

„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 – Lernscenarios

Im Rahmen des Projekts hat das Projektkonsortium im Arbeitspaket 4 spezifische Lernscenarios 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 E-Learnings 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 Lernscenarios sind in den Dokumentationen des Projekts nachlesbar und stehen allen Interessierten zur Verfügung.

Partners:



Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Inhalt

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

Lernszenario 2 6
 2.3: Einsatz von E-Mails in Geschäftsprozessen E-Commerce 6

Lernszenario 3 10
 2.2.3: Erfolgreiche Kommunikation mit den Kunden 10

Lernszenario 4 15
 1.2.2: Klicken auf böartige Links vermeiden und sicher mit verdächtigen Anhängen umgehen 15

Lernszenario 5 17
 1.3.1: Einsatz von Formularen zur Erhebung von Kundenfeedback 17

Lernszenario 6 20
 1.4.2: Umweltfreundliche Symbole..... 20

Lernszenario 7 23
 1.4.1: Identifizierung von Produktelementen zur Kennzeichnung..... 23

Lernszenario 8 25
 1.3.2: Analysieren von Kundenfeedback..... 25

Lernszenario 9 27
 1.1.3: Faktenprüfung 27

Lernszenario 10 30
 2.1: Marketinginstrumente im Einzelhandel..... 30

Lernszenario 11 30
 2.2: Service und Kommunikation 33

Lernszenario 12 37
 2.3: Verwendung von E-Mail in E-Commerce-Geschäftsprozessen 37

Lernszenario 13 41
 4.1: Die Bedeutung der Erstellung digitaler Inhalte 41

Lernszenario 14 46
 4.3 – Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten..... 46

Lernszenario 15 50
 4.4: Erstellen einer visuellen Marke 50

Lernszenario 1

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

2.3: Einsatz von E-Mails in Geschäftsprozessen E-Commerce

1. Angaben zum Unternehmen	
Name und Adresse:	Bildungszentrum Handel und Dienstleistungen,
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 Handelsfirma das erste Mal eingebunden. Hier müssen die SuS noch keine Bezüge nennen können.

	<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, Internetzugang) Medieneinsatz:	PC oder Tablett, Internetzugang

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/updates, Internetanbindung).

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

7. Lernergebnisse
<ul style="list-style-type: none"> • 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

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:
Um kurze Kundengespräche führen zu können, müssen Auszubildende folgendes Vorwissen vermittelt bekommen: <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.

Lernszenario 4

1.2.2: Klicken auf bösartige Links vermeiden und sicher mit verdächtigen Anhängen umgehen

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	<i>BCS Koolitus</i>
Name des Erstellers:	<i>Kerli Saarelaid</i>

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	Einheit 1.2: Erstellen eines starken Passworts und Phishing-Bewusstsein für Mitarbeiter im Einzelhandel
Thema:	Cybersicherheit
Einheit:	1.2.2: Klicken auf bösartige Links vermeiden und sicher mit verdächtigen Anhängen umgehen
Titel der Einsatzsituationen:	Bedrohungen der Cybersicherheit begegnen

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Vermeiden Sie das Klicken auf bösartige Links und den Umgang mit verdächtigen Anhängen
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Dieses E-Learning-Modul wird neuen Mitarbeitern als Teil des "neuen Mitarbeiterpakets" zur Verfügung gestellt, das sie durchlaufen müssen, um nicht Opfer von Cybersicherheitsangriffen zu werden.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Insgesamt erhöht das Absolvieren der Einheit die Kompetenz der Teilnehmer in Bezug auf Cybersicherheitsbedrohungen und den Umgang mit deren Bedrohungen. Dies erhöht auch die Fähigkeit des Teilnehmers, kritisch zu denken.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	<p>Nach einer allgemeinen Einführung in die Bedeutung der Cybersicherheit am Arbeitsplatz erhalten die Teilnehmenden einen Überblick über die Merkmale bösartiger Links und verdächtiger Anhänge. Dabei werden Gemeinsamkeiten und potenzielle Risiken beleuchtet und durch eigenständige Lernaktivitäten vertieft.</p> <p>Im Anschluss bearbeiten die Lernenden reale Szenarien zur Cybersicherheit, wobei sie während des gesamten Prozesses begleitet und unterstützt werden.</p> <p>Zum ersten Mal lernen die Teilnehmenden, Phishing-Versuche mithilfe interaktiver Simulationen zu erkennen und zu vermeiden. Um das Wissen zu vertiefen, wird eine Übung zur Beurteilung der Sicherheit von E-Mail-Anhängen gemeinsam durchgeführt.</p>

	Abschließende Praxisaufgaben simulieren häufige Bedrohungen, die im Arbeitsalltag auftreten können, und dienen dazu, offene Fragen zu klären und die erworbenen Kompetenzen zu festigen.
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	Es gibt keine Vorschriften, aber das Unternehmen kann festlegen, dass dies für jeden neuen Mitarbeiter obligatorisch ist.

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Firma
Qualifikationsniveau:	Neuer Mitarbeiter
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	Jeder Mitarbeiter, individuelles Lernen
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC oder anderes Gerät (Tablet, Handy), Internetzugang
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	PowerPoint

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	ca. 10 Minuten
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	ca. 10 Minuten
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	Hochladen der Einheit unter den anderen Materialien für das "Paket für neue Mitarbeiter"
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> • Materialien wurden hochgeladen

6. Erforderliche Fachkenntnisse:
- Sehr grundlegende Computerkenntnisse - Keine Fachkenntnisse erforderlich

Lernszenario 5

1.3.1: Einsatz von Formularen zur Erhebung von Kundenfeedback

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	BCS Koolitus
Name des Erstellers:	Kerli Saarelaid

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	Modul 1 - Informations- und Datenkompetenz
Thema:	Verwenden des Formularwerkzeugs
Einheit:	Microlearning-Einheit 1.3.1: Einsatz von Formularen zur Erhebung von Kundenfeedback
Titel der Einsatzsituationen:	Erheben von Kundenfeedback

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Erhebung von Kundenfeedback mithilfe von Formularen
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Das im eLearning-Modul vorgestellte Lehrmaterial zur Erhebung von Kundenfeedback mithilfe von Formularen wird mit Hilfe des betrieblichen Handlungsszenarios 1.3.1 gefestigt und in der Praxis angewendet. In diesem Szenario entwerfen und verteilen die Teilnehmer selbstständig ein Feedbackformular, sammeln Antworten und analysieren die Daten. Diese praktische Übung, die vom eLearning-Modul geleitet wird, ermöglicht es den Lernenden, theoretisches Wissen in einem realen Kontext anzuwenden und so ein umfassendes Verständnis und Behalten zu gewährleisten.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Neben dem Fachwissen in der Erfassung und Analyse von Kundenfeedback (Kompetenzmodell, betriebswirtschaftliche Analyse, Fach- und Methodenkompetenzen) steht im vorliegenden Lernszenario die Entwicklung der Teilkompetenz der Dateninterpretation und Entscheidungsfindung im Vordergrund. Darüber hinaus werden ergebnisorientiertes Handeln, kritisches Denken und Medienkompetenz betont.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Nach einer allgemeinen Einführung in die Bedeutung und Methodik der Erhebung von Kundenfeedback werden die verschiedenen im geschäftlichen Kontext eingesetzten Tools und Techniken vorgestellt und in Bezug auf ihre Vor- und Nachteile beleuchtet. Anschließend bearbeiten die Lernenden eigenständig das betriebliche Handlungsszenario 1.3.1, wobei sie während des gesamten Prozesses betreut werden. Durch interaktive Tutorials und praxisnahe Beispiele erwerben die Lernenden die Fähigkeiten zur Gestaltung und Verteilung von Feedback-Formularen. Das gemeinsame Erfassen und Analysieren von Rückmeldungen stellen sicher, dass das

	<p>Erlernte nachhaltig verstanden und praktisch umgesetzt wird. Abschlussaufgaben simulieren zudem realitätsnahe Szenarien aus dem Geschäftsalltag und unterstützen so die Klärung offener Fragen oder die Lösung spezifischer Herausforderungen.</p> <p>Dieses individuelle Lernszenario wird durch konkrete Beispiele aus der Praxis bereichert, in denen die Relevanz von Feedback verdeutlicht wird. Ein Mentor aus dem Unternehmen kann die Lernenden dabei unterstützen, Fragen präzise zu formulieren und den Prozess fachkundig zu begleiten.</p>
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	Nicht zutreffend. Das sollten vor allem Mitarbeiter lernen, die sich mit Kundenfeedback auseinandersetzen müssen.

