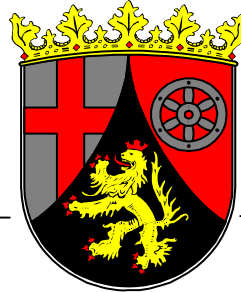


# Rheinlandpfalz



## **Lehrplan für die Fachschule Wirtschaft Fachrichtung Betriebswirtschaft und Unternehmensmanagement**

### **Schwerpunkt Marketing und Vertrieb**

#### **Lernmodule**

1. Kommunikation und Arbeitstechniken
2. Berufsbezogene Kommunikation in einer Fremdsprache
3. Volkswirtschaft und Wirtschaftspolitik
4. Unternehmensmanagement und Mitarbeiterführung
5. Finanzwirtschaft der Unternehmung
6. Abgaben und Wirtschaftsrecht
7. Controlling
8. Informationsmanagement und Datenverarbeitung
9. Qualitätsmanagement
10. Marketing
11. Vertrieb
12. Verkaufstraining
13. Wettbewerbsrecht
14. Abschlussprojekt
15. Berufs- und Arbeitspädagogik

Herausgegeben am 06.08.2003  
Aktenzeichen 945 D - 51324/35 FS 01  
Kennzeichnung FS 01

# Inhalt

	Seite
<b>Vorwort</b>	I
<b>Mitglieder der Lehrplankommission</b>	II
<b>1. Vorgaben für die Lehrplanarbeit</b>	1
<b>2. Leitlinien des Bildungsgangs</b>	6
<b>3. Konzeption der Lernmodule</b>	8
3.1 Lernmodulübergreifende Kompetenzen	
Methodenkompetenzen	11
Sozialkompetenzen	11
3.2 Lernmodulspezifische Kompetenzen (Fachkompetenzen)	
Lernmodul 1: Kommunikation und Arbeitstechniken	12
Lernmodul 2: Berufsbezogene Kommunikation in einer Fremdsprache	14
Lernmodul 3: Volkswirtschaft und Wirtschaftspolitik	16
Lernmodul 4: Unternehmensmanagement und Mitarbeiterführung	18
Lernmodul 5: Finanzwirtschaft der Unternehmung	21
Lernmodul 6: Abgaben und Wirtschaftsrecht	22
Lernmodul 7: Controlling	23
Lernmodul 8: Informationsmanagement und Datenverarbeitung	24
Lernmodul 9: Qualitätsmanagement	25
Lernmodul 10: Marketing	28
Lernmodul 11: Vertrieb	30
Lernmodul 12: Verkaufstraining	32
Lernmodul 13: Wettbewerbsrecht	35
Lernmodul 14: Abschlussprojekt	37
Lernmodul 15: Berufs- und Arbeitspädagogik	38
<b>4. Anhang</b>	
a) Zeitraster für einen Arbeitsplan	40
b) Arbeitsplan für Lernmodul 14: Abschlussprojekt	41

## Vorwort

Mit Einführung dieses Lehrplans bestimmen erstmals Lernmodule die Struktur rheinland-pfälzischer Lehrpläne für die berufliche Weiterbildung in der Fachschule. Der damit verbundene Wandel von einer fachsystematischen zur handlungssystematischen Struktur vollzieht sich vor dem Hintergrund veränderter Arbeitsstrukturen in den Unternehmen: Erfolgreiche berufliche Tätigkeit erfordert hohe Flexibilität und eigenverantwortliches Arbeiten im Sinne gestiegener Qualitätsanforderungen.

Wesentliches Merkmal der neuen Fachschul-Lehrpläne ist die Auswahl und Ausrichtung unterrichtlicher Themen und Lerninhalte und der damit verbundenen Kompetenzen nicht mehr ausschließlich an wissenschaftlichen Disziplinen bzw. Teildisziplinen, sondern insbesondere an beruflichen Handlungsfeldern. Damit wird der Wandel von der Wissensvermittlung zur Kompetenzvermittlung deutlich. Ziel modularisierter Lehrpläne ist, die Handlungskompetenz der Fachschülerinnen und Fachschüler nicht nur in ihrem beruflichen Umfeld, sondern auch in ihrer privaten Lebensführung nachhaltig zu fördern. Dieser Paradigmenwechsel begann mit der Einführung von Lernfeldern in der Berufsschule.

Weiteres Kennzeichen der neuen Lehrpläne ist deren bewusst angestrebte Gestaltungsoffenheit. Durch die größere Selbstständigkeit und Eigenverantwortung der Lerngruppen wird die Entwicklung der gesamten Fachschule im Sinne einer Profilbildung deutlich gestärkt.

Allen, die an der Erarbeitung des Lehrplans mitgewirkt haben, sei an dieser Stelle nochmals herzlich gedankt. Besonderer Dank gilt den Mitgliedern der Lehrplankommission, die den Mut besessen haben, sich auf dieses neue curriculare Gestaltungsprinzip bei ihrer Arbeit einzulassen. Ich bin überzeugt, dass der Lehrplan ein wichtiges Instrumentarium ist, die Qualität des Unterrichts zu steigern und die Fachschule attraktiver und erwachsenengerechter zu machen.



Doris Ahnen

### **Mitglieder der Lehrplankommission**

Oberstudiendirektor  
Norbert Esselen

Berufsbildende Schule III Wirtschaft  
67549 Worms

Oberstudienrat  
Franz Gärtner

Berufsbildende Schule III Wirtschaft  
67549 Worms

Oberstudienrat  
Jürgen Hatzfeld

Berufsbildende Schule III Wirtschaft  
67549 Worms

Der Lehrplan wurde unter der Federführung des Pädagogischen Zentrums erstellt.

## **1. Vorgaben für die Lehrplanarbeit**

### **Rechtliche Rahmenbedingungen**

Grundlage für diesen Lehrplan bildet die Fachschulverordnung vom 2. Oktober 2003 (Amtsblatt 1/2004, S. 2 ff.) in ihrer letzten Fassung.

