten E-Mail-Marketing-Kampagnen.
- Lernende erlernen, personalisierte und zielgerichtete E-Mail-Inhalte zu verfassen, die den Best Practices des E-Mail-Designs folgen.

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:

Umsetzung der Lerneinheit: Wiederholung der voraussetzenden Fachkenntnisse, Gruppenarbeit mit unterschiedlichen Ausgangssituationen, Branchen und Zielgruppen, um auf unterschiedliche Ergebnisse in der Fehleranalyse zu gelangen. Danach Präsentation der Ergebnisse über die Methode „Gallery Walk“. Das Klassenzimmer wird zu einer Galerie. Die Arbeitsergebnisse der einzelnen Arbeitsgruppen werden gut sichtbar im Raum ausgestellt.

Lernszenario 2

Lerneinheit: 2.3: Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce

1. Angaben zum Unternehmen	
Name und Adresse:	Bildungszentrum Handel und Dienstleistungen Thüringen gGmbH, Bergstromweg 1 99094 Erfurt
Name des Erstellers:	Katarzyna Brunsch, Herr Schröpfer - Lehrkraft

2. Angaben zu dem integrierten eLearning-Modul bzw. seiner Teilelemente	
Modul:	2.3 Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce
Thema:	E-Mail-Marketing
Unit:	Lerneinheit 2.3.1: Automatisierte Geburtstagsgrüße Lerneinheit 2.3.2: Willkommensmails Lerneinheit 2.3.3: Automatisierte Bestellbestätigungen Lerneinheit 2.3.4: Newsletter versenden
Titel der betrieblichen Handlungssituationen:	Beispielhafte Kaufprozesse mit verschiedenen Kundenkontakten

3. Angaben zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce
Kurzbeschreibung der Art und Weise der Einbettung des eLearning-Moduls bzw. seiner Teilelemente in das Szenario:	Der im Modul vermittelte Lernstoff wird mit Hilfe der Handlungssituationen in Aufgabe 2.3.1 – 2.3.4 gefestigt und praktisch angewendet. Thematische Schwerpunkte sind die Erstellung und Gestaltung von automatisierten Geburtstagsgrüßen und Auftragsbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern.
Kompetenzorientiertes Gesamt-(Lern)Ziel des Szenarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung von automatisierten Geburtstagsgrüßen und Auftragsbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern verstehen und dessen Vorteile aus Sicht der Kunden und Unternehmenssicht nennen können. • Kenntnisse der relevanten gesetzlichen Vorschriften erwerben, wie Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Opt-in/Opt-out-Mechanismen und dem Umgang mit Abmeldungen und Beschwerden. • Grundlagenkenntnisse erhalten in Bezug auf E-Mail-Design, effektive Betreffzeile, Call-to-Actions (CTAs) und Inhaltgestaltung. • Fähigkeiten erwerben, zur Erstellung und Gestaltung von automatisierten Geburtstagsgrüßen und Auftragsbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Zu Beginn der Lerneinheit erfolgt eine kurze Darstellung, wie rasant sich der gesamte Digitalisierungsprozess in den Handelsstrukturen entwickelt hat. In der Regel folgt ein gemeinsamer Austausch und die Rückspiegelung der Schüler/-innen (SuS) im Plenum, die ihre praktischen Erfahrungen im Unterricht teilen und die These im besten Fall bestätigen. Während der Diskussion wird der Kontext zum Einsatz von E-Mails in den Geschäftsprozessen des E-Commerce und der praktischen Umsetzung, in der

	<p>Handelsfirma das erste Mal eingebunden. Hier müssen die SuS noch keine Bezüge nennen können.</p> <p>Es folgt eine theoretische Abhandlung der Zusammenhänge zwischen Wettbewerbsstrategie/Wettbewerbssituation und Geschäftsmodell. Das Vorwissen ist notwendig, um den Lernstoff zum Handelsfachwirt zu vermitteln und dient auch als Bindeglied, um auf das Kernthema überzugehen „Mögliche Kundenkontakte mittels verschiedener Kanäle herstellen“.</p> <p>Arbeitstitel: „Beispielhafter Kaufprozess mit verschiedenen Kundenkontakten einleiten“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufführung der verschiedenen Kommunikationskanäle (möglich ist hier auch der Einbezug der Lerneinheit 2.1.2: Kundenkommunikation im Multi Channel Umfeld) • Konzentration auf Verwendung/Einsatz von E-Mails im Werbebereich mit verschiedenen Schwerpunktthemen, wie Vorlauf Kundenverhandlungen, Kundenberatung bis hin zu Zahlungsmodalitäten möglich. Ggf. noch differenzieren nach Kundentypen • Konzentration auf den Newsletter und seine Verwendung mit Vor- und Nachteilen aus Sicht des Unternehmens/ des Kunden • Praktische Darstellung zur Verwendung des Newsletters, wie z. B. dem Kunden verschiedene Phasen des Kaufprozesses näherbringen (Bestellprozess, Versand, Neuigkeiten der verschiedenen Zahlungsmodalitäten, wie Klarna, PayPal, Apple Pay usw.). <p>Kriterien zur Fortsetzung des Themas bezogen auf die Zielgruppe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differenzierung der Funktionen des Newsletters zwischen Geschäftskunde/Privatkunde • Unterscheidung der Ausrichtung zwischen stationärem Geschäft / Onlineshop und regional, national oder Grenzgeschäft.
<p>Inhaltliche Zuordnung zu bestehenden Lehrplänen/ Ausbildungsordnungen etc.:</p>	<p>Weiterbildung Handelsfachwirt/-in</p> <p>Fach Handelsmarketing: Weiterentwicklung von Vertriebskonzepten unter Berücksichtigung von E-Commerce.</p> <p>Einordnung des Themas im Fach Handelsmarketing: E-Mail-Newsletter und seine Verwendung in Kapitel 9 von 10.</p>

4. Rahmenbedingungen	
Lernort:	Bildungsträger
Qualifizierungsstufe:	Handelsfachwirt/-in (IHK)
Größe, Besonderheiten der Zielgruppe:	10 - 12 Teilnehmer (SuS) Die angehenden Handelsfachwirte bringen aus den Unternehmen oftmals Vorwissen zum E-Mail-Marketing mit.
Notwendige Technik (Hardware,	PC oder Tablett, Internetzugang

Internetzugang) Medieneinsatz:	
Medieneinsatz (Software, Tools, Videos etc.):	Whiteboard oder Flipchart, um wesentliche Punkte zusammenzutragen und zu visualisieren.

5. Organisatorische Hinweise

Zeitlicher Umfang des Lernszenarios insgesamt (in vollen Stunden):	2 Unterrichtseinheiten (abhängig vom Vorwissen der Zielgruppe) 1 Unterrichtseinheit als Prüfungsvorbereitung
Zeitraumen der Durchführung (in Tagen/Wochen etc.):	k.A.
Zeitlicher Umfang der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	k.A.
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Festlegen, ob MLE im Blended Learning oder in Präsenz vermittelt werden (beides möglich) ▪ Vernünftige Lernatmosphäre schaffen ▪ PC – Raum vorbereiten, jeden Arbeitsplatz testen (Internet Explorer als Standard-Browser, aktuellen Adobe Flash-Player installieren/updaten, Internetanbindung).

6. Vorausgesetztes Fachwissen:

Das Fachwissen zum Thema E-Mail-Marketing wird bei der Zielgruppe der angehenden Handelsfachwirte vorausgesetzt.