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Firma
Qualifikationsniveau:	Jeder Mitarbeiter, der Kundenfeedback einholen muss oder ein Interesse an dem Thema hat
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	Dies kann mit Gruppen in verschiedenen Größen erfolgen
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC, Internetzugang, Microsoft-Konto (Zugriff auf Formulare), Lautsprecher
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Aufgabenbeschreibung (digital oder auf Papier) mit Beispielen aus der Praxis als Grundlage für das Formular

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	2 Stunden
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	2 Stunden
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	4 Stunden
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> • Kann entweder zu Hause oder im selben Raum durchgeführt werden. Im Falle desselben Raums, Überprüfung des Internetzugangs von PC-s • Microsoft-Konten für den Zugriff auf Formulare • Internetzugang, Lautsprecher • Vorbereitung (und ggf. Druck) der Aufgabenbeschreibungen

6. Erforderliche Fachkenntnisse:

- Grundlegende Computerkenntnisse erforderlich. Vorzugsweise minimale Vorkenntnisse mit Formularen
- Keine Fachkenntnisse erforderlich

Lernszenario 6

1.4.2: Umweltfreundliche Symbole

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	BCS Koolitus
Name des Erstellers:	Kerli Saarelaid

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	Modul 1 - Informations- und Datenkompetenz
Thema:	Umweltfreundliche Symbole auf Etiketten
Einheit:	Microlearning-Einheit 1.4.2: Umweltfreundliche Symbole
Titel der Einsatzsituationen:	Umweltfreundliche Symbole auf Produktetiketten erkennen

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Erkennen umweltfreundlicher Symbole auf Produktetiketten
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Das im eLearning-Modul vorgestellte Lehrmaterial zur Erkennung umweltfreundlicher Symbole auf Produktetiketten wird mit Hilfe des betrieblichen Handlungsszenarios 1.4.2 gefestigt und in der Praxis angewendet. In diesem Szenario analysieren die Lernenden unabhängig voneinander verschiedene Produktetiketten, um umweltfreundliche Symbole zu identifizieren und zu interpretieren, angeleitet durch das eLearning-Modul. Diese praktische Übung ermöglicht es den Lernenden, theoretisches Wissen in realen Kontexten anzuwenden und so ein umfassendes Verständnis und Behalten zu gewährleisten.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Neben dem Fachwissen zum Erkennen und Interpretieren von umweltfreundlichen Symbolen auf Produktetiketten (Kompetenzmodell Umweltbewusstsein, Fach- und Methodenkompetenzen) steht im vorliegenden Lernszenario die Entwicklung der Teilkompetenz des kritischen Denkens und der Liebe zum Detail im Vordergrund. Darüber hinaus legt es Wert auf ergebnisorientiertes Handeln, Medienkompetenz und die Fähigkeit, Kunden dabei zu helfen, informierte, nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Nach einer allgemeinen Einführung in die Bedeutung und den Einfluss umweltfreundlicher Symbole auf Produktetiketten werden die in der Branche verwendeten Kennzeichnungen und ihre spezifischen Bedeutungen sowie Auswirkungen umfassend erörtert. Anschließend bearbeiten die Lernenden eigenständig die betriebliche Aktionseinheit 1.4.2, um das Thema praxisnah zu vertiefen.

	<p>Die Teilnehmenden lernen, umweltfreundliche Symbole sicher zu erkennen und Produktetiketten gezielt zu analysieren, sodass das Gelernte effektiv verankert und praxisnah anwendbar wird.</p> <p>Ein anschließender Test ermöglicht es den Lernenden, verschiedene umweltfreundliche Labels zu identifizieren und korrekt zuzuordnen. Hierbei kann das Unternehmen auch eigene, unternehmensspezifische Symbole einfügen, um sicherzustellen, dass alle relevanten Kennzeichnungen vertraut sind. Dieser ganzheitliche Ansatz sorgt dafür, dass Auszubildende und Mitarbeitenden nicht nur allgemein anerkannte, sondern auch firmenspezifische Symbole kennen und das Wissen direkt im Arbeitsalltag anwenden können.</p>
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	Verkäufer, EstQF Level 4

4. Allgemeine Bedingungen

Ort:	Firma
Qualifikationsniveau:	Neue Mitarbeiter; Alle Mitarbeiter, wenn neue Labels entwickelt werden
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	Kann einzeln oder in der Gruppe durchgeführt werden
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC, Internetzugang
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Präsentation von Software, Umgebung für die Durchführung von Tests

5. Organisatorische Hinweise

Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	1,5 Stunden
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	1,5 Stunden
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	4 Stunden
Checkliste zur Vorbereitung:	<p>Kann entweder zu Hause oder im selben Raum durchgeführt werden. Im Falle desselben Raums, Überprüfung des Internetzugangs von PC-s</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internetzugang

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Vorbereitung der Tests, entweder in digitaler Form oder auf Papier |
|--|--|

6. Erforderliche Fachkenntnisse:

- Grundlegende Computerkenntnisse
- Allgemeine Kenntnisse in der Produktkennzeichnung
- Keine Fachkenntnisse erforderlich

Lernszenario 7

1.4.1: Identifizierung von Produktelementen zur Kennzeichnung

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	BCS-Schulung
Name des Erstellers:	Kerli Saarelaid

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	Modul 1 - Informations- und Datenkompetenz
Thema:	Elemente der Produktbeschriftung
Einheit:	1.4.1: Elemente beschriften
Titel der Einsatzsituationen:	Erkennen von Produktetikettenelementen

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Erkennen von Produktetiketten
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Das im eLearning-Modul vorgestellte Lehrmaterial, Identifizierung von Produktelementen zur Kennzeichnung wird mit Hilfe des betrieblichen Handlungsszenarios 1.4.1 gefestigt und in der Praxis angewendet. In diesem Szenario analysieren die Lernenden unabhängig voneinander verschiedene Produktetiketten, um wichtige Etikettenelemente zu identifizieren und zu interpretieren, angeleitet durch das E-Learning-Modul. Diese praktische Übung ermöglicht es den Lernenden, theoretisches Wissen in realen Kontexten anzuwenden und so ein umfassendes Verständnis und Behalten zu gewährleisten.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Neben dem Fachwissen des Erkennens und Interpretierens von Produktkennzeichnungselementen (Kompetenzmodell Produktwissen, Fach- und Methodenkompetenzen) steht im vorliegenden Lernszenario die Entwicklung der Teilkompetenz Detailgenauigkeit und analytische Fähigkeiten im Vordergrund. Darüber hinaus betont es ergebnisorientiertes Handeln, kritisches Denken und die Fähigkeit, erlernte Konzepte auf reale Situationen anzuwenden.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Die Teilnehmenden erlernen die Grundlagen der Produktkennzeichnung anhand der Microlearning-Einheit 1.4.1. Im Folgenden folgt eine Übung, in der die Lernenden verschiedene Label-Elemente erkennen und richtig identifizieren müssen. Diese Microlearning-Einheit dient als Einführung in das tiefergehende Thema der Label-Elemente im Lehrplan der Berufsschule und bietet eine solide Grundlage für weiterführende Studien in diesem Bereich.

	Das Lernszenario ist so konzipiert, dass es ein umfassendes Verständnis und Behalten gewährleistet.
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	Verkäufer, EstQF Level 4

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Berufsschule
Qualifikationsniveau:	EstQF Stufe 4
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	10-25, Verkäufer
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz, Internetzugang, vorbereitete Übungsbeschreibung (digital oder auf Papier)
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Präsentationssoftware

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	1,5 Stunden
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	1,5 Stunden
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	4 Stunden
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> • Schauen Sie sich die Arbeitsplätze für Lernende an • Vorbereitung der Tests, entweder in digitaler Form oder auf Papier

6. Erforderliche Fachkenntnisse:
- Grundlegende Computerkenntnisse erforderlich - Keine Fachkenntnisse erforderlich

Lernszenario 8

1.3.2: Analysieren von Kundenfeedback

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	BCS Koolitus
Name des Erstellers:	Kerli Saarelaid

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	Modul 1 - Informations- und Datenkompetenz
Thema:	Analyse des von Kunden gesammelten Feedbacks
Einheit:	1.3.2: Analyse von Kundenfeedback
Titel der Einsatzsituationen:	Analyse von Kundenfeedback

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Analyse des von Kunden gesammelten Feedbacks
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Das eLearning-Modul zur Analyse von Kundenfeedback mithilfe einfacher Excel-Grafiken und -Berechnungen ist im Lernszenario 1.3.2 eingebettet. In diesem Szenario lernen die Teilnehmenden, Kundenfeedback-Daten in Excel einzugeben und durch grundlegende Funktionen zur grafischen Darstellung und Berechnung die Daten auszuwerten. Angeleitet durch die Tutorials und Übungen des Moduls wenden sie diese Techniken auf reale Rückmeldungen an. Dadurch entwickeln die Lernenden die Fähigkeit, Kundenmeinungen gezielt zu analysieren und anschaulich zu visualisieren, um wertvolle Einblicke zu gewinnen.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Neben dem Fachwissen im Umgang mit Excel für die Erstellung von Grafiken und Berechnungen (im Sinne des Kompetenzmodells der Datenanalyse sowie der Fach- und Methodenkompetenzen) fördert das Lernszenario gezielt die Teilkompetenzen in Dateninterpretation und analytischem Denken. Zudem liegt ein Schwerpunkt auf ergebnisorientiertem Arbeiten, einer sorgfältigen Detailgenauigkeit sowie der Entwicklung digitaler Kompetenzen.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Das Modul zur Analyse von Kundenfeedback vermittelt den Lernenden die grundlegenden Grafik- und Berechnungsfunktionen von Excel und führt sie anschließend in das betriebliche Handlungsszenario 1.3.2 ein. Hierbei erfassen die Teilnehmenden eigenständig Daten in Excel, erstellen Diagramme und führen Berechnungen durch, um das Kundenfeedback gezielt auszuwerten. Praxisnahe