Der erfolgreiche Besuch der Fachschule

- führt zu berufsqualifizierenden Abschlüssen der beruflichen Fortbildung
- vermittelt eine vertiefte berufliche Fachbildung
- fördert die Allgemeinbildung
- befähigt, leitende Aufgaben in der mittleren Führungsebene zu übernehmen (§ 2 LVO - FS)
- berechtigt zum Studium an Fachhochschulen in Rheinland-Pfalz (§ 8 (6) SchulG).<sup>1</sup>

Mit dem erfolgreichen Abschluss der Fachschule Wirtschaft ist die Berechtigung verbunden, die Berufsbezeichnung

- Staatlich geprüfte Betriebsfachwirtin/Staatlich geprüfter Betriebsfachwirt für Marketing und Vertrieb (als Teilqualifikation, § 18 (2) 1 LVO - FS)
- Staatlich geprüfte Betriebswirtin/Staatlich geprüfter Betriebswirt, Fachrichtung Betriebswirtschaft und Unternehmensmanagement (als Gesamtqualifikation, § 19 LVO - FS)

zu führen.

---

<sup>1</sup> KMK-Beschluss vom 5. Juni 1998 i. d. F. vom 22. Oktober 1999 findet Berücksichtigung.

## Zeitliche Rahmenbedingungen

Der Lehrplan geht von folgender Stundentafel aus:

<b>Stundentafel für die Fachschule</b>	
<i>Fachbereich</i>	<b>Wirtschaft</b>
<i>Fachrichtung</i>	<b>Betriebswirtschaft und Unternehmensmanagement</b>
<i>Schwerpunkt</i>	<b>Marketing und Vertrieb</b>
<b>Lernmodule</b>	<b>Gesamtstundenzahl</b>
<b>A. Pflichtmodule</b>	
<b>I. Fachrichtungsübergreifender Bereich</b>	
1. Kommunikation und Arbeitstechniken	120
2. Berufsbezogene Kommunikation in einer Fremdsprache	160
3. Volkswirtschaft und Wirtschaftspolitik	80
<b>II. Fachrichtungsbezogener Bereich</b>	
4. Unternehmensmanagement und Mitarbeiterführung <sup>1)</sup>	120
5. Finanzwirtschaft der Unternehmung <sup>1)</sup>	120
6. Abgaben und Wirtschaftsrecht	80
7. Controlling <sup>1)</sup>	120
8. Informationsmanagement und Datenverarbeitung**	120
9. Qualitätsmanagement	80
<b>III. Schwerpunktbezogener Bereich</b>	
10. Marketing	200
11. Vertrieb	200
12. Verkaufstraining	200
13. Wettbewerbsrecht	120
14. Abschlussprojekt	80
<b>B. Wahlpflichtmodule</b>	
15. Berufs- und Arbeitspädagogik	120
16. Regionalspezifisches Lernmodul	
17. Zusatzqualifizierendes Lernmodul	
<b>Pflichtstundenzahl</b>	<b>1920</b>
*/**/***/ Fpr = Klassenteilung gem. Nr. 6 und 7 der VV über die Klassen- und Kursbildung an berufsbildenden Schulen vom 2. Juli 1999 in der jeweils geltenden Fassung	
<sup>1)</sup> Zwei dieser Lernmodule sind nach § 6 der Fachschulverordnung - Technik, Wirtschaft, Gestaltung sowie Ernährung und Hauswirtschaft - modulare Organisationsform für die Abschlussprüfung auszuwählen.	

Die Teilqualifikation umfasst die Lernmodule 2, 8, 10, 11, 12 und 13.

## **Curriculare Rahmenbedingungen**

Auf der Erfahrung mit dem bisher verbindlichen Arbeitsplan für die Fachschule für Marketing und Vertrieb wird aufgebaut. Außerdem findet die Vereinbarung über den Erwerb der Fachhochschulreife in beruflichen Bildungsgängen, KMK-Beschluss vom 5. Juni 1998 i. d. F. vom 22. Oktober 1999, Berücksichtigung.

Die im Lehrplan ausgewiesenen Lernmodule, Handlungssituationen/Ziele und Kompetenzen sind für den Unterricht verbindlich. Die Reihenfolge ihrer Umsetzung während der Schulzeit bleibt der einzelnen Schule eigenverantwortlich überlassen.

In den ausgewiesenen Zeitansätzen für die Lernmodule sind die Zeiten für den Pädagogischen Freiraum und die Leistungsfeststellung enthalten.

Den Unterschieden in Vorbildung, Lernausgangslagen und Interessen der Fachschülerinnen und Fachschüler trägt der Lehrplan durch seine Konzeption als Offenes Curriculum Rechnung. Somit gehen die fachschulspezifischen Pädagogischen Freiräume, die den erwachsenen Schülerinnen und Schülern selbstgesteuerte, von den Lehrerinnen und Lehrern moderierte Lernprozesse ermöglichen, über die allgemeinen Regelungen zu „Pädagogischer Freiraum und schuleigene Schwerpunktsetzung“ (VV des MBWW vom 2. Juni 2000, Amtsblatt 12/2000, S. 420, insbes. Ziff. 1 und 2) hinaus.

Die Schule legt vor Beginn des Unterrichts die zeitliche Abfolge der Lernmodule über die Dauer des Bildungsgangs fest, wobei die vorgesehene Wochenstundenzahl einzuhalten ist. Die Festlegung wird in Abstimmung mit den Schulen vorgenommen, die innerhalb der Region Lernmodule mit gleicher Bezeichnung führen (§ 4 (1) LVO-FS).

Die Verwaltungsvorschrift des Kultusministeriums über die Arbeitspläne für den Unterricht an allgemeinbildenden und berufsbildenden Schulen vom 30. April 1981 (Amtsblatt 12/1981, S. 291) verlangt als Planungshilfe für die Unterrichtsgestaltung das Erstellen eines Arbeitsplans auf der Grundlage des geltenden Lehrplans. Die Aufgabe der Bildungsgangkonferenz bzw. der einzelnen Lehrkraft besteht darin, im Hinblick auf die Lerngruppe und die Unterrichtszeit einen entsprechenden Arbeitsplan zu erstellen, der u. a.

- eine inhaltliche und organisatorische Zuordnung festlegt
- eine didaktische Konkretisierung ausweist
- Verknüpfungen mit anderen Lernmodulen, Handlungssituationen/Zielen und den verschiedenen Kompetenzen aufzeigt
- Zeitansätze vorsieht
- methodische Hinweise enthält
- Medien benennt
- sonstige Hilfen zur Umsetzung des Lehrplans in Unterricht anbietet.