7. Lernergebnisse

- Lernende können Unterschiede zwischen automatisierten Geburtstagsgrüßen und Bestellbestätigungen, Willkommensmails und Newslettern erkennen und die Bedeutung des E-Mail-Marketings aus Unternehmenssicht erläutern.
- Lernende können die Vorteile aus Sicht der Kunden und Unternehmenssicht nennen und erwerben Kenntnisse zu relevanten gesetzlichen Vorschriften, der oben genannten E-Mail-Marketing-Kampagnen.
- Lernende erlernen, personalisierte und zielgerichtete E-Mail-Inhalte zu verfassen, die den Best Practices des E-Mail-Designs folgen.

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:

Absicherung des vorhandenen Wissens wird bei SuS anhand dieses Lernszenarios abgefragt/wiederholt:

- Erfragung, ob Newsletter im Handelsunternehmen eingesetzt und genutzt werden
- Zusammentragen von verschiedenen Beispielen aus Unternehmen
- Welche Schwerpunkte in den Unternehmen im Newsletter gesetzt werden.

- Einführung ins Thema als mündlicher Vortrag (Lehrkraft) und Erfahrungsaustausch (Gruppe) (max. 15 Minuten)
- Lösen der Aufgaben – Einzelarbeit (max. 15 Minuten)
- Arbeiten mit den Ergebnissen als Gespräch im Klassenplenum (einzelne Auswertung/Kurzpräsentation je 10 Minuten pro Teilnehmer)
- Wiederholung des Themas zur Prüfungsvorbereitung, denn der E-Mail-Newsletter als Marketinginstrument ist prüfungsrelevant.

Lernszenario 3

Lerneinheit: 2.2.3: Erfolgreiche Kommunikation mit den Kunden

1. Angaben zum Unternehmen	
Name und Adresse:	Lebensmittelmarkt
Name des Erstellers:	Katarzyna Brunsch - zbb , Ausbildungsbeauftragte im Lebensmittelmarkt

2. Angaben zu dem integrierten eLearning-Modul bzw. seiner Teilelemente	
Modul:	Kommunikation - Kommunikationsfähigkeit und -bereitschaft
Thema:	2.2 Service und Kommunikation
Unit:	Lerneinheit 2.2.3: Erfolgreiche Kommunikation mit den Kunden
Titel der betrieblichen Handlungssituationen:	Verkaufsgespräche richtig führen

3. Angaben zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Verkaufsgespräche kundenorientiert führen
Kurzbeschreibung der Art und Weise der Einbettung des eLearning-Moduls bzw. seiner Teilelemente in das Szenario:	Der vermittelte Lernstoff wird mit Hilfe der Handlungssituation 2.2.3: Erfolgreiche Kommunikation mit den Kunden gefestigt und praktisch angewendet.
Kompetenzorientiertes Gesamt-(Lern)Ziel des Szenarios:	<p>Im vorliegenden Lernszenarium steht die Entwicklung der Kompetenz Dialogfähigkeit, Kundenorientierung, Beratungsfähigkeit im Mittelpunkt, um Kunden bedarfsgerecht beraten zu können.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auszubildende sollen lernen, Kunden freundlich und selbstbewusst anzusprechen. • Sie sollen in der Lage sein, offene Fragen zu stellen und die Bedürfnisse der Kunden zu erfassen. • Auszubildende sollen lernen, Anfragen an die zuständigen Fachkräfte weiterzuleiten, falls sie selbst die benötigten Informationen nicht haben. • Erste Schritte in der Selbstreflexion: Die Auszubildenden sollen ihre Interaktionen mit den Kunden reflektieren, um ihre Gesprächsführung zu verbessern.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	<p>Die eigentliche Kundenberatung erfolgt in der Regel ab dem neunten Ausbildungsmonat, da die Auszubildenden bis dahin das in der Schule und im Betrieb Gelernte aktiv anwenden können.</p> <p>Ein erster Schritt für Auszubildende ist, zu lernen, wie man Kunden anspricht, sie begrüßt und fragt, ob Hilfe benötigt wird. Eine vollständige Beratung ist zu diesem Zeitpunkt noch nicht erforderlich. Stattdessen sollten sie wissen, wer im Betrieb die richtigen Ansprechpartner für spezifische Fragen sind, da sie anfangs noch kein detailliertes Fachwissen haben. Wichtig ist, dass sie Kundenanfragen an die zuständigen Kollegen weiterleiten und das interne Netzwerk im Betrieb kennen.</p>

Ebenfalls müssen Auszubildende lernen, Kunden freundlich anzusprechen, ihre Scheu abzulegen und deutlich zu sprechen. Wichtig ist dabei, offene Fragen zu stellen, die dem Kunden ausführliche Antworten ermöglichen, anstatt geschlossene Ja- oder Nein-Fragen.

Ein wichtiger Lernschritt für Auszubildende ist das Mitlaufen mit einer Fachkraft, um durch Zuhören und Beobachten deren Umgang mit Kunden zu lernen. So erwerben sie Wissen und entwickeln nach und nach ihre eigenen Fähigkeiten im Kundenkontakt.

Auszubildende sollten sich einen Überblick über die Produkte und deren Platzierung im Markt verschaffen, da sie oft nach dem Standort gefragt werden. Dieses Wissen erleichtert spätere Beratungsgespräche. Vor eigenständigen Kundengesprächen sollten sie Kollegen beobachten und sich selbst reflektieren, um zu beurteilen, ob sie Fragen richtig gestellt haben und was sie verbessern können.

Lernsituation: Die Auszubildenden befinden sich im zweiten Ausbildungsmonat in einem Lebensmittelmarkt. Ihre Hauptaufgabe ist es, Kunden im Markt anzusprechen, einfache Fragen zu beantworten und den Kunden bei Bedarf an die richtige Fachkraft weiterzuleiten.

Mögliches Lernszenario: Der Auszubildende geht auf den Kunden zu, begrüßt ihn freundlich und fragt: „Guten Tag! Kann ich Ihnen weiterhelfen?“ Der Kunde antwortet: „Ja, ich suche frisches Obst für einen Obstsalat. Was können Sie mir dazu empfehlen?“ Der Auszubildende hat zwar schon von verschiedenen Obstsorten gehört, aber noch kein detailliertes Wissen über deren Eigenschaften oder Kombinationen. Bevor er den Kunden weiterleitet, fragt er offen nach: „Welche Obstsorten mögen Sie denn besonders?“ Der Kunde antwortet: „Ich mag Äpfel, Trauben und Kiwi.“

Nachdem der Auszubildende die Vorlieben des Kunden besser erfasst hat, begleitet er ihn zum zuständigen Kollegen, um sicherzustellen, dass der Kunde die besten Empfehlungen für seinen Obstsalat erhält. Er gibt die gesammelten Informationen über die Wünsche des Kunden weiter. Anschließend bleibt er bei dem Gespräch stehen und hört aufmerksam zu, wie der Kollege den Kunden berät.

Reflexion: Nach dem Gespräch reflektiert der Auszubildende seine Vorgehensweise. Er fragt sich:

- Habe ich den Kunden freundlich und sicher angesprochen?
- Habe ich offene Fragen gestellt, um die Bedürfnisse des Kunden besser zu verstehen?
- Hätte ich vielleicht selbst noch mehr Wissen über Kaffeemaschinen haben können, um dem Kunden schneller zu helfen?
- Wie hat mein Kollege das Beratungsgespräch geführt, und was kann ich aus seinem Verhalten lernen?