	<p>Aufgaben simulieren reale Analyseszenarien und beantworten aufkommende Fragen schrittweise.</p> <p>Ein abschließender Test oder eine Übung durch die Lehrkraft stellt sicher, dass die Lernenden Excel erfolgreich zur Analyse von Kundenfeedback einsetzen können. Zusätzlich lässt sich diese Einheit mit dem Englischunterricht kombinieren, sodass die Lernenden ihre Analyse- und Sprachkompetenzen parallel trainieren können.</p>
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	Kein obligatorischer Bestandteil

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Berufsschule
Qualifikationsniveau:	EstQF 4
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	10-25, Studenten im Kundenservice
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz, Internetzugang, vorbereitete Übungsbeschreibung (digital oder auf Papier), Referenten
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Video

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	3 Stunden
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	3 Stunden
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	6 Stunden
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen der Arbeitsplätze, Internetzugang, Lautsprecher für Lernende • Vorbereitung des Tests/der Übung, entweder in digitaler Form oder auf Papier

6. Erforderliche Fachkenntnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Computerkenntnisse erforderlich - Sehr grundlegende Kenntnisse in Excel - Keine Fachkenntnisse erforderlich

Lernszenario 9

1.1.3: Faktenprüfung

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	BCS Koolitus
Name des Erstellers:	Kerli Saarelaid

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	Modul 1 - Informations- und Datenkompetenz
Thema:	Erwerb von Kenntnissen, wie man Informationen im Internet auf Fakten überprüft und wie man Falschinformationen erkennt
Einheit:	1.1.3: Faktenprüfung
Titel der Einsatzsituationen:	Informationen zur Faktenprüfung

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Informationen zur Faktenprüfung
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	In der Microlearning-Einheit zur Faktenprüfung und Erkennung von Falschinformationen im Internet lernen die Teilnehmenden, die Glaubwürdigkeit von Online-Quellen einzuschätzen und Falschinformationen zu erkennen. Dabei wenden sie die im Modul vermittelten Techniken zur Faktenprüfung auf praxisnahe Beispiele an und vertiefen so ihre Fähigkeiten im kritischen Umgang mit digitalen Informationen.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Im Fokus dieses Lernszenarios steht neben dem Fachwissen über Faktenprüfung und Erkennung von Falschinformationen (verankert im Kompetenzmodell für Digital Literacy und Critical Thinking Skills) besonders die Förderung analytischen Denkens. Ergänzend wird ergebnisorientiertes Handeln, Liebe zum Detail sowie die Fähigkeit betont, Online-Inhalte sicher zu navigieren und kritisch zu bewerten. Für Lernende in der beruflichen Bildung, die Forschungsarbeiten verfassen und recherchieren, stellt dies eine wesentliche Schlüsselkompetenz dar.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Nach Abschluss der Microlearning-Einheit übernehmen die Auszubildenden die Aufgabe, eine Auswahl kuratierter Online-Artikel, Social-Media-Beiträge und weitere digitale Inhalte hinsichtlich Glaubwürdigkeit und Genauigkeit zu bewerten. Während des gesamten Szenarios werden sie dabei durch Mentoring unterstützt, um ihre Fähigkeiten gezielt zu stärken. Erstmals kommen digitale Tools und Ressourcen wie Faktenprüfungs-Websites und spezielle Browser-Erweiterungen zum Einsatz, um Informationen effizient zu verifizieren.

	<p>In einer kooperativen Gruppenübung arbeiten die Teilnehmenden gemeinsam an der Überprüfung von Informationen und erstellen einen Bericht zu ihren Ergebnissen. Diese praktische Übung stellt sicher, dass die Lernenden ihre Fähigkeiten im realen Kontext anwenden und verfeinern können.</p> <p>Abschließende Aufgaben simulieren praxisnahe Szenarien, in denen die Azubis gefordert sind, in beruflichen oder schulischen Umgebungen rasch Falschinformationen zu erkennen und auftretende Fragen oder Herausforderungen kompetent zu adressieren.</p> <p>Ein innovatives Element dieses Moduls ist das Peer-Review-System: Durch gegenseitige Bewertung der Faktenprüfungs-Berichte erhalten die Lernenden wertvolles Feedback und vertiefen ihr Verständnis durch Zusammenarbeit und Reflexion.</p>
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	Kein obligatorischer Bestandteil

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Berufsschule
Qualifikationsniveau:	Anwendbar für jede Einzelhandelsqualifikation
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	10-30 Teilnehmer (für die Gruppenarbeit, Gruppen ab 2 Personen) Anwendbar für Studenten aller Einzelhandelsqualifikationen, am besten für 1-jährige Studenten.
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz, Internetzugang, vorbereitete Aufgabenbeschreibung (digital oder auf Papier)
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Präsentationssoftware

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	3 Stunden
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	3 Stunden
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	6 Stunden

Checkliste zur Vorbereitung:

- Auschecken der Arbeitsplätze, Internetzugang
- Erstellung der Aufgabenbeschreibung, entweder in digitaler Form oder auf Papier

6. Erforderliche Fachkenntnisse:

- Grundlegende Computer- und Browsing-Kenntnisse
- Keine Fachkenntnisse erforderlich

Lernszenario 10

2.1: Marketinginstrumente im Einzelhandel

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	Prof. Ivan Apostolov Schule
Name des Erstellers:	Milena Koleva

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	3. Ausbildungsjahr
Thema:	Marketing
Einheit:	Marketingkampagnen und -tools
Titel der Einsatzsituationen:	Marketingkampagne
Standort im virtuellen Einkaufszentrum	Fachkraft - Handel

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Marketing-Instrumente
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Möglicher Beispielsatz: Das Lehrmaterial zu Marketinginstrumenten im Einzelhandel wird in die Sitzungen zu Marketingkampagnen im Einzelhandel übertragen.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Einführung in die Konzepte der Marketingkampagne: Ziele und Werkzeuge. Neben dem Fachwissen aus dem Bereich Marketing/Social Media baut das aktuelle Szenario Wissen und Fähigkeiten für maßgeschneiderte Botschaften und die richtigen Kanäle von Social Media auf. Im vorliegenden Lernszenario liegt der Fokus auf der Entwicklung der Teilkompetenz der Teamfähigkeit. Darüber hinaus geht es auch um ergebnisorientiertes Handeln und Medienkompetenz.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Nach einer allgemeinen Einführung in die Entwicklung und Funktion von Marketingkampagnen werden übergeordnete Tools wie: Werbung: Verschiedene Kanäle wie TV, Online und Social Media; Visual Merchandising: Ladenlayout und Produktpräsentationen; Branding: Schaffung einer starken Markenidentität. Das Lernszenario wird in vier Unterrichtsstunden à 40 Minuten absolviert, insgesamt 160 Minuten. Der Fokus liegt auf Social Media: Instagram und Facebook – machen Sie eine Einführung in die Geschäftssicht und nicht in die von ihnen bekannten Nutzerprofile. Sprechen Sie über Zielgruppen und Bedürfnisse, Verhalten der Kunden und Vorlieben für Social Media.
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden	1. Ausbildungsjahr: Erlernen von Field Marketing Kursen – eine Stunde pro Woche,

Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	<i>Thema: Digitale Marketingkampagnen und -tools</i>
---------------------------------------	--

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Schule
Qualifikationsniveau:	<i>Sekundarstufe II</i>
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	<i>22 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Studienprofil Entrepreneurship</i>
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	<i>PC-Arbeitsplatz je 2 Teilnehmer mit Internetzugang und Drucker, Smartphones Projektor/Smartboard, Whiteboard, Kamera, Headset</i>
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	<i>Mobile Apps – Instagram- und Facebook-Installationen, Nutzungsprofile, YouTube Arbeitsblätter mit Situationsaufgaben und Übersichten</i>

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	<i>2 Lektionen</i>
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	<i>2 Lektionen</i>
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	<i>1 Tag</i>
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> • Revisionen - Blatt mit Hinweisen, Vorschlägen, Problemen • PC – Bereiten Sie den Raum vor, testen Sie jeden Arbeitsplatz • Installierte Software: Google Chrome, Google Play zum Herunterladen von Instagram/Facebook, Installieren/Aktualisieren aktueller Apps, Internetverbindung, Headset-/Audioausgabetest) • Erstellen Sie Ausdrücke der Lösung der Aufgaben

6. Erforderliche Fachkenntnisse:
- Grundkenntnisse der Marketinginstrumente im Einzelhandel erforderlich - Keine Fachkenntnisse erforderlich