Für den Arbeitsplan ist es notwendig, dass sich alle Lehrkräfte einer Klasse zu einem Team zusammenschließen und sich bezüglich Vorgehensweisen sowie modulübergreifenden Lehr-Lern-Arrangements bei der Realisierung der Handlungssituationen/Ziele gemeinsam abstimmen.

Die notwendige Koordination der Inhalte der einzelnen Lernmodule ist in den schulinternen Arbeitsplänen vorzunehmen. Aufgabe von Lehrerinnen und Lehrern ist es, die curricularen Vorgaben des Lehrplans in bezug auf den Bildungsauftrag der Fachschule unter Berücksichtigung schulischer bzw. regionaler Besonderheiten zu konkretisieren und umzusetzen. Die damit verbundene umfassende curriculare Planungsarbeit und die Realisierung des handlungsorientierten Lehr-Lern-Konzepts erfordert die Weiterentwicklung bisheriger Unterrichtsstrategien. Eine auf Orientierungs-, Erkenntnis- und Handlungsfähigkeit in komplexen, realitätsnahen Systemen zielende berufliche Weiterbildung ist nicht mehr allein mit Lehr-Lern-Situationen vereinbar, in denen möglichst effektiv in gegebenen Zeitrahmen bewährte berufliche Fertigkeiten begründet werden. Auch die Vermittlung einer Fülle an Detailwissen, das zudem nach Wissenschaftsgebieten bzw. Schulfächern von einander getrennt und damit von beruflichen Handlungsvollzügen losgelöst ist, erscheint hierfür unzureichend. Die angestrebte berufliche Handlungskompetenz ist nicht durch ein lineares Abarbeiten des Lehrstoffes zu erreichen, sondern es gilt, die fachlich relevanten Probleme und Inhaltsstrukturen in einen durchgängigen situativen Kontext zu stellen und aus diesem heraus mit den Lernenden zu erarbeiten und zu systematisieren.

Konkrete und zentrale Planungsgrundlage für die Umsetzung lernmodulorientierter Lehrpläne ist der Jahres- bzw. Bildungsgang-Arbeitsplan. Er dient der Planung und Kontrolle bei der Umsetzung des Lehrplans in Unterricht. In ihm sind die im Bildungsgangteam getroffenen Absprachen und Planungen zusammen gefasst. Die Reihenfolge der Lernmodule, die schwerpunktmäßig zu vermittelnden Kompetenzen, die Inhalte sowie die Zeitansätze werden den Lehrenden dort zugeordnet.

Das Erstellen eines Jahres- bzw. Bildungsgang-Arbeitsplans setzt zwingend die genaue Kenntnis der in den Lernmodulen ausgewiesenen Kompetenzen und Inhalte voraus. Nur dann ist es erst möglich, die entsprechenden Absprachen über Kompetenzen, Inhalte, Methoden und Zeiten der jeweiligen Lernsituationen zu treffen und insbesondere unnötige Dopplungen und Wiederholungen zu vermeiden. Dabei verlangt das Prinzip der Teilnehmerorientierung ein hohes Maß an Flexibilität bei der konkreten Ausgestaltung des vereinbarten Rahmens.

Die bei den einzelnen Lernmodulen, Handlungssituationen/Zielen und Kompetenzen angeführten Hinweise dienen als Orientierungshilfe für die Umsetzung des Lehrplans in Unterricht; sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern verstehen sich als didaktisch-methodische Empfehlungen und geben z. B. bevorzugte Unterrichtsverfahren für exemplarisches Lernen oder geeignete Unterrichtshilfen/Medien an. Die Hinweisspalte soll der Lehrerin und dem Lehrer auch dazu dienen, Anmerkungen zum eigenen Unterricht und zur Lehrplanerprobung aufzunehmen.



Hingewiesen wird auf die Ausführungen in der Landesverordnung zur/zum

- Umsetzung der Lernmodule in Unterricht (§ 3 (3))
- Leistungsfeststellung (§ 5)
- Abschlussprojekt (§ 7)
- Zertifizierung (§ 9)
- Teilqualifikation (§§ 9 (2) und 18).

### **Schülerbezogene Rahmenbedingungen**

Aufnahmevoraussetzungen im Fachbereich Wirtschaft der Fachschule sind in der Regel nach § 17 (1)

1. ein qualifizierter Sekundarabschluss I oder ein als gleichwertig anerkannter Abschluss und
2. der Abschluss einer mindestens zweijährigen, einschlägigen, bundes- oder landesrechtlich geregelten Berufsausbildung sowie der Abschluss der Berufsschule, sofern während der Berufsausbildung die Pflicht zum Berufsschulbesuch bestand, und eine anschließende, mindestens einjährige, einschlägige Berufstätigkeit.

## **2. Leitlinien des Bildungsgangs**

### **Tätigkeits- und Anforderungsprofil**

Die Fortbildung in der Fachschule befähigt Fachschülerinnen und Fachschüler, leitende Aufgaben im mittleren Funktionsbereich zu übernehmen (§ 2 LVO-FS). Sie arbeiten in allen Geschäftsbereichen unter Beachtung der Wirtschaftlichkeit ihres Handelns.

Typische Arbeitsgebiete sind hierbei insbesondere

- Entwickeln und Vermarkten logistischer Angebote
- kundenorientierte Strategien im Verkauf und ihre Umsetzung auf das operative Tagesgeschäft.

Eigeninitiative, Kreativität und das Gefühl für Ästhetik, konzeptionelles Denken, die Fähigkeit, Problemlösungen zu entwickeln und Personal zu führen, Durchsetzungsvermögen mit Menschenkenntnis, geistige und soziale Flexibilität sowie Sprachgewandtheit und kulturelle Offenheit zeichnen eine umfassend gebildete Persönlichkeit aus, die dem Anforderungsprofil an eine zeitgemäße Marketingfachkraft entspricht. Zu den wichtigen beruflichen Fähigkeiten gehören daher

- Akquirieren und Betreuen von Kunden sowie Informieren und Beraten über standardisierte Dienstleistungen und Produkte, fallweise auch in einer Fremdsprache
- Beobachten von Märkten, Beurteilen von Marktchancen, Analysieren von Kundenanforderungen, Aufbereiten von Informationen zu Marketingkonzepten sowie -entscheidungen und Mitwirken beim Einsatz der Marketinginstrumente
- Auswerten von Geschäftsvorgängen mit den Instrumenten des Betrieblichen Rechnungswesens
- Nutzen der Informations- und Kommunikationssysteme
- zielgerichtetes und systematisches Erschließen neuer Wissens- und Anwendungsgebiete
- flexibles und kreatives Reagieren auf unvorhersehbare Situationen und Kundenwünsche
- vorteilhaftes Präsentieren des Unternehmens, für das sie tätig sind
- angemessener Einsatz ihrer Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie ihrer Problemlöse- und Entscheidungsfähigkeit.