Aufgabe: Im Anschluss werden die Auszubildenden gebeten, die MLE 2.2.3: Erfolgreiche Kommunikation mit den Kunden individuell zu erarbeiten. Danach sollen sie die bearbeiteten Szenarien in Rollenspielen durchzuführen. Dabei beobachten sie sich gegenseitig und geben Feedback zu ihrer Kundenansprache, den gestellten Fragen und der Weiterleitung an Kollegen. Sie diskutieren, wie sie sich beim

	nächsten Mal verbessern können und erarbeiten gemeinsam, welche offenen Fragen sie beim nächsten Kundenkontakt stellen könnten, um dessen Bedürfnisse besser zu verstehen.
Inhaltliche Zuordnung zu bestehenden Lehrplänen/ Ausbildungsordnungen etc.:	<p>1. Ausbildungsjahr, Monate 1-8: Im ersten Ausbildungsjahr werden die Auszubildenden je nach Abteilung unterschiedlich in Beratungsgespräche eingeführt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abteilungen mit hoher Kundeninteraktion: <ul style="list-style-type: none"> ○ An der Bedientheke (Fleisch, Fisch, Bäcker) beginnen die Azubis frühzeitig, aktive Beratungsgespräche zu führen. In diesen Bereichen sind umfassende Warenkenntnis und Kundenansprache erforderlich, da Kunden häufig individuelle Wünsche und Fragen haben. • Abteilungen mit geringerer Kundeninteraktion: <ul style="list-style-type: none"> ○ In der Abteilung für Molkereiprodukte haben die Auszubildenden weniger Gelegenheiten für Beratungsgespräche, da die Kunden in der Regel weniger spezifische Informationen benötigen. • Persönliche Entwicklung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Die persönliche Entwicklung des Auszubildenden spielt eine entscheidende Rolle bei der Einführung in Beratungsgespräche. Auszubildende, die schüchterner sind und sich unsicher fühlen, werden in der Regel langsamer an Beratungssituationen herangeführt. Im Gegensatz dazu werden selbstbewusste Auszubildende mit einem sicheren Auftreten eher in die Kundenberatung integriert und können schneller Verantwortung übernehmen.

4. Rahmenbedingungen	
Lernort:	Supermarkt / Betrieb
Qualifizierungsstufe:	Ausbildung zum Kaufmann / zur Kauffrau im Einzelhandel, Verkäufer - 1. Ausbildungsjahr
Größe, Besonderheiten der Zielgruppe:	Die Gestaltung der Lerneinheit orientiert sich an der Anzahl der Auszubildenden im Unternehmen. Bei mehreren Azubis empfiehlt es sich, das Lernszenario zur praktischen Kundenberatung (MLE) als Gruppenarbeit durchzuführen. Jeder Auszubildende sollte zunächst die MLE eigenständig erarbeiten, um persönliche Einsichten zu gewinnen. Im Anschluss erfolgt eine gemeinsame Auswertung, in der die Ergebnisse in der Gruppe besprochen werden. Dieser Austausch fördert das Verständnis für die Grundlagen der Kundenberatung und ermöglicht die Diskussion unterschiedlicher Perspektiven. Darüber hinaus ist es wichtig, dass die Auszubildenden im Gespräch mit ihren Kollegen die Grundlagen der Kundenberatung erörtern, um ihr Wissen zu vertiefen.
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Medieneinsatz	Tablett, Internetzugang
Medieneinsatz (Software, Tools, Videos etc.)	<p>Gespräch mit Kollegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer soliden Grundlage für die Kundenberatung. • Nutzung von Visualisierungshilfen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Whiteboard oder Flipchart:

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wichtige Punkte zur Kundenberatung sammeln. ▪ Informationen anschaulich darstellen. ○ Großer Tischkalender: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrale Themen festhalten. <p>Willkommensordner für neue Auszubildende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enthält hilfreiche Hinweise und Informationen. • Erleichtert den Einstieg in die Abteilung. • Dient als wertvolle Ressource für eine schnelle Einarbeitung.
--	---

5. Organisatorische Hinweise	
Zeitlicher Umfang des Lernszenarios insgesamt (in vollen Stunden):	2 -3 Unterrichtseinheiten (abhängig vom Vorwissen der Zielgruppe)
Zeitraumen der Durchführung (in Tagen/Wochen etc.):	
Zeitlicher Umfang der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	Im ersten Ausbildungsjahr werden die Auszubildenden je nach Abteilung unterschiedlich in Beratungsgespräche eingeführt. Tiefgehende Kundengespräche können erst dann geführt werden, wenn die Auszubildenden ein solides Fundament an Warenkundewissen erworben haben. Dieses Wissen ist entscheidend, um sicher und kompetent auf Kundenfragen einzugehen und effektive Beratungsgespräche zu führen, siehe Punkt „Inhaltliche Zuordnung“.
Checkliste zur Vorbereitung:	<p>Zeitmanagement: Festlegen, wann das Lernen stattfinden soll (Datum und Uhrzeit).</p> <p>Lernumgebung: Vernünftige Lernatmosphäre schaffen (z.B. ruhiger Raum, angenehme Beleuchtung).</p> <p>Technische Vorbereitung: Tablets/Internetverbindung testen.</p> <p>Teamarbeit: Ausbildungsbeauftragte oder Kollegin in die Auswertung einbeziehen; ggfls. gemeinsam erarbeiten, was möglicherweise fehlt; Ergänzungen und Lösungen anbieten.</p>

6. Vorausgesetztes Fachwissen:
<p>Um kurze Kundengespräche führen zu können, müssen Auszubildende folgendes Vorwissen vermittelt bekommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grobe Orientierung im Markt • Grundlagenwissen wie spreche ich den Kunden an, wie gehe ich auf ihn zu • Vermittlung von Grundlagen Warenwissen

7. Lernergebnisse
<ul style="list-style-type: none"> • Lernende kennen und benennen die Verkaufsphasen in einem Beratungsgespräch. • Lernende können die Verkaufsphasen im Verkaufsgespräch umsetzen. • Lernende können normale Beratung umsetzen, Ergänzungsverkäufe und Zusatzverkäufe tätigen oder Alternativware anbieten.

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:

Einführung in das Lernszenario: 10 Minuten

- Vorstellung der Ziele und des Ablaufs.

Individuelle Erarbeitung der MLE: 30 Minuten

- Azubis arbeiten selbstständig an der MLE zur Kundenberatung.
- Zeit für Recherche und persönliche Reflexion.

Gruppenauswertung: 30 Minuten

- Vorstellung der individuellen Ergebnisse in der Gruppe.
- Diskussion über verschiedene Ansätze und Perspektiven.

Praktische Übungen und Rollenspiele: 30 Minuten

- Simulation von Beratungsgesprächen.
- Feedback-Runden zur Verbesserung der Gesprächstechniken.

Zusammenfassung und Reflexion: 30 Minuten

- Wiederholung der wichtigsten Lerninhalte.
- Erfassung von Erkenntnissen und Verbesserungsvorschlägen.

Gesamter Zeitumfang: 2 Stunden

Zunächst erarbeiten die Azubis die MLE eigenständig, gefolgt von einer gemeinsamen Auswertung. Anschließend werden die fehlenden Punkte zusammen erarbeitet. Dabei werden alle Begriffe (Verkaufsphasen) und die wichtigsten Eckpunkte, die die Auszubildenden identifiziert haben, gesammelt, um eine Ist-Situation zu erstellen. Daraufhin wird gemeinsam erarbeitet, wie das ideale Resultat oder die Antwort aussehen sollte. Die Lösungen und Ergebnisse werden dann gegenübergestellt.

Es ist sinnvoll, dass der Ausbilder gemeinsam mit den Auszubildenden das in der MLE vermittelte Wissen prüft und in der Gruppe Ergänzungen erarbeitet, um die wesentlichen Punkte zu vermitteln.