7. Wichtige Lernergebnisse: (wie in Template World - MLE

1. Die Auszubildenden kennen den Unterschied zwischen Werbemitteln und Werbemitteln und können diese richtig zuordnen.
2. Die Auszubildenden können geeignete Werbemittel und Werbemittel für Werbekampagnen auswählen.
3. Die Auszubildenden kennen, benennen und differenzieren die verschiedenen Vertriebskanäle und Kommunikationskanäle in einem Multi-Channel-Umfeld

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:

Beschreiben Sie in Stichpunkten, wann das MLE im Klassenzimmer/Unternehmen eingesetzt wird:

- Einführung in das Thema
- Vorbereitung von Fallstudien – ein Absatz als besondere Aufgabe
- Teamarbeit
- Video
- Präsenzlehre
- Selbststudium
- Gruppenarbeit
- Projektarbeit
- Endgültige Ergebnisse und Ergebnisse

Lernszenario 11

2.2: Service und Kommunikation

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	Prof. Ivan Apostolov Schule
Name des Erstellers:	Milena Koleva

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	3. Ausbildungsjahr
Thema:	Kommunikation und Verhandlungen
Einheit:	Kommunikation
Titel der Einsatzsituationen:	Kundenservice im Einzelhandel
Standort im virtuellen Einkaufszentrum	Fachkraft - Handel

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Kommunikation für den Kundenservice im Einzelhandel
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Möglicher Beispielsatz: Das Unterrichtsmaterial zum Thema Kommunikation lehrt die Schülerinnen und Schüler den Umgang mit der richtigen Sprache, Verkaufsphasen und einen qualitativ hochwertigen Service. Es verbessert die allgemeinen Kommunikationsfähigkeiten und den richtigen "Ton" und Inhalt von Gesprächen.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Einführung in das Konzept über den qualitativ hochwertigen Kundenservice der erfolgreichen Einzelhandelsketten, Verkaufsinteraktionen mit Kunden, Ansprachen zur Begrüßung, Beratung, Kaufüberredung von Kunden, Nachverfolgung und Abschied. Darüber hinaus wird das Konzept der Empathie als Teil der emotionalen Intelligenz aufgedeckt und diskutiert. Auch die Sichtweise des Kunden wird vorgestellt.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Es gibt eine Eisbruch-Aktivität, indem zwei Arten von Gesprächen/Interaktionen von Verkäufern und Kunden gezeigt werden: ein schlechtes und ein gutes Beispiel. Dann gibt es einen Artikel über die Verwendung der richtigen Sprache und Einstellung gegenüber den Kunden und Strategien zur Beratung ihrer Entscheidung, Artikel/Waren zu kaufen.
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	3. Ausbildungsjahr: Lernbereich Kommunikations- und Marketingkurse – eine Unterrichtsstunde pro Woche, 4 Unterrichtsstunden – 160 Minuten, 2 Unterrichtseinheiten für positive und 2 – für ein negatives Gesprächsszenario/Lösungsfall zwischen Verkäufer und Kunde. Thema: Kommunikation

4. Allgemeine Bedingungen

Ort:	Schule
Qualifikationsniveau:	<i>Sekundarstufe II</i>
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	<i>22 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Studienprofil Entrepreneurship</i>
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	<i>PC-Arbeitsplatz 2 Teilnehmer je mit Papier und Stift für Notizen und im Voraus vorbereitetes Szenario für ein Gespräch Projektor/Smartboard, Whiteboard, Kamera/Smartphone</i>
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	<p><i>Schriftliches Szenario für Gespräch und Situation – ein negatives und ein positives zum Üben Arbeitsblätter mit Situationsaufgaben und Übersichten Verbesserte Medien- und Technologieintegration</i></p> <p><i>Videos: Ergänzen Sie Rollenspiele mit kurzen Videos von realen Kundeninteraktionen im Einzelhandel. Digitale Tools: Verwenden Sie Tools für die Zusammenarbeit (z. B. Google Docs oder Miro), um Brainstorming durchzuführen und Gruppenreflexionen aufzuzeichnen. Interaktive Quizze: Nutzen Sie Plattformen wie Kahoot! oder Mentimeter für schnelle Beurteilungen. Aktualisierte Zeitzuordnung</i></p> <p><i>Lektion 1 (80 Minuten):</i></p> <p><i>Einführung und theoretischer Hintergrund (30 Minuten). Rollenspiel-Szenarien (50 Minuten). Lektion 2 (80 Minuten):</i></p> <p><i>Fallanalyse (40 Minuten). Gruppenpräsentationen und Feedback (30 Minuten). Reflexion und Schlussfolgerung (10 Minuten). Diese Struktur stellt sicher, dass sich die Studierenden aktiv engagieren, theoretisches Wissen mit praktischer Anwendung verbinden, und ermutigt sie, kritische Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln, die auf den Kundenservice anwendbar sind.</i></p>

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	<i>2 Lektionen</i>
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	<i>2 Lektionen</i>
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	<i>1 Tage</i>

Checkliste zur Vorbereitung:

- Revisionen - Blatt mit Hinweisen, Vorschlägen, Problemen
- PC – Bereiten Sie den Raum vor, testen Sie jeden Arbeitsplatz
- Erstellen Sie Ausdrücke der Lösung der Aufgaben

6. Erforderliche Fachkenntnisse:

- Grundkenntnisse der Marketinginstrumente im Einzelhandel erforderlich
- Keine Fachkenntnisse erforderlich

7. Wichtige Lernergebnisse: (wie in Template World - MLE Creation)

1. Auszubildende können die Vorteile von Dienstleistungen aus Kundensicht hervorheben und die Leistungskategorien hervorheben.
2. Auszubildende können Dienstleistungen als Verkaufsargument nutzen.
3. Auszubildende kennen und benennen in einem Beratungsgespräch die Verkaufsphasen.
4. Die Auszubildenden können die Verkaufsphasen im Verkaufsgespräch umsetzen.

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:

Beschreiben Sie in Stichpunkten, wann das MLE im Klassenzimmer/Unternehmen eingesetzt wird:
Einleitung (Eisbrecher):

Beginnen Sie mit einem kurzen interaktiven Quiz oder Video, das Beispiele für guten und schlechten Kundenservice zeigt.

Bitten Sie die Schülerinnen und Schüler, herauszufinden, was gut gelaufen ist und was nicht. Dies schafft den Rahmen für eine Diskussion über die Schlüsselemente einer effektiven Kommunikation.

Theoretische Grundlagen:

Präsentieren Sie einen ansprechenden Vortrag oder multimediale Inhalte zu Kommunikationsstrategien, wobei der Schwerpunkt auf Empathie, aktivem Zuhören und überzeugender Sprache liegt.

Heben Sie wichtige Verkaufsphasen hervor, wie z. B. Begrüßung, Beratung, Überzeugung, Abschluss und Nachverfolgung.

Rollenspiel-Szenarien (Übungsphase):

Teilen Sie die Schülerinnen und Schüler in Kleingruppen ein und geben Sie ihnen vorbereitete positive und negative Kundeninteraktionsszenarien.

Wechseln Sie die Rollen zwischen Kunde, Verkäufer und Beobachter, so dass alle Schüler unterschiedliche Perspektiven erleben.

Beobachter können die bereitgestellten Arbeitsblätter verwenden, um Stärken und verbesserungswürdige Bereiche zu notieren.

Gruppendiskussion und Feedback:

Holen Sie Feedback von Beobachtern ein und diskutieren Sie mit der Klasse. Verwenden Sie Fragen wie:

Welche Strategien haben im Positivbeispiel am besten funktioniert?

Wie könnte sich der Verkäufer im negativen Szenario verbessern?
Erleichtern Sie Peer-Feedback für eine kollaborative Lernumgebung.
Anwendung von Fallstudien (Verbindung zum wirklichen Leben):

Stellen Sie eine Fallstudie vor, in der die Studierenden die Kommunikationsstrategie einer Einzelhandelskette analysieren.

Bitten Sie die Schüler, anhand der erlernten Konzepte Verbesserungen vorzuschlagen oder Stärken zu identifizieren.

Kreatives Projekt:

Weisen Sie den Schülern zu, einen kurzen Sketch oder eine digitale Präsentation zu erstellen, die eine erfolgreiche Kundeninteraktion zeigt.

Verwenden Sie Tools wie Smartphones, um Videos aufzunehmen oder Live-Rollenspiele durchzuführen.

Reflexion und Fazit:

Schließen Sie mit einer geführten Reflexionsaktivität ab, z. B. indem Sie einen kurzen Absatz darüber schreiben, was sie über effektive Kundenservice-Kommunikation gelernt haben.

Ermutigen Sie die Schüler, eine Fähigkeit zu identifizieren, die sie verbessern werden, und wie sie sie im wirklichen Leben anwenden wollen.

