

Lernkarten zur Prüfungsvorbereitung

Kaufleute im E-Commerce

Frank Stolpmann

Europa-Nr.: 93079

1. Auflage 2023

ISBN: 978-3-7585-9307-9

Druck 5 4 3 2 1

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsselberger Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten



Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss
vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2023 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney,
Vollmer GmbH & Co. KG
42781 Haan-Gruiten
www.europa-lehrmittel.de

Satz und Druck: Typework Layoutsatz & Grafik GmbH, 86153 Augsburg

1

01-01

Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung

1

Katalognummer

Kartennummer

Prüfungsbogen:

- 1** Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung
- 2** Geschäftsprozesse im E-Commerce
- 3** Kommunikation im E-Commerce
- 4** Wirtschafts- und Sozialkunde

Wir wünschen viel Erfolg bei Ihrer Prüfung!

Empfehlung zur Arbeit mit diesen Karten:

Die thematischen Inhalte überschneiden sich innerhalb der gestreckten Abschlussprüfungen (GAP) zwischen Teil 1 und Teil 2. Begriffe, die bereits in den Lernkarten der GAP1 behandelt wurden, werden zur Vermeidung von doppelten Karten in den Inhalten von GAP2 nicht erneut aufgegriffen. Deshalb wird empfohlen zur Vorbereitung auf den zweiten Teil der gestreckten Abschlussprüfung auch die Lernkarten von GAP1 zu wiederholen.

FRAGE

Unterscheiden Sie Stammdaten
und Bewegungsdaten.

Stammdaten sind grundlegende Daten in einem Dateisystem, die sich inhaltlich nie oder nur selten ändern und keinen zeitlichen Bezug haben. Das können Daten zum eigenen Unternehmen, zum Personal, aber auch zu Artikeln, Kunden oder Lieferanten sein.

Bewegungsdaten sind prozessbezogene Daten. Sie entstehen immer wieder neu durch die betriebliche Leistung und der aktuellen Rahmenbedingungen.

FRAGE

Bei der Durchführung eines Kundenauftrags benötigen Sie Stammdaten und Bewegungsdaten.

Nennen Sie beispielhaft jeweils zwei Daten, die Sie dabei dem Bereich

- Stammdaten
 - Bewegungsdaten
- zuordnen können.

Beispiele für Datenkategorien bei der Durchführung eines Kundenauftrags:

Stammdaten	Bewegungsdaten
<ul style="list-style-type: none">• Name des Kunden• Adresse des Kunden• Kundennummer• Bankverbindung• Artikelpreis	<ul style="list-style-type: none">• Lagerbestand• Verfügbarkeit• Bestelldatum• Bestellmenge• Lieferdatum

FRAGE

Produktdaten lassen sich in die Bereiche

- Stammdaten,
- Bewegungsdaten,
- Marketingdaten und
- Logistikdaten

einordnen.

Ordnen Sie jeder Klassifizierung mindestens drei Beispiele für Produktdaten zu.

Einordnung	Beispiele für Produktdaten
Stammdaten	Artikelnummer, Artikelbezeichnung, Gewicht, Maße, Farbe, Preis, Funktionen, verwendete Werkstoffe
Bewegungsdaten	Bestellmenge, Bestelldatum, Lieferdatum, Lieferzeiten, Lagerbestand
Marketingdaten	Fotos, Erläuterungstexte, Erklärvideos, Anzahl Klicks, Verweildauer auf dem Artikel
Logistikdaten	Versandart, Paketgröße, Lagerort, Verpackungseinheiten, Mindestbestellmenge

FRAGE

Unterscheiden sie digitale Bilder in

- Rastergrafiken
- Vektorgrafiken

und beschreiben Sie jeweils deren digitalen Aufbau.

Rastergrafiken setzen Bilder aus einer Vielzahl kleiner Farbpunkte („Pixel“) zu einem Gesamtbild zusammen. Bei Bildvergrößerungen leidet die Bildqualität, weil nur die Pixel vergrößert werden und sichtbare Farblöcke bilden.