Die Aufgabe sollte sowohl im ersten als auch im zweiten Lehrjahr einbezogen werden, da die Beratungskompetenzen der Auszubildenden unterschiedlich ausgeprägt sind. Der Ausbilder erwartet in beiden Fällen verschiedene Lösungsergebnisse, was den Lerneffekt für die Azubis erheblich steigert. Dies ermöglicht eine gezielte Förderung und Anpassung an den individuellen Entwicklungsstand der Auszubildenden.

Learning scenario 4

Unit 1.2.2: Avoiding Clicking on Malicious Links and Handling Suspicious Attachments

1. Information about the educational institution	
Name and address:	BCS Koolitus
Creator's Name:	Kerli Saarelaid

2. Information about the eLearning module	
Module:	Unit 1.2: Creating a Strong Password and Phishing Awareness for Retail Employees
Topic:	Cyber Security
Unit:	1.2.2: Avoiding Clicking on Malicious Links and Handling Suspicious Attachments
Titles of the operational action situations:	Facing Cyber security threats

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Avoiding Clicking on Malicious Links and Handling Suspicious Attachments
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	This e-learning module is given to new employees as a part of the "new employee package" they have to go through to avoid being a victim of cyber security attacks.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Overall, completing the unit raises the competence of the participant regarding cyber security threats and how to manage their threats. This also raises critical thinking skills of the participant.
Didactic concept of the scenario:	<p>After a general introduction to the importance of cybersecurity in the workplace, the characteristics of malicious links and suspicious attachments are discussed in an overview, highlighting their common features and potential risks as independent learning. This is followed by an independent examination of real-life scenarios by the learners, who are tutored throughout the process.</p> <p>For the first time, participants will learn about identifying and avoiding phishing attempts with the help of interactive simulations. An exercise on evaluating the safety of email attachments is conducted together to reinforce learning. Concluding practical tasks simulate common cybersecurity threats employees might encounter, clarifying any open questions or problems.</p>
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	No regulations set, but company can set that this is mandatory for every new employee.

4. General conditions	
Location:	Company
Qualification level:	New employee
Size, characteristics of the target group:	Any employee, individual learning
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC or another device (tablet, mobile), internet access
Media use (software, tools, videos, etc.)	Powerpoint

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	10 min
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	10 min
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	Uploading the unit among the other „new employee package“ materials
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Materials have been uploaded

6. Required Expertise:
- Very basic computer skills - No specialist knowledge required

Learning scenario 5

Unit 1.3.1: Using Forms to gather customer feedback

1. Information about the educational institution	
Name and address:	BCS Koolitus
Creator's Name:	Kerli Saarelaid

2. Information about the eLearning module	
Module:	Module 1-Information and data literacy
Topic:	Using the Forms tool
Unit:	Microlearning unit 1.3.1: Using Forms to gather customer feedback
Titles of the operational action situations:	Gathering customer feedback

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Gathering customer feedback using forms
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	The teaching material presented in the eLearning module on gathering customer feedback using forms is consolidated and applied in practice with the help of operational action scenario 1.3.1. In this scenario, learners independently design and distribute a feedback form, collect responses, and analyze the data. This practical exercise, guided by the eLearning module, allows learners to apply theoretical knowledge in a real-world context, ensuring comprehensive understanding and retention.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	In addition to the specialist knowledge of gathering and analyzing customer feedback (competence model business analysis, technical and methodological skills), the present learning scenario focuses on the development of the sub-competence of data interpretation and decision-making. Additionally, it emphasizes results-oriented action, critical thinking, and media literacy.
Didactic concept of the scenario:	<p>After a general introduction to the importance and methods of gathering customer feedback, the various tools and techniques used in business environments are discussed, including their advantages and disadvantages. This is followed by the independent processing of the operational action scenario 1.3.1 by the learners. They are tutored throughout the process.</p> <p>Learners will learn about designing and distributing feedback forms with the help of interactive tutorials and examples. Collecting and analyzing feedback together ensures that what has been learned is effectively understood and applied. Concluding tasks simulate practical situations from everyday business operations, clarifying open questions or problems.</p>

	This individual learning scenario can be done using examples from real-life situations where feedback is needed, with the help of a company mentor who can assist in formulating questions and guiding the process.
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	Not applicable. This should be learned most importantly by employees, who have to deal with customer feedback.

4. General conditions	
Location:	Company
Qualification level:	Any employee, who has to collect customer feedback or who has an interest in the topic
Size, characteristics of the target group:	This can be done with groups in various sizes
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC, internet access, microsoft account (access to Forms), speakers
Media use (software, tools, videos, etc.)	Task description (digital or on paper) with examples from real-life situations to base the form on

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	2 hours
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	2 hours
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	4 hours
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Can be done either at home or in the same room. In case of the same room, checking internet access of PCs • Microsoft accounts for accessing Forms • Internet access, speakers • Preparation (and if necessary, printing) the task descriptions

6. Required Expertise:
- Basic computer user skills required. Preferably minimal previous experience with Forms - No specialist knowledge required

Learning scenario 6

Unit 1.4.2: Eco-Friendly Symbols

1. Information about the educational institution	
Name and address:	<i>BCS Koolitus</i>
Creator's Name:	Kerli Saarelaid

2. Information about the eLearning module	
Module:	Module 1-Information and data literacy
Topic:	Eco-friendly symbols on labels
Unit:	Microlearning unit 1.4.2: Eco-Friendly Symbols
Titles of the operational action situations:	Recognizing the meaning of eco-friendly symbols on product labels

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Recognizing the meaning of eco-friendly symbols on product labels
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	The teaching material presented in the eLearning module on recognizing the meaning of eco-friendly symbols on product labels is consolidated and applied in practice with the help of operational action scenario 1.4.2. In this scenario, learners independently analyze various product labels to identify and interpret eco-friendly symbols, guided by the eLearning module. This practical exercise allows learners to apply theoretical knowledge in real-world contexts, ensuring comprehensive understanding and retention.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	In addition to the specialist knowledge of recognizing and interpreting eco-friendly symbols on product labels (competence model in environmental awareness, technical and methodological skills), the present learning scenario focuses on the development of the sub-competence of critical thinking and attention to detail. Additionally, it emphasizes results-oriented action, media literacy, and the ability help customers to make informed, sustainable purchasing decisions.
Didactic concept of the scenario:	<p>After a general introduction to the importance and impact of eco-friendly symbols on product labels, the various eco-friendly symbols used in the industry, as well as their meanings and implications, are discussed. This is followed by the independent processing of the operational action unit 1.4.2 by the learners.</p> <p>Participants will learn about identifying eco-friendly symbols and analyzing product labels to ensure that what has been learned is effectively understood and applied.</p> <p>There is a test where learners must recognize and correctly identify various eco-friendly labels. The company can also add their own specific labels to the test to ensure employees are</p>

	familiar with all relevant symbols used within the organization. This approach ensures that employees not only learn about general eco-friendly symbols but also those specific to their company, enhancing their practical application of the knowledge gained.
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	Shop Assistant, EstQF Level 4

4. General conditions	
Location:	Company
Qualification level:	New employees; Any employees, if new labels are developed
Size, characteristics of the target group:	Can be done individually or in a group
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC, internet access
Media use (software, tools, videos, etc.)	Presenting software, environment for conducting tests

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	1,5 hours
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	1,5 hours
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	4 hours
Checklist for preparation:	<p>Can be done either at home or in the same room. In case of the same room, checking internet access of PC-s</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet access • Preparing the tests, either in digital format or on paper

6. Required Expertise:
<ul style="list-style-type: none"> - Basic computer skills - General knowledge of product labelling - No specialist knowledge required

Learning scenario 7

Unit 1.4.1: Label Elements

1. Information about the educational institution	
Name and address:	<i>BCS Koolitus</i>
Creator's Name:	Kerli Saarelaid

2. Information about the eLearning module	
Module:	Module 1-Information and data literacy
Topic:	Product label elements
Unit:	1.4.1: Label Elements
Titles of the operational action situations:	Recognizing product label elements