Lernszenario 12

2.3: Verwendung von E-Mail in E-Commerce-Geschäftsprozessen

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	<i>Prof. Ivan Apostolov Schule</i>
Name des Erstellers:	Milena Koleva

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	<i>3. Ausbildungsjahr</i>
Thema:	<i>Kommunikation und Verhandlungen</i>
Einheit:	<i>Kommunikation</i>
Titel der Einsatzsituationen:	<i>E-Mail-Versand im Einzelhandel</i>
Standort im virtuellen Einkaufszentrum	<i>Fachkraft - Handel</i>

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	E-Mail im E-Commerce-Geschäft
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Möglicher Beispielsatz: <i>Das Unterrichtsmaterial zum Thema E-Mail behandelt das Thema, wie man eine E-Mail schreibt, das in den regulären Englischkursen behandelt wird. Das Szenario versetzt die Schüler in die Situation, ihre Kunden zu ihren Geburtstagen zu begrüßen. Es lehrt Kommunikation und die richtige Sprachkompetenz sowie Empathie und Einstellung zu den Kunden.</i>
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: <i>Automatisierte Geburtstags-E-Mails bieten dem Händler eine gute Möglichkeit, mit Kunden zu kommunizieren. Geburtstagswünsche werden am Tag des Geburtstags des Kunden verschickt. Dadurch kann die Kundenbindung aufgebaut, gepflegt und gestärkt werden. Geburtstags-E-Mails fallen unter das E-Mail-Marketing und sind Teil des Direktmarketings. Bei den Direct Mailings handelt es sich um einen adressierten Werbeartikel, der zu besonderen Anlässen automatisch an ausgewählte Kunden versendet wird. Sie können sich aus verschiedenen Bestandteilen wie Anschreiben, Broschüren, Katalogen oder auch persönlichen Geburtstagswünschen zusammensetzen. E-Mail-Marketing hat sich als Standardinstrument im Marketingkonzept vieler Handelsunternehmen fest etabliert und wird als das gängigste Marketinginstrument eingesetzt. Bitten Sie die Schüler, ähnliche Beispiele aus ihrer eigenen Erfahrung zu zeigen und dem Beispiel zu folgen. Fragen Sie auch nach der Verarbeitung personenbezogener Daten und wie Einzelhändler Daten sammeln (DSGVO) und wann das Geburtsdatum ist.</i>

Didaktisches Konzept des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Schreiben Sie eine E-Mail aus der Position eines E-Commerce-Kundendienstes und begrüßen Sie Ihren Kunden zum Geburtstag, denken Sie über die Worte, Nachrichten und die mögliche Belohnung/das Geschenk nach. Was wäre die Strategie und passt sie in die gesamte Marketingstrategie des Unternehmens?
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	3. Ausbildungsjahr: Lernbereich Kommunikations- und Marketingkurse, Englischkurse – drei Unterrichtsstunden pro Woche, eine Woche für die Arbeit – 120 Minuten, Thema: Schriftliche Kommunikation, E-Mails.

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Schule
Qualifikationsniveau:	Sekundarstufe II
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	22 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Studienprofil Entrepreneurship
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz 2 Teilnehmer je mit Papier und Stift für Notizen und Szenario zum Schreiben von E-Mails, Begrüßungen, im Voraus vorbereitet Projektor/Smartboard, Whiteboard, Smartphone E-Mail-Software: Gmail und/oder Outlook/Massen-E-Mail-Plattform
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Schriftliches Szenario für die Begrüßung von Kunden Arbeitsblätter mit Situationsaufgaben und Übersichten

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	3 Lektionen
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	1 Unterrichtsstunde
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	1/2 Tag
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> • Revisionen - Blatt mit Hinweisen, Vorschlägen, Problemen • PC – Bereiten Sie den Raum vor, testen Sie jeden Arbeitsplatz • Erstellen Sie Ausdrucke der Lösung der Aufgaben

6. Erforderliche Fachkenntnisse:	
Grundlegende digitale Kompetenz:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Vertrautheit mit E-Mail-Schnittstellen und grundlegenden Funktionen (z. B. Erstellung, Formatierung und Anhängen von Dateien). 	

- Fähigkeit, gängige E-Mail-Plattformen wie Gmail oder Outlook zu navigieren und zu verwenden.
 - **Kommunikationsfähigkeiten:**
 - Verstehen Sie die Prinzipien der professionellen Kommunikation, einschließlich Tonfall, Grammatik und zielgruppengerechtes Messaging.
 - Fähigkeit, Empathie, Klarheit und Zielstrebigkeit in der schriftlichen Kommunikation zu vermitteln.
 - **Marketing-Grundlagen:**
 - Bewusstsein für Kundenbindungsstrategien und die Rolle des Direktmarketings im Geschäft.
 - Grundlegendes Verständnis dafür, wie Kundendaten verantwortungsvoll gesammelt, gespeichert und verwendet werden.
 - **Kollaborative Fähigkeiten:**
 - Teamarbeit und Peer-Review-Fähigkeiten, um effektiv zu Gruppendiskussionen und Projekten beizutragen.
- Wünschenswerte (fortgeschrittene) Kenntnisse:**
- Sowohl für Lehrkräfte als auch für Studierende:
 - Auseinandersetzung mit realen E-Mail-Marketingkampagnen oder Fallstudien.
 - Kenntnisse von Tools zur Analyse der Effektivität von E-Mail-Marketing-Strategien (z. B. Öffnungsraten, Klickraten).
 - Vertrautheit mit Design-Tools (z. B. Canva, Mailchimp) zum Erstellen visuell ansprechender E-Mail-Vorlagen.

- 7. Wichtige Lernergebnisse: (wie in Template World - MLE Creation)**
5. Die Auszubildenden kennen den Unterschied zwischen automatisierten Geburtstagsgrüßen, Willkommens-E-Mails und Bestellbestätigungen und können diese richtig zuordnen.
 6. Die Auszubildenden können die Vorteile der oben genannten E-Mail-Marketing-Kampagnen benennen.
 7. Die Auszubildenden kennen den Nutzen der oben genannten E-Mail-Kampagnen im Handel, sie wissen, worum es dabei geht, warum sie wichtig sind und was es zu beachten gilt.

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:

Einleitung (kontextueller Überblick):

Beginnen Sie mit einer Diskussion darüber, wie E-Mail-Marketing den Einzelhandel und den E-Commerce verändert hat. Nennen Sie Beispiele von Unternehmen, die automatisierte E-Mails effektiv einsetzen, um Kunden zu binden (z. B. Geburtstagsgrüße oder Werbekampagnen). Binden Sie die Schüler ein, indem Sie sie bitten, persönliche Erfahrungen mit dem Erhalt von Marketing-E-Mails zu teilen – sowohl positive als auch negative Erfahrungen.

Theoretische Grundlagen:

Präsentieren Sie einen kurzen Vortrag oder ein Video, das die wichtigsten Elemente des E-Mail-Marketings abdeckt:

Arten von E-Mails (z. B. Begrüßung, Geburtstagsgrüße, Werbekampagnen und Auftragsbestätigungen).

Die Bedeutung von Tonfall, Personalisierung und DSGVO-Konformität in der E-Mail-Kommunikation.

Besprechen Sie, wie sich Geburtstagsgrüße speziell auf die Kundenbindung und die gesamte Marketingstrategie eines E-Commerce-Unternehmens auswirken.

Rollenspiele und Fallbeispiele (Bewerbungsphase):

Aktivität: Teilen Sie die Klasse in kleine Gruppen auf und stellen Sie ein Szenario auf, in dem die Schüler als Kundendienstmitarbeiter für ein E-Commerce-Unternehmen fungieren.

Szenario 1: Verfassen Sie eine herzliche, personalisierte Geburtstags-E-Mail mit einer kleinen Belohnung (z. B. einem Rabattcode oder kostenlosem Versand).

Szenario 2: Verfassen Sie eine E-Mail für einen Kunden, dessen persönliche Daten (z. B. Geburtstag) unvollständig sind. Schlagen Sie einen taktvollen Weg vor, um die fehlenden Informationen anzufordern und gleichzeitig DSGVO-konform zu bleiben.

Jede Gruppe wird:

Diskutieren und reflektieren Sie den Inhalt, den Ton und die Struktur ihrer E-Mails.

Identifizieren Sie die Schlüsselemente für ein effektives Verfassen von E-Mails (z. B. Betreffzeilen, Handlungsaufforderungen und Belohnungen).

Interaktives Peer Review:

Lassen Sie jede Gruppe der Klasse ihren E-Mail-Entwurf vorstellen.

Der Kurs gibt konstruktives Feedback anhand von Kriterien wie Professionalität, Ton, Klarheit und Übereinstimmung mit den Marketingzielen.

Ermutigen Sie die Teilnehmer, zu bewerten, ob die E-Mail die beiden Ziele der Marketingeffektivität und der Kundenzufriedenheit erreicht.

Fallstudie aus der Praxis (Selbststudium):

Weisen Sie die Schüler an, reale Beispiele für automatisierte Geburtstags-E-Mails von führenden E-Commerce-Marken zu untersuchen. Sie werden analysieren:

Was hat die E-Mail ansprechend oder effektiv gemacht?

Was hätte verbessert werden können?