Strukturelle Veränderungen sowie ständige Neuerungen in Betriebswirtschaft und Marketing führen dazu, dass Flexibilität eine besondere Bedeutung erhält neben einer hohen physischen und psychischen Belastbarkeit.

### **Handlungskompetenz**

Damit die Fachschülerinnen und Fachschüler das Tätigkeits- und Anforderungsprofil erfüllen können, müssen sie eine entsprechende Handlungskompetenz besitzen. Ziel der Handlungskompetenz ist die Bereitschaft und Fähigkeit des Menschen, sich in gesellschaftlichen, beruflichen und privaten Situationen sachgerecht, durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Sie entfaltet sich in den Dimensionen wie Fachkompetenz, Sozialkompetenz oder Methodenkompetenz.

Die **Fachkompetenz** umfasst die Bereitschaft und Fähigkeit, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig zu lösen und die Ergebnisse zu beurteilen.

Zur **Methodenkompetenz** zählen Methoden allgemeiner Erkenntnisgewinnung (z. B. Informationsaufnahme und -verarbeitung, d. h. die Fähigkeit zur selbstständigen Aneignung neuer Kenntnisse und Fähigkeiten) und spezielle fachwissenschaftliche Methoden/Arbeitstechniken (z. B. Optimierung, Denken in Modellen oder Präsentationstechniken), um selbstständig Lösungswege für komplexe Arbeitsaufgaben anwenden zu können.

Die **Sozialkompetenz** umfasst die Bereitschaft und Fähigkeit, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, Zuwendungen und Spannungen zu erfassen, zu verstehen und zu ertragen sowie sich mit anderen rational und verantwortungsbewusst auseinanderzusetzen und zu verständigen. Hierzu gehört insbesondere auch die Entwicklung sozialer Verantwortung und Solidarität.

### **Struktur des Bildungsgangs**

Die berufliche Wirklichkeit lässt sich in komplexen Handlungssituationen besser erfassen als in Unterrichtsfächern; deshalb ist der Lehrplan nicht in Unterrichtsfächern, sondern in Lernmodulen konzipiert.

Der Unterricht in der Fachschule umfasst fachrichtungsübergreifende, fachrichtungsbezogene und, je nach Bildungsgang, schwerpunktbezogene Lernmodule, die thematisch abgegrenzte Einheiten darstellen und sich an konkreten beruflichen Aufgabenstellungen und Handlungsabläufen sowie an betrieblichen Geschäftsprozessen und deren Organisationsstrukturen orientieren. Es sind mehr als für den Unterricht abgebildete Handlungsfelder: Sie stellen aus Reflexion gewonnene didaktisch-methodische Einheiten dar.

Die Lernmodule sind offen formuliert und erfordern Spontaneität und Flexibilität in ihrer Umsetzung in Unterricht, der soweit wie möglich in Projekten realisiert werden soll. Die offene Formulierung im Zusammenhang mit dem (den) Wahlpflichtmodul(en) ermöglicht der jeweiligen Schule, ein eigenständiges Profil zu entwickeln.

### **3. Konzeption der Lernmodule**

Die Fachschule für Marketing und Vertrieb hat das Ziel, aufbauend auf der beruflichen Erstausbildung, vorzugsweise nichtakademische Fachkräfte für mittlere Positionen in Unternehmen zu qualifizieren.

Der Unterricht in der Fachschule soll die Schülerinnen und Schüler befähigen, ihre Tätigkeit selbstständig zu planen, durchzuführen und zu kontrollieren. Die Veränderungen in der Arbeitswelt - z. B. prozessorientiertes Denken, Abbau von Hierarchien, Teamarbeit oder Verantwortlichkeit für das Arbeitsergebnis der Gruppe - haben die Qualitätsanforderungen verändert. Die Fachschülerinnen und Fachschüler können die veränderten Anforderungen nur erfüllen, wenn sie die entsprechende Handlungskompetenz besitzen.

Eine erfolgreiche Unternehmensführung setzt das Denken in Wirkungszusammenhängen voraus. Hierzu wird die Fähigkeit zum selbstständigen Erarbeiten von Problemlösungen vorausgesetzt, insbesondere für Planungs-, Führungs- und Marketingaufgaben.

Grundlegende Kenntnisse über Marketing und Vertriebspolitik sowie Veränderungen der Märkte und deren Auswirkungen auf die Unternehmenskonzeption sollen die Entwicklung von Unternehmerfähigkeiten ermöglichen.

Die Fachschule für Marketing und Vertrieb soll mehr als eine Aneinanderreihung von vorrangig berufs- und zweckgebundenen Lerninhalte vermitteln. Sie muss am Beispiel konkreter Inhalte und Projekte die geforderten Kompetenzen/Fähigkeiten/Schlüsselqualifikationen (wie z. B. Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Kundenorientierung, projekt- und produktbezogenes Denken und Handeln, Organisationsgeschick, Flexibilität, Belastbarkeit, Eigeninitiative und Selbstreflexion) erreichen.

In Anbetracht dessen sieht die Fachschule für Marketing und Vertrieb ihre Aufgabe darin, sowohl Berufs- und Aufstiegschancen der Fachschülerinnen und Fachschüler zu verbessern als auch zur Übernahme entsprechender Führungsaufgaben im mittleren Management der Unternehmen zu befähigen.

Konkret besteht das Ziel der interdisziplinären Ausbildung in der Vermittlung von spezifischen Arbeitsmethoden in Marketing und Vertrieb, dem Erwerb bzw. der Vertiefung von Fremdsprachenkenntnissen, der Förderung des Verständnisses spezifischer Probleme der Berufspraxis in Unternehmen und der Förderung der Bereitschaft, sich mit der eigenen Persönlichkeit auseinanderzusetzen, sowie Interesse und Entschlossenheit zu entwickeln, an der Strukturierung der eigenen Persönlichkeit im Hinblick auf die angestrebten Tätigkeitsfelder zu arbeiten.