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Recognizing product label elements
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	The teaching material presented in the eLearning module on recognizing product label elements is consolidated and applied in practice with the help of operational action scenario 1.4.1. In this scenario, learners independently analyze various product labels to identify and interpret key label elements, guided by the eLearning module. This practical exercise allows learners to apply theoretical knowledge in real-world contexts, ensuring comprehensive understanding and retention.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	In addition to the specialist knowledge of recognizing and interpreting product label elements (competence model in product knowledge, technical and methodological skills), the present learning scenario focuses on the development of the sub-competence of attention to detail and analytical skills. Additionally, it emphasizes results-oriented action, critical thinking, and the ability to apply learned concepts to real-world situations.
Didactic concept of the scenario:	Participants go over the basics of product labelling using the microlearning unit 1.4.1. Following, there is an exercise where learners must recognize and correctly identify various label elements. This microlearning unit serves as an introduction to the deeper topic of label elements in the VET school curriculum, providing a solid foundation for more advanced studies in this area. The learning scenario is designed to ensure comprehensive understanding and retention.
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	Shop Assistant, EstQF Level 4

4. General conditions

Location:	VET School
Qualification level:	EstQF Level 4
Size, characteristics of the target group:	10-25, Shop assistants
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation, internet access, prepared exercise description (digital or on paper)
Media use (software, tools, videos, etc.)	Presentation Software

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	1,5 hours
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	1,5 hours
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	4 hours
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Checking out the workstations for learners • Preparing the tests, either in digital format or on paper

6. Required Expertise:
- Basic computer skills required - No specialist knowledge required

Learning scenario 8

Unit 1.3.2: Analyzing customer feedback

1. Information about the educational institution	
Name and address:	BCS Koolitus
Creator's Name:	Kerli Saarelaid

2. Information about the eLearning module	
Module:	Module 1-Information and data literacy
Topic:	Analyzing feedback gathered from customers
Unit:	1.3.2: Analyzing customer feedback
Titles of the operational action situations:	Analyzing customer feedback

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Analyzing feedback gathered from customers
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	The eLearning module on analyzing customer feedback using simple Excel graphs and calculations is embedded within the learning scenario 1.3.2. In this scenario, learners are tasked with inputting customer feedback data into Excel and utilizing basic graphing and calculation functions to interpret the data. Guided by the module's tutorials and exercises, learners apply these techniques to real-world feedback, ensuring they can effectively analyze and visualize customer responses.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	In addition to the specialist knowledge of using Excel for graphing and calculations (competence model in data analysis, technical and methodological skills), the present learning scenario focuses on the development of the sub-competence of data interpretation and analytical thinking. Additionally, it emphasizes results-oriented action, attention to detail, and digital literacy
Didactic concept of the scenario:	<p>The module focuses on analyzing customer feedback and provides an overview of Excel's basic graphing and calculation functions. Learners then independently work on operational action scenario 1.3.2.</p> <p>Participants input data into Excel, create graphs, and perform calculations to interpret customer feedback. Practical tasks simulate real-world analysis scenarios, clarifying any questions.</p> <p>A final test or exercise can be done by the teacher to ensure learners can effectively use Excel for customer feedback analysis.</p> <p>Additionally, this unit can be combined with English classes, allowing learners to practice analytics and language skills simultaneously.</p>

Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	Not a mandatory component
---	---------------------------

4. General conditions	
Location:	VET school
Qualification level:	EstQF 4
Size, characteristics of the target group:	10-25, Customer Service students
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation, internet access, prepared exercise description (digital or on paper), speakers
Media use (software, tools, videos, etc.)	Video

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	3 hours
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	3 hours
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	6 hours
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Checking out the workstations, internet access, speakers for learners • Preparing the test/exercise, either in digital format or on paper

6. Required Expertise:
<ul style="list-style-type: none"> - Basic computer skills required - Very basic knowledge on Excel - No specialist knowledge required

Learning scenario 9

Unit 1.1.3: Fact-Checking

1. Information about the educational institution	
Name and address:	<i>BCS Koolitus</i>
Creator's Name:	Kerli Saarelaid

2. Information about the eLearning module	
Module:	Module 1-Information and data literacy
Topic:	Gaining knowledge on how to fact-check information on the internet and how to recognize false information
Unit:	1.1.3: Fact-Checking
Titles of the operational action situations:	Fact-checking information

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Fact-checking information
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	The microlearning unit on fact-checking information on the internet and recognizing false information teaches learners how to evaluate the credibility of online sources and identify false information, applying the fact-checking techniques learned in the module to real-life examples.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	In addition to the specialist knowledge of fact-checking and identifying false information on the internet (competence model in digital literacy and critical thinking skills), the present learning scenario focuses on the development of the sub-competence of analytical thinking. Additionally, it emphasizes results-oriented action, attention to detail, and the ability to navigate and critically assess online content. For VET students, who need to write papers and conduct research, this is a critical skill.
Didactic concept of the scenario:	<p>Following the completion of the microlearning unit, the students are tasked with evaluating a curated set of online articles, social media posts, and other digital content for credibility and accuracy. Throughout the scenario, learners receive mentorship and support to reinforce their skills.</p> <p>For the first time, participants will use digital tools and resources, such as fact-checking websites and browser extensions, to verify information. A collaborative exercise involves working in groups to cross-check information and compile a report on their findings. This exercise ensures that learners understand how to apply their skills in a real-world context.</p> <p>Concluding tasks simulate practical situations where learners must quickly identify false information in a professional or</p>

	<p>academic setting, addressing any open questions or challenges they might encounter.</p> <p>An innovative element of this module is the incorporation of a peer-review system, where learners assess each other's fact-checking reports, fostering a deeper understanding through collaboration and feedback.</p>
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	Not a mandatory component

4. General conditions	
Location:	VET School
Qualification level:	Applicable for any retail qualification
Size, characteristics of the target group:	10-30 participants (for the group work, groups of 2 or more) Applicable for students of any retail qualification, best on 1-year students.
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation, internet access, prepared task description (digital or on paper)
Media use (software, tools, videos, etc.)	Presentation software

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	3 hours
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	3 hours
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	6 hours
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Checking out the workstations, internet access ▪ Preparing the task description, either in digital format or on paper

6. Required Expertise:
<ul style="list-style-type: none"> - Basic computer and browsing skills - No specialist knowledge required

Learning scenario 10

Unit 2.1: Marketing tools in retail

1. Information about the educational institution	
Name and address:	VET School
Creator's Name:	Milena Koleva (CSKC) and VET Teacher

2. Information about the eLearning module	
Module:	3rd year of training
Topic:	Marketing
Unit:	Marketing campaigns and tools
Titles of the operational action situations:	Marketing campaign
Location in the virtual shopping center	Specialists

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Marketing tools
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	Possible example sentence: The teaching material related to marketing tools in retail is transferred to the sessions related to marketing campaigns in retail industry.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Introducing the concepts about marketing campaign: goals and tools. In addition to the specialist knowledge from the marketing/social media area, the current scenario builds knowledge and skills for tailor-made messages and the right channels of social media. In the present learning scenario, the focus is on the development of the sub-competence of the ability to work in a team. In addition, it is also about results-oriented action and media literacy.
Didactic concept of the scenario:	Possible example sentence: After a general introduction to the development and function of marketing campaigns, overall tools like: Advertising: Various channels such as TV, online, and social media; Visual Merchandising: Store layout and product displays; Branding: Creating a strong brand identity. The learning scenario is completed over four teaching hours of 40 minutes, 160 minutes in total. Focus is on social media: Instagram and Facebook – make introduction to the business point of view rather than the well known by them user profiles. Talk about target groups and needs, behaviour of customers and preferences for social media.
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	1st year of training: Learning field Marketing classes – one class per week, Topic: Digital marketing campaigns and tools