Die Schülerinnen und Schüler können ihre Ergebnisse in der nächsten Sitzung mit der Klasse teilen.

Ergebnis (projektbasiertes Lernen):

Die Studierenden entwerfen selbstständig eine E-Mail-Marketingkampagne für einen fiktiven E-Commerce-Shop, einschließlich:

Eine personalisierte Geburtstags-E-Mail.

Eine Follow-up-E-Mail, in der Kunden aufgefordert werden, eine Prämie einzulösen oder Bewertungen zu teilen.

Die Kampagnen werden nach Kreativität, Ausrichtung auf Marketingstrategien und Einhaltung der DSGVO-Richtlinien beurteilt.

Reflexion und Fazit:

Erleichtern Sie eine Diskussion über die wichtigsten Erkenntnisse:

Die Bedeutung von Empathie und Personalisierung in der Kommunikation mit Kunden.

Balance zwischen Kreativität und professioneller Sprache im E-Mail-Marketing.

Verteilen Sie eine Broschüre, in der Best Practices für das Verfassen effektiver Marketing-E-Mails zusammengefasst sind.

Lernszenario 13

4.1: Die Bedeutung der Erstellung digitaler Inhalte

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	IDEC SA
Name des Erstellers:	Stefania Skandalou

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	1. Ausbildungsjahr
Thema:	Erstellung digitaler Inhalte
Einheit:	Aspekte der Erstellung digitaler Inhalte
Titel der Einsatzsituationen:	Erstellung digitaler Inhalte
Standort im virtuellen Einkaufszentrum	Fachkraft - Einzelhandel

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Aspekte der Erstellung digitaler Inhalte
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Möglicher Beispielsatz: Das Unterrichtsmaterial konzentriert sich auf Tools zur Erstellung digitaler Inhalte und wie sie von Beschäftigten im Einzelhandel genutzt werden können.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: "Digital Content Creation" Kompetenz für Einzelhandelsprofis beinhaltet den Erwerb der notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse, um digitale Inhalte für Online-Plattformen kompetent zu erstellen, zu verwalten und zu verbessern. Dazu gehört, die Grundlagen der Content-Erstellung zu verstehen, sich mit verschiedenen digitalen Tools vertraut zu machen und mit den neuesten Trends im Content-Marketing Schritt zu halten. Einzelhandelsfachleute müssen lernen, Kunden zu binden, Markenbotschaften zu kommunizieren und den Umsatz durch überzeugende und relevante digitale Inhalte zu steigern.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Nach einer allgemeinen Einführung in das, was "Digital Content Creation" ist, werden die Teilnehmer mit den Hauptaspekten der Digital Content Creation vertraut gemacht. Diese Aspekte lassen sich in vier Schlüsselemente ableiten , die effektive Inhalte im digitalen Bereich ausmachen und sicherstellen, dass Einzelhandelsfachleute gut gerüstet sind, um in der sich ständig weiterentwickelnden Landschaft erfolgreich zu sein. "Soziale Medien und Erstellung digitaler Inhalte." "Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten" "Schaffung einer visuellen Marke" "Videodesign und YouTube" Das Lernszenario wird in fünf Unterrichtsstunden abgeschlossen.

Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	
---	--

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Schule / Unternehmen
Qualifikationsniveau:	Weiterbildung zum/zur geprüften Fachkraft (u.a. Ausbildung zum/zur Einzelhandelskaufmann/-frau), 1. Ausbildungsjahr
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	10 Teilnehmer E-Commerce-Fachkraft, Studenten in der beruflichen Bildung
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz je 2 Teilnehmer mit Internetzugang und Drucker, Beamer, Leinwand, Whiteboard, Taschenrechner, Kamera, Headset
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	CD-ROM-Zahlungsmethoden, Tafelbilder, Arbeitsblätter mit Situationsaufgaben und Übersichten

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	2 Unterrichtseinheiten
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	2 Unterrichtseinheiten
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	1 Tag
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisionen - Blatt mit Hinweisen, Vorschlägen, Problemen ▪ PC – Bereiten Sie den Raum vor, testen Sie jeden Arbeitsplatz (Internet Explorer oder Google Chrome als Standardbrowser, aktuellen Adobe Flash Player installieren/aktualisieren, Druckfunktion, Internetverbindung, Headset-/Audioausgabetest) ▪ Erstellen Sie Ausdrücke der Lösung der Aufgaben

6. Erforderliche Fachkenntnisse:
- Grundkenntnisse im Bereich Digital Content Creation erforderlich - Keine Fachkenntnisse erforderlich

7. Wichtige Lernergebnisse:
<p>Entwickeln Sie ein tiefes Wissen über die Kernaspekte der Erstellung digitaler Inhalte, das es Ihnen ermöglicht, Inhalte zu erstellen, die bei Ihrer Zielgruppe Anklang finden und mit den Zielen Ihrer Marke übereinstimmen.</p> <p>Erwerben Sie die Fähigkeiten und das Fachwissen, um Tools zur Erstellung digitaler Inhalte wie Social-Media-Management, Designsoftware und Videobearbeitung effektiv zu nutzen, um die Sichtbarkeit der Marke und die Kundenbindung zu verbessern.</p> <p>Identifizieren und navigieren Sie die einzigartigen Herausforderungen, mit denen Einzelhandelsfachleute bei der Erstellung digitaler Inhalte konfrontiert sind, und stellen Sie sicher, dass Sie sich anpassen und innovativ sein können, um branchenspezifische Hindernisse effektiv zu überwinden.</p>

8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:	
Theorie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einheit 1.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Betonen Sie die Bedeutung von Informations- und Datenkompetenz, effizienter Suche und Überprüfung von Ressourcen bei der Suche nach Informationen, die in Inhalte aufgenommen werden sollen. (Microlearning-Einheiten 1.1.1,1.1.2,1.1.3) 2. Einheit 3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Unterrichten Sie über verschiedene Social-Media-Plattformen und wie Sie einen Kanal für verschiedene Inhalte auswählen (Microlearning-Einheit 3.2.1) b. Einführung verschiedener Tools, die für die interne Zusammenarbeit und Kommunikation bei der Erstellung von Inhalten verwendet werden können (Microlearning-Einheiten 3.2.2, 3.2.3) 3. Einheit 3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Navigieren Sie durch den Prozess der externen Zusammenarbeit und lernen Sie die Praktiken kennen, die bei der Erstellung von Inhalten verwendet werden können. (Microlearning-Einheit 3.3.1) 4. Einheit 3.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Vermitteln Sie, wie Schüler MS Office-Programme nutzen können, um die Kommunikation und Produktivität bei der Erstellung von Inhalten zu verbessern. (Microlearning-Einheit 3.4.1) b. Demonstrieren Sie, wie erweiterte Funktionen derselben Tools für die Datenanalyse verwendet werden können, die für die Erstellung von Inhalten und den Erfolg von Inhalten relevant sind. (Microlearning-Einheit 3.4.2)

	<p>5. Einheit 4.1</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Einführung in die verschiedenen Aspekte der Erstellung digitaler Inhalte (Microlearning Einheit 4.1.1) b. Analysieren Sie die Vorteile des Einsatzes von Tools zur Erstellung digitaler Inhalte (Microlearning-Einheit 4.1.2) c. Diskutieren Sie die Herausforderungen, denen sich Content-Ersteller stellen können (Microlearning-Einheit 4.1.3) <p>6. Einheit 4.2</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Stellen Sie die wichtigsten Social-Media-Netzwerke vor, in denen viele Inhalte veröffentlicht werden. Besprechen Sie, wie Sie die Community durch Inhalte, Anzeigen und viele Social-Media-Funktionen einbeziehen können. (Microlearning-Einheiten 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3) <p>7. Einheit 4.5</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Unterrichten Sie über die Prinzipien des Designs von Videoinhalten und gehen Sie auf den Prozess der Erstellung von Videoinhalten ein. (Microlearning-Einheiten 4.5.1,4.5.2) b. Entdecken Sie Youtube für die Verbreitung von Videoinhalten und die Verwendung von Analysen, um den Erfolg von Videoinhalten zu messen. (Microlearning-Einheiten 4.5.3, 4.5.4)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Einheiten 1.1, 3.2, 3.3, 3.4, 4.2 enthalten alle Folien oder Videopräsentationen für die Vermittlung des relevanten Materials. 2. Einheit 4.1 <ul style="list-style-type: none"> a. Zusätzliche Lektüre über den Markt für die Erstellung digitaler Inhalte. 3. Einheit 4.2 <ul style="list-style-type: none"> a. Weitere Informationen zu den wichtigsten Social-Media-Netzwerken und ihren Funktionen. 4. Einheit 4.5 <ul style="list-style-type: none"> a. Sehen Sie sich ein Video an, das zeigt, wie Sie einen Youtube-Kanal erstellen.
Aktivität in der Gruppe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teilen Sie das Klassenzimmer in Gruppen auf. Jede Gruppe muss ein Produkt auswählen und Nachforschungen anstellen, um Inhalte zu erstellen. Alle Informationen und Quellen werden in einem kollaborativen Microsoft Word-Dokument festgehalten. Die Gruppe muss entscheiden, über welche Kanäle sie ihre Inhalte verbreitet und warum. Abschließend präsentieren die Gruppen ihre Arbeit in einer Power-Point-Präsentation. Bei dieser Aktivität üben die Schülerinnen und Schüler die folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> a. Zusammenarbeit b. Recherchefähigkeiten und Datenkompetenz c. Verwendung von Microsoft Office Tools d. Auswahl des am besten geeigneten Verbreitungskanals