Um dies zu erreichen, vermittelt die Fachschule

- kognitive Ziele, wie
  - komplexe Zusammenhänge organisieren, strukturieren und angemessen artikulieren
  - Einzelfragen in übergreifende Zusammenhänge einordnen
  - sich geistigen Anforderungen stellen
  - theoretische Einsichten nachvollziehen und in abgegrenzten Gebieten selbstständig arbeiten
  - sich über einen längeren Zeitraum intensiv in eine Sache einarbeiten
  - in mehreren Dimensionen und Bereichen reflektieren und argumentieren
  - sich sprachlich angemessen und differenziert in Wort und Schrift äußern
- affektive Ziele wie
  - Leistungsbereitschaft und -fähigkeit anspornen
  - selbstständiges Arbeiten mit Fleiß, Energie, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Stringenz fördern sowie Selbstvertrauen entwickeln
  - ethische Grundsätze beachten
  - Anstrengungen, Rückschläge und Unklarheiten durchstehen
  - geistige Beweglichkeit stärken
  - Freude am Lernen schaffen
  - Kritikfähigkeit gegenüber der eigenen Leistung sensibilisieren
- kreative Ziele wie
  - Kombinationsfähigkeit ausbilden
  - Variabilität und Flexibilität bei der Lösung konkreter Aufgaben fördern
  - Einfallsreichtum erzeugen
  - Lösungsstrategien entwickeln
  - sich aus tradierten Denkgewohnheiten lösen
  - hinter offensichtlichen Zusammenhängen verborgene Zusammenhänge aufspüren und das Umfeld erkennen, in das alle Zusammenhänge eingelassen sind
  - Präsentation der Arbeitsergebnisse.

Grundlage des didaktischen Ansatzes für diesen Bildungsgang ist die Kooperation **aller** beteiligten Lehrkräfte einer Bildungsgangkonferenz. Damit lassen sich eigene Denkstrukturen kritisch überprüfen, Kompetenzen auch innerhalb des Kollegiums aktivieren und das Arbeitspensum arbeitsteilig organisieren. In der Bildungsgangkonferenz werden die Arbeitspläne der einzelnen Lernmodule aufeinander abgestimmt, Integrationsmöglichkeiten ausgelotet und fachübergreifende und lernmodulverbindende Projekte geplant und ausgewertet.

Als Unterrichtsmethode bietet sich bevorzugt die Fallmethode an, die im Laufe der Schulzeit die Lerngruppe mit stets höherem Schwierigkeitsgrad und größerer Komplexität der Sachverhalte vertraut machen soll, so dass die Handlungskompetenz der Fachschülerinnen und Fachschüler ständig zunimmt. Sie sollen im Laufe der Schulzeit ihre Fertigkeiten im Umgang mit unterschied-

lichen Präsentationstechniken, z. B. beim Vorstellen von Arbeitsergebnissen, Erläutern von Lösungsansätzen oder Visualisieren von Interdependenzen, steigern.

Das erworbene Wissen wird auch mit Hilfe von marktgängigen Computerprogrammen auf Fallbeispiele angewendet. Die Fachschülerinnen und Fachschüler müssen lernen, sich selbst Informationen zu beschaffen und sachgemäß aufzubereiten. Eigenständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren wird damit geübt.

Um den Anspruch auf Ganzheitlichkeit und Handlungskompetenz zu erfüllen, sind betriebliche Abläufe zu simulieren und insbesondere in den praxisbetonten Unterrichtsphasen zunehmend komplexere themenbezogene Projekte zu bearbeiten (§ 3 (3) LVO-FS). Hierzu ist es auch erforderlich, dass der Unterricht durch externe Veranstaltungen, wie z. B. Exkursionen, Messebesuche und Fachvorträge, ergänzt wird.

Das Lernmodul Marketing ist ein fachrichtungsbezogenes Lernmodul, das somit auch im gesamten Fachbereich einheitlich ausgeprägt sein sollte. Wegen des höheren Stundenansatzes im Schwerpunkt Marketing und Vertrieb können einzelne Ziele intensiver behandelt werden. Das Wettbewerbsrecht bei der Kontrahierungspolitik, das Verkaufsgespräch bei der Kommunikationspolitik und die Distributionspolitik werden nur im Überblick behandelt, da ihnen im Schwerpunkt Marketing und Vertrieb jeweils ein eigenes Lernmodul gewidmet ist.

Die Lernmodule Verkaufstraining, Vertrieb und Wettbewerbsrecht setzen die Inhalte des Lernmoduls Marketing voraus.

Wegen der Bedeutung der Fremdsprachen für diesen Schwerpunkt bietet es sich an, alle Möglichkeiten einer fremdsprachlichen Anwendung innerhalb aller Lernmodule zu nutzen (= Integration fremdsprachlicher Anteile, auch in Form eines bilingualen Unterrichts).

Auch beim handlungsorientierten Unterricht bleibt die Fachsystematik erhalten, denn die Arbeitstechnik der Lerngruppe orientiert sich vornehmlich an der Systematik der jeweiligen Fachwissenschaft. Hierbei bietet sich insbesondere bei Wiederholung und im Projekt auch der Einsatz von Formularen an.

Affektiven Zielen, wie z. B. Sorgfalt, Genauigkeit und Ehrlichkeit, ist im Unterricht ein besonderer Wert beizumessen.