4. General conditions	
Location:	School
Qualification level:	Upper secondary level of studies
Size, characteristics of the target group:	22 participants, Entrepreneurship profile of studies
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation 2 participants each with internet access and printer, smart phones Projector/smart board, whiteboard, Camera, headset
Media use (software, tools, videos, etc.)	Mobile apps – Instagram and Facebook installations, profiles of use, YouTube Worksheets with situation tasks and overviews

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	2 Lessons
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	2 Lessons
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	1 Day
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Revisions - Sheet for hints, suggestions, problems • PC – Prepare the room, test every workstation • Software installed: Google Chrome, Google Play to download Instagram/Facebook, install/update current apps, internet connection, headset/audio output test) • Make printouts of the solution of the tasks

6. Required Expertise:
- Basic knowledge of the marketing tools in retail area required - No specialist knowledge required

7. Key learning outcomes:
1. The trainees know the difference between advertising media and advertising materials and can assign them correctly. 2. The trainees can select suitable advertising materials and advertising media for advertising campaigns.

3. The trainees know, name and differentiate between the various sales channels and communication channels in a multi-channel environment

8. Didactic concept and course of the learning scenario:

In bullet points, describe when the MLE is used in the classroom/company:

- Introduction to the topic
- Case study preparation – one paragraph as a particular task
- Team work
- Video
- Face-to-face teaching
- Self-study
- Group work
- Project

Learning scenario 11

Unit 2.2: Service and Communication

1. Information about the educational institution	
Name and address:	CSKC
Creator's Name:	Milena Koleva (CSKC) and VET Teacher

2. Information about the eLearning module	
Module:	3rd year of training
Topic:	Communication and negotiations
Unit:	Communication
Titles of the operational action situations:	Customer service in retail stores
Location in the virtual shopping center	Specialists

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Communication for customer service in retail
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	Possible example sentence: The teaching material related to communication teaches students how to use the proper language, sales phases and service of a high quality. It enhances the overall communication skills and the right "tone" and content of conversations.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Introducing the concept about high quality customer service of the successful retail chains, sale interactions with customers, approaches to greet, consult, convince customers to buy, follow-up and goodbye. In addition, the concept of Empathy is revealed and discussed as part of the emotional intelligence. Customer's point of view is introduced as well.
Didactic concept of the scenario:	Possible example sentence: There is a breaking the ice activity of showing two types of conversations/interactions of sales people and customers: one bad and one good example. Then there is an article about the use of proper language and attitude to the customers and strategies for consulting their decision to buy articles/goods.
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	3rd year of training: Learning field Communication and marketing classes – one class per week, 4 classes – 160 minutes, 2 sessions for positive and 2 – for a negative scenario of conversation/case for solution between sales person and a customer. Topic: Communication

4. General conditions	
Location:	School
Qualification level:	Upper secondary level of studies

Size, characteristics of the target group:	22 participants, Entrepreneurship profile of studies
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation 2 participants each with paper and pen for notes and scenario for conversation prepared in advance Projector/smart board, whiteboard, Camera/smartphone
Media use (software, tools, videos, etc.)	Written scenario for conversation and situation – one negative and one positive for practicing Worksheets with situation tasks and overviews

5. Organizational Notes

Total time frame of the learning scenario (in full hours):	2 Lessons
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	2 Lessons
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	1 Days
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Revisions - Sheet for hints, suggestions, problems • PC – Prepare the room, test every workstation • Make printouts of the solution of the tasks

6. Required Expertise:

- Basic knowledge of the marketing tools in retail area required
- No specialist knowledge required

7. Key learning outcomes:

1. Trainees can emphasise the advantages of services from the customer's point of view and highlight the categories of services.
2. Trainees can use services as a sales argument.
3. Trainees know and name the sales phases in a counselling interview.
4. Trainees can implement the sales phases in the sales talk.

8. Didactic concept and course of the learning scenario:

In bullet points, describe when the MLE is used in the classroom/company:

Examples:

- Introduction to the topic
- Case study preparation – one paragraph as a particular task
- Team work
- Video of the cases: roleplay by students

- Face-to-face teaching
- Self-study
- Group work
- Project-based learning scenario

Learning scenario 12

UNIT 2.3: Use of e-mail in e-commerce business processes

1. Information about the educational institution	
Name and address:	CSKC
Creator's Name:	Milena Koleva (CSKC) and VET Teacher

2. Information about the eLearning module	
Module:	3rd year of training
Topic:	Communication and negotiations
Unit:	Communication
Titles of the operational action situations:	E-mailing in retail
Location in the virtual shopping center	Specialists

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Emailing in e-commerce business
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	Possible example sentence: The teaching material related to email covers the topic of how to write an email which is studied in the regular English language classes. The scenario here puts the students in a situation to greet their customers for their birthdays. It teaches communication and proper language skills as well as empathy and attitude to the customers.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Automated birthday emails offer the retailer a good opportunity to communicate with customers. Birthday wishes are sent on the day the customer's birthday. As a result, customer loyalty can be established, maintained and strengthened. Birthday emails fall under email marketing and are part of direct marketing. The direct mailings are an addressed advertising item and are automatically sent to selected customers on special occasions. They can be composed of various components such as cover letters, brochures, catalogues or even personal birthday wishes. Email marketing has firmly established itself as a standard tool in the marketing concept of many retail companies and is used as the most common marketing tool. Ask students to show similar examples from their own experience and follow the example. Also, ask about processing of personal data and how retailers collect data (GDPR) and when the birthday date is.
Didactic concept of the scenario:	Possible example sentence: Write an email from the position of a e-commerce customer service and greet your customer for their birthday, think about the words, messages and the potential reward/gift. What would be the strategy and how it fits into the overall marketing strategy of the business?

Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	3rd year of training: Learning field Communication and marketing classes, English classes – three classes per week, one week for work – 120 minutes, Topic: Written Communication, emails.
---	--

4. General conditions	
Location:	School
Qualification level:	Upper secondary level of studies
Size, characteristics of the target group:	22 participants, Entrepreneurship profile of studies
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation 2 participants each with paper and pen for notes and scenario for email writing, greetings, prepared in advance Projector/smart board, whiteboard, Smartphone Email software: Gmail and/or Outlook/mass emailing platform
Media use (software, tools, videos, etc.)	Written scenario for greeting customers Worksheets with situation tasks and overviews

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	3 Lessons
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	1 Lesson
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	1/2 Day
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> • Revisions - Sheet for hints, suggestions, problems • PC – Prepare the room, test every workstation • Make printouts of the solution of the tasks

6. Required Expertise:
- Basic knowledge of communication and email writing - No specialist knowledge required

7. Key learning outcomes:
5. The trainees know the difference between automated birthday greetings, welcome emails and order confirmations and can assign them correctly. 6. The trainees can name the advantages of the email marketing campaigns mentioned above. 7. The trainees know the benefits of the above-mentioned e-mail campaigns in retail, they know what they are about, why they are important and what needs to be considered.