Vektorgrafiken werden durch eine Vielzahl von Linien und Kurven („Primitiven“) mit jeweils zugewiesenen Punkten und Abständen („Vektoren“) nach den Grundsätzen eines Koordinatensystems definiert. So entstehen bei Bildvergrößerungen keine Qualitätsverluste. Kreise werden bspw. einfach über einen festgelegten Mittelpunkt, einen Durchmesser und ggf. einer Farbe bestimmt.

FRAGE

Beurteilen Sie die Bilddateiformate

- JPG
- PNG
- GIF
- TIFF

nach

- Farbtiefe,
- Dateigröße und
- Web-Eignung

und ihrer Brauchbarkeit für Internetseiten.

Bilddateiformate

Große Bilddateien eignen sich aufgrund verlängerter Ladezeiten grundsätzlich nicht für die Erstellung von Internetseiten:

Dateiformat	Farbtiefe	Dateigröße	Web-Eignung
JPG	24-Bit	gering	geeignet
PNG	24-Bit	gering	geeignet
GIF	8-Bit	gering	geeignet
TIFF	32-Bit	hoch	ungeeignet

FRAGE

Im Rahmen Ihrer betrieblichen Aufgaben sollten Sie sich mit einigen Software- und Informationssystemen auskennen. Beschreiben Sie den Aufbau und den Nutzen eines **ERP-Systems**.

Ein **ERP-System** („Enterprise-Resource-Planning“) ist eine bereichsübergreifende Software für betriebswirtschaftliche Prozesse. Damit lassen sich alle betrieblichen Prozesse planen, durchführen und kontrollieren. Die Software besteht oft aus mehreren verknüpften Einheiten („Module“) für verschiedene betriebliche Aufgaben, wie Beschaffung, Materialwirtschaft, Vertrieb, Produktion, Logistik, Finanzen, Personal, o.ä. Im Rahmen des digitalen Supply Chain Management (SCM) lassen sich ERP-Systeme zur Optimierung der Lieferketten mit unternehmens-externen Systemen vernetzen.

FRAGE

Im Rahmen Ihrer betrieblichen Aufgaben sollten Sie sich mit einigen Software- und Informationssystemen auskennen. Welche Rolle erfüllt ein **PIM-System**?

Ein **Produktinformationsmanagement („PIM“)**, auch Produktdatenmanagement („PDM“), stellt wichtige Angaben über jedes Produkt zur Verfügung, bei Bedarf aus anderen internen oder aus externen Datenbanken, z. B. der Hersteller. Die Informationen dienen zur eindeutigen Produktidentifizierung, zur Kundenberatung, zur Veröffentlichung in den Onlineangeboten und zur Vereinheitlichung aller Datenbestände. Es werden Daten gepflegt wie Fotos, Zeichnungen, Produktmerkmale und -varianten, verwendete Werkstoffe, Maße, Gewichte, Preise, Mindestbestellmengen, Verpackungseinheiten oder Hinweise auf Ersatzteile und Zubehör.

FRAGE

Im Rahmen Ihrer betrieblichen Aufgaben sollten Sie sich mit einigen Software- und Informationssystemen auskennen. Welche Rolle erfüllt ein **CRM-System**?

Ein **CRM-System** („Customer-Relationship-Management“) ist eine Software oder ein Softwaremodul zur Bündelung, Dokumentation und Auswertung aller wesentlichen Kundeninformationen aus einer oder mehreren Datenbanken.

Die Akquise neuer Kunden ist kostenintensiver als die Bindung und Intensivierung bestehender Kundenbeziehungen. Die Ergebnisse im CRM-System dienen der Verbesserung und dem Ausbau der Kundenbeziehung sowie der Planung und Durchführung anstehender Geschäftsprozesse mit dem Kunden.