### **3.1 Lernmodulübergreifende Kompetenzen**

#### **Methodenkompetenzen**

1. Informationen mit Hilfe moderner Kommunikationsmedien als Informationsquellen selbstständig beschaffen, prüfen, aufbereiten sowie Wichtiges von Unwichtigem unterscheiden und auswerten
2. Wirtschaftliche Sachverhalte und Entwicklungen mit Hilfe exakter Zahlen transparent machen, auswerten und in betriebliche Entscheidungen umsetzen
3. Sich in neue Sachverhalte und Techniken/Methoden selbstständig einarbeiten (z. B. Mappingstrategien)
4. Vorgehensweisen zur Entscheidungsfindung beherrschen, Problemlösestrategien anwenden sowie Lösungen präsentieren
5. Betriebs- und volkswirtschaftliche Vorgänge verstehen, Auswirkungen für die Zukunft abwägen und folgerichtig reagieren
6. Einzelbetriebliche Prozesse im Gesamtgefüge rechtlicher, organisatorischer, rechnungstechnischer und gesamtwirtschaftlicher Wechselbezüge betrachten

#### **Sozialkompetenzen**

1. Begründete Standpunkte und Werthaltungen anderer Menschen tolerieren, Kompromisse schließen, aber auch eigene Meinungen vertreten
2. Übertragene Aufgaben selbstständig, zuverlässig, eigenverantwortlich, kundenorientiert und sachlich richtig erledigen
3. Zieladäquate Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten in arbeitsteiligen Funktionen anwenden und Teamfähigkeit beweisen (z. B. Fähigkeit zur Kontaktaufnahme, Überwinden von Sprechhemmungen, anderen zuhören, Gefühle und Bedürfnisse anderer erfassen, Fehler zugeben, etwas zurücknehmen oder sich entschuldigen)
4. Grenzen des betrieblichen Entscheidungsraumes akzeptieren und sich loyal verhalten
5. Ökologische Konsequenzen betrieblicher Aktivitäten zahlenmäßig und sachadäquat erfassen
6. Bereitschaft zeigen, sich auf Innovationen und Veränderungen einzulassen und mit den damit ausgelösten Gefühlen wie Angst oder Skepsis angemessen umgehen
7. Sich in die Vorstellungen anderer hineinversetzen sowie mit inner- und außerbetrieblichen Partnern fair umgehen

### 3.2 Lernmodulspezifische Kompetenzen (Fachkompetenzen)

#### Lernmodul 1: **Kommunikation und Arbeitstechniken** (120 Std.)\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler erweitern ihre Methodenkompetenz der selbstständigen Erarbeitung von Fachinhalten zur Lösung beruflicher Probleme durch den Erwerb von Arbeitstechniken für die Beschaffung, Aufbereitung und Verarbeitung von Informationen sowie die Präsentation von Ergebnissen. Sie erkennen die Zusammenhänge von Kommunikationsabsicht, den zu wählenden Kommunikationsmitteln und der Kommunikationswirkung. Die dabei auftretenden Kommunikationsstörungen werden erfasst und Möglichkeiten zu ihrer Vermeidung bzw. Bewältigung erkannt. Die Fähigkeit, Sprache und non-verbale Kommunikationsmittel sowie Präsentations- und Kommunikationsmedien situations- und adressatengerecht einzusetzen, wird ausgebaut.

#### Handlungssituationen/Ziele

#### Hinweise zum Unterricht

##### 1. Sachverhalte dokumentieren

Für betriebliche Bereiche Dokumentationen in Form von Berichten, Referaten und Datensammlungen mit Hilfe von Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens (z. B. Recherchen in Bibliotheken und Internet und rechnerunterstützt) erstellen

##### 2. Lerntechniken anwenden

Phasen sowie physische und psychische Voraussetzungen des Lernens erfahren  
Methoden der Wissensvermittlung kennen

lifelong learning

##### 3. Sachverhalte präsentieren

Bei der Planung von Vorträgen angemessene Kommunikationsmittel (z. B. Flipchart, PC, Folien, Pinnwände) einsetzen  
Beim Vortragen rhetorische Regeln beachten und entsprechende Präsentationstechniken anwenden

z. B. Einsatz einer Videokamera zur Besprechung des Vortrages oder eines Beamers

##### 4. Projekte managen

Projekte mit Hilfe entsprechender Methoden der Zielfindung, der Teamarbeit, der Projektplanung, des Projektcontrollings, des Zeitmanagements und der Mitarbeiterführung planen und durchführen  
Wichtige Informationen in konzentrierter Form mit Hilfe entsprechender Präsentationstechniken weitergeben und bei Bedarf Strategien des Konfliktmanagements einsetzen

inhaltliche Auswahl der Projekte aus dem jeweiligen Bildungsgang bzw. in Abstimmung mit anderen Lernmodulen

\* Dieses fachrichtungsübergreifende Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.



## 5. Besprechungen leiten

Beratungen und Besprechungen unter Beachtung entsprechender Regeln (z. B. Körpersprache und Rhetorik) zielgerichtet und adressatenorientiert durchführen  
Problemlöse-, Kreativitäts- und Entscheidungstechniken (z. B. Zielanalyse, Brainstorming, Morphologie, Kosten-Nutzen-Analyse, Netzplantechnik und Simulation) einsetzen

Besprechungen simulieren, z. B. Verkaufsgespräche als Rollenspiel  
In allen Handlungssituationen sollen die Fachschülerinnen und Fachschüler eigene und fremde Leistungen bewerten.

## Lernmodul 2: **Berufsbezogene Kommunikation in einer Fremdsprache** (Englisch, 160 Std.)\*

In typischen beruflichen Handlungssituationen erweitern die Fachschülerinnen und Fachschüler ihren allgemeinen und fachspezifischen Wortschatz sowie ihre mündliche und schriftliche Sprachkompetenz sowohl im produktiven als auch im rezeptiven Bereich.

Grammatik, Orthografie und Phonetik werden in ihrer Bedeutung für die Kommunikation erkannt und Defizite innerhalb beruflicher Handlungssituationen aufgearbeitet. Neben der sprachlich formalen Richtigkeit haben dabei auch kommunikativ-soziale Erfolgserlebnisse eine besondere Bedeutung.

Dabei erwerben die Fachschülerinnen und Fachschüler auch eine interkulturelle Kompetenz, die sie zur konstruktiven Interaktion mit Menschen aus anderen Kulturen befähigt.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

<b>1. Die Fremdsprache in typischen Berufssituationen mündlich und schriftlich verwenden</b>	mündliche Kommunikation – face to face – body language – socializing – small talk – telefonieren – präsentieren – Konferenzen – Interviews schriftliche Kommunikation – Korrespondenz – Memos – Protokolle – Notizen
<b>2. Mit Personen verschiedener betrieblicher Funktionsbereiche in der Fremdsprache oder als Mediator(in) kommunizieren</b>	einfaches Übersetzen und Dolmetschen
<b>3. Informationen aus fremdsprachlichen Quellen beschaffen und berufsrelevante Sachverhalte in der Fremdsprache oder als Mediator(in) bearbeiten, präsentieren und bewerten</b>	recherchieren Erschließungstechniken Nutzen von Kommunikationsmedien Methoden der Textauswertung Die Reihenfolge der berufsrelevanten Themen muss in Absprache mit den Fachlehrerinnen und Fachlehrern festgelegt werden, die die entsprechenden Lernmodule behandeln.