8. Didactic concept and course of the learning scenario:

- Introduction to the topic
- Case study preparation – one paragraph as a particular task
- Team work
- Emails written by students: roleplay by students
- Face-to-face teaching
- Self-study
- Group work
- Project-based learning scenario

Learning scenario 13

Unit 4.1: The importance of Digital Content Creation

1. Information about the educational institution	
Name and address:	IDEC SA
Creator's Name:	Stefania Skandalou

2. Information about the eLearning module	
Module:	1st year of training
Topic:	Digital Content creation
Unit:	Aspects of Digital Content creation
Titles of the operational action situations:	Digital Content creation
Location in the virtual shopping center	Specialists

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Aspects of Digital Content Creation
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	Possible example sentence: The teaching material focuses on digital content creation tools and how they can be used by retail trade workers.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Digital Content Creation" competence for retail professionals entails gaining the necessary skills and knowledge to proficiently create, manage, and enhance digital content for online platforms. This involves grasping the fundamentals of content creation, becoming adept with various digital tools, and keeping pace with the latest trends in content marketing. Retail professionals must learn to engage customers, communicate brand messages, and boost sales through compelling and pertinent digital content.
Didactic concept of the scenario:	Possible example sentence: After a general introduction to what is "Digital Content Creation" the participants will get familiar with the main aspects of Digital Content Creation. These Aspects can be derived into four key elements that constitute effective content in the digital realm, ensuring retail professional are well-equipped to succeed in the ever-evolving landscape. "Social Media and Digital Content Creation." "Copyright and Licenses in Content Creation" "Creating a Visual Brand" "Video Design and YouTube" The learning scenario is completed over five teaching hours.
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	

4. General conditions	
Location:	School / Company
Qualification level:	Further training to become a certified Commercial specialist (including training as a retail worker), 1st year of training
Size, characteristics of the target group:	10 participants E-commerce Managers
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation 2 participants each with internet access and printer, Projector, projection screen, whiteboard, Calculator, camera, headset
Media use (software, tools, videos, etc.)	CD-ROM payment methods, panel paintings, Worksheets with situation tasks and overviews

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	2 Lessons
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	2 Lessons
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	1 Days
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisions - Sheet for hints, suggestions, problems ▪ PC – Prepare the room, test every workstation (Internet Explorer or Google Chrome as standard browser, install/update current Adobe Flash player, print function, internet connection, headset/audio output test) ▪ Make printouts of the solution of the tasks

6. Required Expertise:
- Basic knowledge of the digital content creation area required - No specialist knowledge required

7. Key learning outcomes:
Develop a deep knowledge of the core aspects of digital content creation, enabling you to create content that resonates with your target audience and aligns with your brand's goals.
Acquire the skills and expertise to effectively utilize digital content creation tools, such as social media management, design software, and video editing, to enhance brand visibility and customer

engagement.

Identify and navigate the unique challenges that retail professionals encounter in digital content creation, ensuring you can adapt and innovate to overcome industry-specific obstacles effectively.

	8. Didactic concept and course of the learning scenario:
Theory	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit 1.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Emphasise the importance of information and data literacy, efficient searching and verification of resources when looking up information to include in content. (Microlearning Units 1.1.1,1.1.2,1.1.3) 2. Unit 3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Teach about different social media platforms and how to pick a channel for different content (Microlearning Unit 3.2.1) b. Introduce different tools that can be used for internal collaboration and communication during content creation (Microlearning Units 3.2.2, 3.2.3) 3. Unit 3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Navigate through the process of external collaboration, learn the practices to use during content creation. (Microlearning Unit 3.3.1) 4. Unit 3.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Teach how students can use MS Office programmes to enhance communication and productivity during content creation. (Microlearning Unit 3.4.1) b. Demonstrate how advanced features of the same tools can be used for data analysis relevant to content creation and content success. (Microlearning Unit 3.4.2) 5. Unit 4.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Introduce the different aspects of digital content creation (Microlearning Unit 4.1.1) b. Analyse the benefits of using digital content creation tools (Microlearning Unit 4.1.2) c. Discuss come challenges that can be faced by content creators (Microlearning Unit 4.1.3) 6. Unit 4.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Introduce the major Social Media Networks that a lot of content is posted on. Discuss how to engage the community through content, ads, and many social media features.(Microlearning Units 4.2.1,4.2.2, 4.2.3) 7. Unit 4.5

	<ol style="list-style-type: none"> a. Teach about video content design principles and go over the process of creating video content. (Microlearning Units 4.5.1,4.5.2) b. Explore Youtube for disseminating video content and using analytics to measure video content success. (Microlearning Units 4.5.3, 4.5.4)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Units 1.1,3.2,3.3,3.4,4.2 all include slides or video presentations for teaching the relevant material. 2. Unit 4.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Extra reading about the digital content creation market. 3. Unit 4.2 <ol style="list-style-type: none"> a. More information on major social media networks and their features. 4. Unit 4.5 <ol style="list-style-type: none"> a. Watch a video of the process of creating a Youtube channel.
Group Activity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divide the classroom into groups. Each group must choose a product and do research with the purpose of creating content. All information and sources will be recorded in a collaborative Microsoft Word document. The group must decide through which channels they will disseminate their content and why. Finally, groups present their work in a Power Point Presentation. Through this activity, students practice the following topics: <ol style="list-style-type: none"> a. Collaboration b. Research skills and data literacy c. Use of Microsoft Office Tools d. Choosing the best fitting dissemination channel
Assessment	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit 1.1, Microlearning Unit 1.1.3. <ol style="list-style-type: none"> a. Assess students on the topic of fact checking. 2. Unit 3.3, Microlearning Unit 3.3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Assess students on the topic of external collaboration. 3. Unit 3.4, Microlearning Unit 3.3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Assess students on their knowledge about the Microsoft Office Suite

Learning scenario 14

Unit 4.3: Copyright and Licences in Content Creation

1. Information about the educational institution	
Name and address:	<i>IDEC SA</i>
Creator's Name:	Stefania Skandalou

2. Information about the eLearning module	
Module:	1st year of training
Topic:	Digital Content Creation
Unit:	Copyright and Licences in Content Creation
Titles of the operational action situations:	Copyright and Licences
Location in the virtual shopping center	Specialists

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Copyright and Licences in Content Creation
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	Possible example sentence: The teaching material focuses on the critical aspects of copyright and licenses in content creation, aiming to equip retail professionals with a comprehensive understanding of legal frameworks and best practices.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Articulate the basic principles of copyright, including the rights and protections granted to content creators. Apply copyright duration principles to various content types and understand the posthumous term implications. Adopt best practices in content creation, such as proper source citation, responsible use of licensed content, and compliance with copyright laws. Negotiate and establish clear copyright agreements, ensuring transparency and fairness among collaborators. Identify and prevent potential copyright infringement issues within retail operations, promoting legal and ethical content practices.
Didactic concept of the scenario:	Possible example sentence: After a general introduction to the main idea of what is "Copyright and Licences in Content Creation" Participants will explore the intricacies of copyright, ownership, duration, and various licensing models like Creative Commons, royalty-free, and public domain. The main goals are to equip retail professionals with the knowledge and tools to protect their creative works, navigate ownership complexities, and ethically use and share content within legal boundaries. The learning scenario is completed over four teaching hours.

Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	
---	--

4. General conditions	
Location:	School / Company
Qualification level:	Further training to become a certified Commercial specialist (including training as a retail clerk), 1st year of training
Size, characteristics of the target group:	10 participants E-commerce Managers/ Social Media Managers/ Visual Merchandisers/ VET teachers/ VET trainers/ Retailers/ Content Writers and Bloggers
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation 2 participants each with internet access and printer, Projector, projection screen, whiteboard, Calculator, camera, headset
Media use (software, tools, videos, etc.)	Worksheets with situation tasks and overviews

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	2 Lessons
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	2 Lessons
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	1 Days
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisions - Sheet for hints, suggestions, problems ▪ PC – Prepare the room, test every workstation (Internet Explorer or Google Chrome as standard browser, install/update current Adobe Flash player, print function, internet connection, headset/audio output test) ▪ Make printouts of the solution of the tasks

6. Required Expertise:
- Basic knowledge of the digital content creation area required - No specialist knowledge required

7. Key learning outcomes:

Knowledge of Copyright Principles: Understand the fundamental principles of copyright, including the rights it grants and its role in protecting creative works.