Bewertung	<ol style="list-style-type: none">1. Einheit 1.1, Microlearning Einheit 1.1.3.<ol style="list-style-type: none">a. Bewerten Sie die Schülerinnen und Schüler zum Thema Faktencheck.2. Einheit 3.3, Microlearning Einheit 3.3.2<ol style="list-style-type: none">a. Beurteilen Sie die Studierenden zum Thema externe Zusammenarbeit.3. Einheit 3.4, Microlearning Einheit 3.3.3<ol style="list-style-type: none">a. Bewerten Sie die Teilnehmer nach ihrem Wissen über die Microsoft Office Suite
-----------	---

Lernszenario 14

4.3 – Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	IDEC SA
Name des Erstellers:	Stefania Skandalou

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	1. Ausbildungsjahr
Thema:	Erstellung digitaler Inhalte
Einheit:	Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten
Titel der Einsatzsituationen:	Urheberrecht und Lizenzen
Standort im virtuellen Einkaufszentrum	Fachärzte

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Möglicher Beispielsatz: Das Unterrichtsmaterial konzentriert sich auf die kritischen Aspekte von Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten und zielt darauf ab, Einzelhandelsfachleuten ein umfassendes Verständnis der rechtlichen Rahmenbedingungen und Best Practices zu vermitteln.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Formulieren Sie die Grundprinzipien des Urheberrechts, einschließlich der Rechte und des Schutzes, die den Urhebern von Inhalten gewährt werden. Wenden Sie die Grundsätze der Urheberrechtsdauer auf verschiedene Inhaltstypen an und verstehen Sie die Auswirkungen auf die posthume Laufzeit. Übernehmen Sie Best Practices bei der Erstellung von Inhalten, wie z. B. die korrekte Quellenangabe, den verantwortungsvollen Umgang mit lizenzierten Inhalten und die Einhaltung von Urheberrechtsgesetzen. Verhandeln und schließen Sie klare Urheberrechtsvereinbarungen ab, um Transparenz und Fairness unter den Mitarbeitern zu gewährleisten. Identifizieren und verhindern Sie potenzielle Probleme mit Urheberrechtsverletzungen im Einzelhandel und fördern Sie legale und ethische Praktiken für Inhalte.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Nach einer allgemeinen Einführung in die Grundidee von "Urheberrecht und Lizenzen bei der Erstellung von Inhalten" werden die Teilnehmer die Feinheiten von Urheberrecht, Eigentum, Dauer und verschiedenen Lizenzmodellen wie Creative Commons, Royalty-Free und Public Domain erkunden. Die Hauptziele bestehen darin, Einzelhandelsfachleute mit dem Wissen und den Werkzeugen

	<p>auszustatten, um ihre kreativen Werke zu schützen, die Komplexität der Eigentumsverhältnisse zu bewältigen und Inhalte innerhalb der gesetzlichen Grenzen ethisch zu nutzen und zu teilen.</p> <p>Das Lernszenario wird in vier Unterrichtsstunden abgeschlossen.</p>
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Schule / Unternehmen
Qualifikationsniveau:	Weiterbildung zur geprüften Fachkraft (u.a. Ausbildung zur Einzelhandelskauffrau), 1. Ausbildungsjahr
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	10 Teilnehmer E-Commerce-Fachkraft / Social-Media-Fachkraft / Visual Merchandiser / Einzelhändler / Content-Autoren und Blogger / Studenten in der beruflichen Bildung
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz je 2 Teilnehmer mit Internetzugang und Drucker, Beamer, Leinwand, Whiteboard, Taschenrechner, Kamera, Headset
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	Arbeitsblätter mit Situationsaufgaben und Übersichten

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	2 Unterrichtseinheiten
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	2 Unterrichtseinheiten
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	1 Tag
Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisionen - Blatt mit Hinweisen, Vorschlägen, Problemen ▪ PC – Bereiten Sie den Raum vor, testen Sie jeden Arbeitsplatz (Internet Explorer oder Google Chrome als Standardbrowser, aktueller Adobe Flash Player installieren/aktualisieren, Druckfunktion, Internetverbindung, Headset-/Audioausgabetest) ▪ Erstellen Sie Ausdrücke der Lösung der Aufgaben

6. Erforderliche Fachkenntnisse:

- Grundkenntnisse im Bereich Digital Content Creation erforderlich
- Keine Fachkenntnisse erforderlich

7. Wichtige Lernergebnisse:

Kenntnis der Grundsätze des Urheberrechts: Verstehen Sie die Grundprinzipien des Urheberrechts, einschließlich der Rechte, die es gewährt, und seiner Rolle beim Schutz kreativer Werke.

Verantwortungsvolle Nutzung von lizenzfreien Inhalten: Demonstrieren Sie die Fähigkeit, lizenzfreie Inhalte unter Berücksichtigung bestimmter Einschränkungen zu identifizieren, zu bewerten und verantwortungsvoll zu nutzen.

Verbesserte Rechtskompetenz bei der Erstellung von Inhalten: Erlangen Sie ein höheres Maß an Rechtskompetenz im Bereich der Erstellung von Inhalten, die eine fundierte Entscheidungsfindung und den Schutz kreativer Unternehmungen ermöglicht.

	8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:
Theorie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einheit 1.1 <ol style="list-style-type: none"> a. Betonen Sie die Bedeutung von Informations- und Datenkompetenz, effizienter Suche und Überprüfung von Ressourcen bei der Suche nach Informationen zu Lizenzen und Urheberrechten. (Microlearning-Einheiten 1.1.1,1.1.2,1.1.3) 2. Einheit 1.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Erfahren Sie mehr über die Arten von umweltfreundlichen Symbolen in Bezug auf Produkte bei der Erstellung von Inhalten. (Microlearning-Einheit 1.4.2) 3. Einheit 4.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Tauchen Sie ein in das Konzept des Urheberrechts und wie es mit der Erstellung von Inhalten zusammenhängt. Analysieren Sie die Zuständigkeiten, die Dauer und Best Practices. (Microlearning-Einheit 4.3.1) b. Entdecken Sie die verschiedenen Arten von Lizenzen, die bei der Erstellung von Inhalten benötigt werden. (Microlearning-Einheit 4.3.2)
Extra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Einheiten 1.1 und 1.4 enthalten Folien für die Vermittlung des entsprechenden Stoffes. 2. Einheit 1.4 <ol style="list-style-type: none"> a. Lesen Sie mehr über die Bedeutung und Anforderungen der verschiedenen umweltfreundlichen Labels und Symbole. (Microlearning-Einheit 1.4.2) 3. Einheit 4.3

	<ul style="list-style-type: none"> a. Zusätzliches Material zu Urheberrecht und Eigentum (Microlearning Einheit 4.3.1) b. Zusätzliches Material und offizielle Quellen zu verschiedenen Arten von Lizenzen. (Microlearning-Einheit 4.3.2)
Gruppenaktivitäten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teilen Sie die Schülerinnen und Schüler in Gruppen ein. Erstellen Sie eine Diashow mit Produkten und Inhalten, die unterschiedliche Copyright- und Umweltsiegel präsentieren. Abwechselnd treten Vertreter aus jeder Gruppe gegeneinander an, wobei der erste, der das Etikett und seine Bedeutung richtig identifiziert, einen Punkt für seine Gruppe erhält. Bei dieser Aktivität üben die Schülerinnen und Schüler die folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> a. Wissen über Umweltzeichen b. Kenntnisse über das Urheberrecht bei der Erstellung von Inhalten
Bewertung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einheit 1.1, Microlearning Einheit 1.1.3. <ul style="list-style-type: none"> a. Bewerten Sie die Schülerinnen und Schüler zum Thema Faktencheck. 2. Einheit 1.4, Microlearning Einheit 1.4.2 <ul style="list-style-type: none"> a. Bewerten Sie die Kenntnisse der Schülerinnen und Schüler in Bezug auf umweltfreundliche Symbole und Kennzeichnungen.