\* Dieses fachrichtungsübergreifende Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

**4. Den zur Bewältigung interkultureller Gesprächssituationen erforderlichen soziokulturellen Hintergrund aufarbeiten**

soziale, wirtschaftliche, kulturelle, geografische, historische und politische Informationen einholen, soweit sie für die gewählten Kommunikationsanlässe von Bedeutung sind

### Lernmodul 3: **Volkswirtschaft und Wirtschaftspolitik** (80 Std.)\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler wenden volkswirtschaftliche Kenntnisse auf wirtschaftspolitische Bereiche an und betrachten sie - im Sinne einer persönlichen Betroffenheit - aus Sicht des Unternehmens, das seinen betrieblichen Entscheidungen die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu Grunde legen muss. Sie erkennen die wechselseitigen Beziehungen und die möglichen Zielkonflikte zwischen einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sichtweise.

Besonderes Gewicht in diesem Lernmodul erhalten Methodenkompetenzen wie "Denken und Handeln in Modellen" und "Umsetzen von Theorien in Entscheidung und Handeln" sowie die Problemlösekompetenz.

#### **Handlungssituationen/Ziele**

#### **Hinweise zum Unterricht**

### **1. Magisches Vieleck in der Sozialen Marktwirtschaft**

Wirtschaftsordnungen  
vom Wirtschaftspolitischen Dreieck zum Magischen Vieleck

Modell vs. Realität  
chronologische Betrachtung  
entsprechend der gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Entwicklung

### **2. Preisbildung im marktwirtschaftlichen System**

Gütermarkt  
Preispolitik

Bildung des Gleichgewichtspreises  
Marktungleichgewicht  
marktkonforme und nichtmarktkonforme staatliche Eingriffe  
Angebots- und Nachfragekurven diskutieren

### **3. Konjunkturpolitik**

Einnahmen und Ausgaben des Staates  
Konjunkturverlauf  
mögliche Ursachen von Konjunkturschwankungen  
Maßnahmen zur Konjunkturbeeinflussung

Phasen und Indikatoren  
Theorien hierzu  
Theorien zu wirtschaftspolitischen Entscheidungen  
Fiskalismus und Monetarismus  
Zielkonflikte diskutieren  
Probleme am Arbeitsmarkt

### **4. Geld- und Währungspolitik**

\* Dieses fachrichtungsübergreifende Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

**5. Strukturpolitik**

Entwicklungen auf regionalen, nationalen und internationalen Märkten

**6. Wettbewerbspolitik**

**7. Außenwirtschaftspolitik**

Globalisierung  
Zahlungsbilanz  
Wechselkurse

## Lernmodul 4: **Unternehmensmanagement und Mitarbeiterführung** (120 Std.)\*/\*\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler lernen Aufgaben betrieblichen Managements im Gesamtzusammenhang eines Managementprozesses von der Planung über die Organisation, den Personaleinsatz und die permanente Führung bis hin zur Kontrolle kennen.

Sie trainieren die Anwendung konkreter Analyse- und Planungstechniken.

Sie werden ihrer zukünftigen Führungsaufgabe nur gerecht, wenn sie Organisationsstrukturen und betriebliche Abläufe erkennen und bewerten sowie sich selbst mit den Zielen des Unternehmens identifizieren und an seiner Weiterentwicklung mitwirken.

Sie analysieren und beachten die Rahmenbedingungen ihrer Tätigkeit, akzeptieren ihren Entscheidungsraum, setzen ihre Planung um und kontrollieren die Ergebnisse.

Sie kennen die Grundlagen einer Mitarbeiterführung und wenden ihre Kenntnisse situationsbezogen, adressatengerecht und angemessen an. Sie besitzen Führungskompetenz und sind sich ihrer Verantwortung gegenüber Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Unternehmen bewusst.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

## Unternehmensmanagement

ca. 80 Std.

### 1. Aufgaben der Unternehmensführung kennen

Unternehmens- und Umweltanalyse

Unternehmensphilosophie und -vision  
Unternehmensleitbild  
Corporate Identity  
Unternehmenskultur  
strategische Geschäftsfelder  
interne und externe strategische Analysen, z. B.

- Stärken-Schwächen-Analyse
- Potenzialanalyse
- Wertkettenanalyse
- Produktlebenszykluskonzept
- Porter-Modell der Branchenstrukturanalyse
- Portfolioanalysen

Zielbestimmung

strategische und operative Ziele

Strategieentwicklung und -auswahl

Unternehmensstrategien

Strategieimplementierung und Kontrolle

Positionierung

Projektmanagement

\* Dieses fachrichtungsbezogene Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

\*\* gem. § 6 LVO für die Abschlussprüfung vorgesehen

## 2. Gestaltungsmöglichkeiten von Organisationsstrukturen kennen

Aufbauorganisation

Grundprinzip der Aufgabenverteilung

- Aufgabengliederung
- Stellenbildung
- Abteilungsbildung
- Stellenbesetzung

Stellenbeschreibung

Leitungssysteme

Ablauforganisation

Methoden der Informationsgewinnung

Kreativitätstechniken

Techniken zur Analyse, Planung und Organisation von Prozessen, z. B. Balkendiagramm oder Netzplan

Lernende Organisation

Organisationsentwicklung

## 3. Kundenorientierung als Grundlage einer Marktpositionierung verstehen

vgl. LM Marketing

Marktforschung

Einsatz des absatzpolitischen Instrumentariums

## 4. Qualitätsmanagement als Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit verstehen

strategisches und operatives Controlling

vgl. LM Controlling

LM Qualitätsmanagement

## Mitarbeiterführung

ca. 40 Std.