Responsible Use of Royalty-free Content: Demonstrate the ability to identify, evaluate, and responsibly use royalty-free content, taking into account any specified restrictions.

Enhanced Legal Literacy in Content Creation: Gain an increased level of legal literacy in the field of content creation, enabling informed decision-making and protection of creative endeavors.

	8. Didactic concept and course of the learning scenario:
Theory	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit 1.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Emphasise the importance of information and data literacy, efficient searching and verification of resources when looking up information regarding licenses and copyright. (Microlearning Units 1.1.1,1.1.2,1.1.3) 2. Unit 1.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Learn about the types of eco-friendly symbols in relation to products during content creation. (Microlearning Unit 1.4.2) 3. Unit 4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Delve into the concept of copyright and how it relates to content creation. Analyse ownership, duration and best practices. (Microlearning Unit 4.3.1) b. Explore different types of licenses needed during content creation. (Microlearning Unit 4.3.2)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Units 1.1 and 1.4 include slides for teaching the relevant material. 2. Unit 1.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Read more about the meaning and requirements of different eco-friendly labels and symbols. (Microlearning Unit 1.4.2) 3. Unit 4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Additional material about copyright and ownership (Microlearning Unit 4.3.1) b. Additional material and official sources about different types of licenses. (Microlearning Unit 4.3.2)
Group Activities	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divide the students into groups. Create a slideshow with products and content showcasing different copyright and environmental labels. In turns, representatives from each group face off, with the first to correctly identify the label and its meaning earning a point for their group. Through this activity, students practice the following topics: <ol style="list-style-type: none"> a. Knowledge about environmental labels b. Knowledge about copyright in content creation
Assessment	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit 1.1, Microlearning Unit 1.1.3.

	<ul style="list-style-type: none">a. Assess students on the topic of fact checking. <p>2. Unit 1.4, Microlearning Unit 1.4.2</p> <ul style="list-style-type: none">a. Assess students on their knowledge regarding eco-friendly symbols and labels.
--	---

Learning scenario 15

Unit 4.4: Create a visual brand

1. Information about the educational institution	
Name and address:	IDEC SA
Creator's Name:	Stefania Skandalou

2. Information about the eLearning module	
Module:	1st year of training
Topic:	Digital Content creation
Unit:	Create a visual brand
Titles of the operational action situations:	Digital Content creation
Location in the virtual shopping center	Specialists

3. Information about the learning scenario	
Title of the learning scenario:	Create a visual brand
Brief description of how to embed the eLearning module or its sub-elements in the scenario:	Possible example sentence: The teaching material focuses on digital content creation and specifically on the essential elements of creating a visual brand , providing retail professionals with the skills and knowledge needed to craft compelling and effective visuals for digital media, posters, and brochures.
Competency-oriented overall (learning) goal of the scenario:	Possible example sentence: Develop the capability to produce visuals that are tailored to the preferences and demographics of the target audience, ensuring they are relevant and resonate effectively. Design visuals with a comprehensive understanding of their specific purpose, objectives, and the emotions intended to be evoked, ensuring effective communication. Utilize colour theory principles to amplify the psychological impact of visuals, strategically using colours to provoke desired emotions in the audience. Create visuals that convey clear and straightforward messages , emphasizing key information through descriptive elements such as graphics and shapes. Assess the effectiveness of visuals, ensuring they align with the brand's overall image and successfully convey the intended message.
Didactic concept of the scenario:	Possible example sentence: After a general introduction concerning what it is and the need of knowing how to create a visual brand, the participants will get familiar with the essential elements of creating a visual brand. They will be provided with the skills and knowledge needed to craft compelling and effective visuals for digital media, posters, and brochures. Participants will explore the importance of font,

	<p>colour theory, emotional impact, and overall design structure in conveying a brand's message. The unit aims to equip retail professionals with the ability to strategically design visuals that resonate with their target audience, effectively communicate brand messages, and enhance overall brand identity.</p> <p>The learning scenario is completed over six teaching hours.</p>
Assignment of content to existing curricula/training regulations, etc.:	

4. General conditions	
Location:	School / Company
Qualification level:	Further training to become a certified Commercial specialist (including training as a retail worker), 1st year of training
Size, characteristics of the target group:	10 participants E-commerce Managers/ Social Media Managers/ Visual Merchandisers/ VET teachers/ VET trainers/ Retailers/ Content Writers and Bloggers/ VET Students
Necessary technology (hardware, internet access) Use of media	PC workstation 2 participants each with internet access and printer, Projector, projection screen, whiteboard, Calculator, camera, headset
Media use (software, tools, videos, etc.)	CD-ROM payment methods, panel paintings, Worksheets with situation tasks and overviews

5. Organizational Notes	
Total time frame of the learning scenario (in full hours):	3 Lessons
Timeframe of implementation (in days/weeks etc.):	3 Lessons
Duration of preparation and follow-up (in full hours):	1 Days
Checklist for preparation:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisions - Sheet for hints, suggestions, problems ▪ PC – Prepare the room, test every workstation (Internet Explorer or Google Chrome as standard browser, install/update current Adobe Flash player, print function, internet connection, headset/audio output test) ▪ Make printouts of the solution of the tasks

6. Required Expertise:
- Basic knowledge of the digital content creation area required - No specialist knowledge required

7. Key learning outcomes:
Tailored Visual Creation: Develop the ability to create visuals that resonate with the preferences and demographics of the target audience, ensuring relevance and engagement.
Clear Messaging in Visuals: Create visuals with clear and straightforward messages, emphasizing key information through descriptive elements such as graphics and shapes.
Application of Do's & Don'ts: Apply best practices, starting with important information, specifying benefits, paying attention to font usage, and avoiding common pitfalls in visual design.

	8. Didactic concept and course of the learning scenario:
Theory	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit 3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Teach about different social media platforms and how to pick a channel for disseminating your brand (Microlearning Unit 3.2.1) b. Introduce different tools that can be used for internal collaboration and communication during visual brand creation (Microlearning Units 3.2.2, 3.2.3) 2. Unit 3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Navigate through the process of external collaboration, learn the practices to use during visual brand creation. (Microlearning Unit 3.3.1) 3. Unit 3.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Teach how students can use MS Office programmes to enhance communication and productivity during visual brand creation. (Microlearning Unit 3.4.1) b. Demonstrate how advanced features of the same tools can be used for data analysis relevant to visual brand creation. (Microlearning Unit 3.4.2) 4. Unit 4.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Analyse the importance of having a consistent visual brand and explore different elements that express it such as creating images, posters and brochures. (Microlearning Units 4.4.1,4.4.2,4.4.3)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Units 3.2, 3.3, 3.4 contain slides or video presentations about teaching the relevant material

Group Activity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divide the students into groups. Each group is assigned with a made-up business and its brand, for example, eco-friendly clothing or luxury bags. Groups brainstorm to come up with a colour palette, symbols and a logo that they believe best represent their business' message and best appeals to the target audience. Through this activity, students practice the following: <ol style="list-style-type: none"> a. Importance of visual brand b. Collaboration c. Creativity
Assessment	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unit 3.3, Microlearning Unit 3.3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Assess students on the topic of external collaboration. 2. Unit 3.4, Microlearning Unit 3.3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Assess students on their knowledge about the Microsoft Office Suite 3. Unit 4.4, Microlearning Unit 4.4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Assess students on their knowledge about visual brand creation