Lernszenario 15

4.4: Erstellen einer visuellen Marke

1. Angaben zur Bildungseinrichtung	
Name und Anschrift:	IDEC SA
Name des Erstellers:	Stefania Skandalou

2. Informationen zum eLearning-Modul	
Modul:	1. Ausbildungsjahr
Thema:	Erstellung digitaler Inhalte
Einheit:	Schaffen Sie eine visuelle Marke
Titel der Einsatzsituationen:	Erstellung digitaler Inhalte
Standort im virtuellen Einkaufszentrum	Fachkraft - Einzelhandel

3. Informationen zum Lernszenario	
Titel des Lernszenarios:	Schaffen Sie eine visuelle Marke
Kurze Beschreibung, wie Sie das eLearning-Modul oder seine Unterelemente in das Szenario einbetten:	Möglicher Beispielsatz: Das Unterrichtsmaterial konzentriert sich auf die Erstellung digitaler Inhalte und insbesondere auf die wesentlichen Elemente der Schaffung einer visuellen Marke und vermittelt Einzelhandelsfachleuten die Fähigkeiten und Kenntnisse, die erforderlich sind, um überzeugende und effektive Bilder für digitale Medien, Poster und Broschüren zu erstellen.
Kompetenzorientiertes übergeordnetes (Lern-)Ziel des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Entwickeln Sie die Fähigkeit, Bilder zu produzieren, die auf die Vorlieben und demografischen Daten der Zielgruppe zugeschnitten sind, um sicherzustellen, dass sie relevant sind und effektiv ankommen. Entwerfen Sie visuelle Elemente mit einem umfassenden Verständnis ihres spezifischen Zwecks, ihrer Ziele und der Emotionen, die hervorgerufen werden sollen, um eine effektive Kommunikation zu gewährleisten. Nutzen Sie die Prinzipien der Farbtheorie, um die psychologische Wirkung von Bildern zu verstärken, indem Sie Farben strategisch einsetzen, um die gewünschten Emotionen beim Publikum hervorzurufen. Erstellen Sie visuelle Darstellungen, die klare und unkomplizierte Botschaften vermitteln und wichtige Informationen durch beschreibende Elemente wie Grafiken und Formen hervorheben. Bewerten Sie die Wirksamkeit von Bildern und stellen Sie sicher, dass sie mit dem Gesamtimage der Marke übereinstimmen und die beabsichtigte Botschaft erfolgreich vermitteln.
Didaktisches Konzept des Szenarios:	Möglicher Beispielsatz: Nach einer allgemeinen Einführung in das, was es ist und wie wichtig es ist, zu wissen, wie man eine

	<p>visuelle Marke erstellt, werden die Teilnehmer mit den wesentlichen Elementen der Erstellung einer visuellen Marke vertraut gemacht. Sie erhalten die Fähigkeiten und das Wissen, die sie benötigen, um überzeugende und effektive Bilder für digitale Medien, Poster und Broschüren zu erstellen. Die Teilnehmer werden die Bedeutung von Schriftart, Farbtheorie, emotionaler Wirkung und allgemeiner Designstruktur für die Vermittlung der Botschaft einer Marke untersuchen. Die Einheit zielt darauf ab, Einzelhandelsfachleute in die Lage zu versetzen, strategisch visuelle Elemente zu entwerfen, die bei ihrer Zielgruppe Anklang finden, Markenbotschaften effektiv zu kommunizieren und die allgemeine Markenidentität zu verbessern.</p> <p>Das Lernszenario wird in sechs Unterrichtsstunden abgeschlossen.</p>
Zuordnung von Inhalten zu bestehenden Curricula/Ausbildungsordnungen, etc.:	

4. Allgemeine Bedingungen	
Ort:	Schule / Unternehmen
Qualifikationsniveau:	Weiterbildung zum/zur geprüften Fachkraft (u.a. Ausbildung zum/zur Einzelhandelskaufmann/-frau), 1. Ausbildungsjahr
Größe, Eigenschaften von Die Zielgruppe:	10 Teilnehmer E-Commerce-Fachkraft / Social-Media-Fachkraft / Visual Merchandiser / Einzelhändler / Content-Autoren und Blogger / Studenten in der beruflichen Bildung
Notwendige Technik (Hardware, Internetzugang) Nutzung von Medien	PC-Arbeitsplatz je 2 Teilnehmer mit Internetzugang und Drucker, Beamer, Leinwand, Whiteboard, Taschenrechner, Kamera, Headset
Mediennutzung (Software, Tools, Videos, etc.)	CD-ROM-Zahlungsmethoden, Tafelbilder, Arbeitsblätter mit Situationsaufgaben und Übersichten

5. Organisatorische Hinweise	
Gesamter Zeitrahmen des Lernszenarios (in vollen Stunden):	3 Unterrichtseinheiten
Zeitrahmen der Umsetzung (in Tagen/Wochen etc.):	3 Unterrichtseinheiten
Dauer der Vor- und Nachbereitung (in vollen Stunden):	1 Tag

Checkliste zur Vorbereitung:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisionen - Blatt mit Hinweisen, Vorschlägen, Problemen ▪ PC – Bereiten Sie den Raum vor, testen Sie jeden Arbeitsplatz (Internet Explorer oder Google Chrome als Standardbrowser, aktuellen Adobe Flash Player installieren/aktualisieren, Druckfunktion, Internetverbindung, Headset-/Audioausgabetest) ▪ Erstellen Sie Ausdrücke der Lösung der Aufgaben
------------------------------	--

6. Erforderliche Fachkenntnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - Grundkenntnisse im Bereich Digital Content Creation erforderlich - Keine Fachkenntnisse erforderlich

7. Wichtige Lernergebnisse:
<p>Maßgeschneiderte visuelle Erstellung: Entwickeln Sie die Fähigkeit, visuelle Elemente zu erstellen, die mit den Vorlieben und demografischen Merkmalen der Zielgruppe übereinstimmen und so Relevanz und Engagement gewährleisten.</p> <p>Klare Botschaften in visuellen Elementen: Erstellen Sie visuelle Elemente mit klaren und unkomplizierten Botschaften, die wichtige Informationen durch beschreibende Elemente wie Grafiken und Formen hervorheben.</p> <p>Anwendung von Do's & Don'ts: Wenden Sie Best Practices an, beginnend mit wichtigen Informationen, spezifizieren Sie die Vorteile, achten Sie auf die Verwendung von Schriftarten und vermeiden Sie häufige Fallstricke beim visuellen Design.</p>

	8. Didaktisches Konzept und Ablauf des Lernszenarios:
Theorie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einheit 3.2 <ol style="list-style-type: none"> a. Unterrichten Sie über verschiedene Social-Media-Plattformen und wie Sie einen Kanal für die Verbreitung Ihrer Marke auswählen (Microlearning Einheit 3.2.1) b. Einführung verschiedener Tools, die für die interne Zusammenarbeit und Kommunikation während der visuellen Markenbildung verwendet werden können (Microlearning-Einheiten 3.2.2, 3.2.3) 2. Einheit 3.3 <ol style="list-style-type: none"> a. Navigieren Sie durch den Prozess der externen Zusammenarbeit und lernen Sie die Praktiken kennen, die bei der visuellen Markenerstellung angewendet werden können. (Microlearning-Einheit 3.3.1) 3. Einheit 3.4

	<ul style="list-style-type: none"> a. Unterrichten Sie, wie Schüler MS Office-Programme nutzen können, um die Kommunikation und Produktivität bei der visuellen Markenerstellung zu verbessern. (Microlearning-Einheit 3.4.1) b. Demonstrieren Sie, wie erweiterte Funktionen derselben Tools für die Datenanalyse verwendet werden können, die für die visuelle Markenbildung relevant ist. (Microlearning-Einheit 3.4.2) <p>4. Einheit 4.4</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Analysieren Sie, wie wichtig es ist, eine konsistente visuelle Marke zu haben, und erkunden Sie verschiedene Elemente, die sie ausdrücken, wie z. B. die Erstellung von Bildern, Postern und Broschüren. (Microlearning-Einheiten 4.4.1,4.4.2,4.4.3)
Extra	<ul style="list-style-type: none"> 1. Die Einheiten 3.2, 3.3, 3.4 enthalten Folien oder Videopräsentationen zur Vermittlung des jeweiligen Stoffes
Aktivität in der Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> 1. Teilen Sie die Schülerinnen und Schüler in Gruppen ein. Jeder Gruppe ist ein erfundenes Unternehmen und seine Marke zugeordnet, zum Beispiel umweltfreundliche Kleidung oder Luxustaschen. Die Gruppen machen ein Brainstorming, um eine Farbpalette, Symbole und ein Logo zu entwickeln, von denen sie glauben, dass sie die Botschaft ihres Unternehmens am besten repräsentieren und die Zielgruppe am besten ansprechen. Bei dieser Übung üben die Schülerinnen und Schüler Folgendes: <ul style="list-style-type: none"> a. Bedeutung der visuellen Marke b. Zusammenarbeit c. Kreativität
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> 1. Einheit 3.3, Microlearning Einheit 3.3.2 <ul style="list-style-type: none"> a. Beurteilen Sie die Studierenden zum Thema externe Zusammenarbeit. 2. Einheit 3.4, Microlearning Einheit 3.3.3 <ul style="list-style-type: none"> a. Bewerten Sie die Teilnehmer nach ihrem Wissen über die Microsoft Office Suite 3. Einheit 4.4, Microlearning Einheit 4.4.3 <ul style="list-style-type: none"> a. Bewerten Sie die Schüler nach ihrem Wissen über visuelle Markenbildung