## 5. Zusammenhang von Organisation und Führung erkennen

Legitimation

Verantwortung

## 6. Unterschiedliche Führungsstile beurteilen

management by ... z. B. anwenden bei

Sachverhalte hinterfragen

und präsentieren

Besprechungen leiten

Diskussionen moderieren

Konflikte regeln bzw. mildern

Anweisungen formulieren

## 7. Personalentwicklung initiieren

Personal auswählen

einstellen

beurteilen

"verwalten"/betreuen

motivieren

beraten

Personalinformationssysteme

nutzen

**8. Fort- und Weiterbildung planen**

Anforderungsprofile formulieren (Abgleich Kompetenz - Qualifikation)  
Ausbildungskonzepte entwickeln  
vgl. LM Berufs- und Arbeitspädagogik

**9. Betriebsklima untersuchen**

und bei Bedarf mit geeigneten Maßnahmen verbessern  
ausgewählte Methode der empirischen Sozialforschung anwenden



**1. Finanzplan erstellen**

Die zukünftig erwarteten Geldein- und -ausgänge ermitteln und damit die kurz-, mittel- und langfristige Liquidität einer Unternehmung sichern

**2. Finanzierungsentscheidungen treffen**

Den Finanzbedarf ermitteln und entscheiden, ob die Finanzmittel über Innen-, Beteiligungs- und/oder Fremdfinanzierung zu beschaffen sind und dabei die Finanzierungsregeln beachten

Entscheidungen treffen über die verschiedenen Möglichkeiten einer Außenfinanzierung

Zwischen den Kreditsicherungsmöglichkeiten eine begründete Auswahl treffen und verschiedene Kreditarten nach betriebswirtschaftlichen Aspekten beurteilen

**3. Investitionsentscheidungen treffen**

Mit Hilfe von statischen und dynamischen Verfahren für Einmal- oder Wiederholungsinvestitionen den optimalen Ersatzzeitpunkt bestimmen

**4. Finanzierungsalternativen präsentieren**

An Unternehmenssituationen wie Gründung, Fusion, Umwandlung, Liquidation sowie Sonderformen der Finanzierung wie Leasing oder Factoring unterschiedliche Finanzierungsalternativen aufzeigen

Eine Entscheidungsfindung zur Finanzierung durch die Unternehmensleitung vorbereiten und präsentieren

---

\* Dieses fachrichtungsbezogene Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

\*\* gem. § 6 LVO für die Abschlussprüfung vorgesehen

Lernmodul 6: **Abgaben und Wirtschaftsrecht** (80 Std.)\***Handlungssituationen/Ziele****Hinweise zum Unterricht****1. Mit Verwaltungsakten umgehen**

Form, Inhalt und Voraussetzungen zum Wirksamwerden von Verwaltungsakten kennen und dabei Fristen und Termine berücksichtigen

Mit Ermittlungs- und Erhebungsverfahren vertraut sein  
Rechtsbehelfe einlegen

Folgen von Rechtsverstößen im öffentlichen Recht abwägen

auch Buchführungs- und Aufzeichnungspflichten

**2. Rechtsrahmen zwischen Gewerbetreibenden und Staat beachten**

Bei betrieblichen Entscheidungen die Normen und Verfahrenswege des Gewerberechts, des gewerblichen Rechtsschutzes, des Urheberschutzes, des Kartellrechts, des Insolvenzrechts, des Kaufvertragsrechts und des Datenschutzes beachten

Die Stufen der nationalen Gerichtsbarkeit kennen

Zusammenhänge zwischen supranationalem, europäischem und nationalem Recht verdeutlichen

GewO  
UWG und Nebengesetze  
GWB  
BGB  
HGB

\* Dieses fachrichtungsbezogene Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

Lernmodul 7: **Controlling** (120 Std.)/\*\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler lernen das Controlling als funktionsübergreifendes, ziel- und zukunftsorientiertes Führungsinstrument kennen und verstehen. Sie grenzen das operative vom strategischen Controlling ab, wenden verschiedene Controllinginstrumente an und bereiten unternehmerische Entscheidungen vor. Dazu lernen die Fachschülerinnen und Fachschüler, Berichte empfängerorientiert zu gestalten und zu präsentieren.

**Handlungssituationen/Ziele****Hinweise zum Unterricht****1. System und Organisation des Controlling verstehen**

Begriff und Aufgaben des Controlling kennen  
 Unternehmensleitsätze und -ziele formulieren  
 Verschiedene Möglichkeiten einer organisatorischen Eingliederung des Controlling beurteilen  
 Strategische und operative Planungsprozesse verstehen  
 Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung für das Controlling erkennen  
 Kostenrechnungssysteme anwenden

Planungsverfahren  
 Budgetierung

**2. Instrumente des strategischen Controlling zur Steuerung langfristiger Ziele eines Unternehmens einsetzen**

Potenzialanalyse  
 Produktlebensanalyse  
 Portfolioanalyse  
 GAP-Analyse  
 Benchmarking  
 Zielkostenrechnung  
 Prozesskostenrechnung

**3. Instrumente des operativen Controlling zur Gewinnsteuerung eines Unternehmens einsetzen**

Operative Planungs- und Analysetechniken anwenden

Break-even-Analyse  
 ABC-Analyse  
 Deckungsbeitragsrechnung  
 Bestellmengenoptimierung  
 Investitionsrechnungen  
 Engpassanalyse  
 Kennzahlensysteme

**4. Über Planung, Grad der Planerfüllung und Ergebnisse der Abweichungsanalyse berichten**

Betriebswirtschaftliche Sachverhalte mit Hilfe von Kennzahlen interpretieren und an Hand von Tabellen und Schaubildern präsentieren

Berichtsarten  
 Präsentationstechniken

**5. Ziele und Aufgaben des Controlling für ausgewählte Geschäftsprozesse festlegen und geeignete Controllinginstrumente einsetzen**

Erwerb von Problemlösekompetenz im schwerpunktbezogenen Bereich

\* Dieses fachrichtungsbezogene Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

\*\* gem. § 6 LVO für die Abschlussprüfung vorgesehen

## Lernmodul 8: Informationsmanagement und Datenverarbeitung (120 Std.)\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler lernen den effektiven Umgang mit den Informations- und Kommunikationstechniken.

Bei der konkreten Informationsbeschaffung bedienen sie sich moderner Medien, insbesondere des Internet; dabei sind sie sich der Problematik von Datenschutz und Datensicherheit bewusst. Bei der Aufbereitung, Darstellung und Präsentation von betrieblichen Daten und Prozessergebnissen benutzen sie marktgängige Standardsoftware.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

#### 1. Mit dem schuleigenen Computernetz umgehen

Client-Server-Architektur  
Umgang mit Verzeichnissen und Dateien im LAN  
  
Umgang mit dem Internet

Datensicherung  
Datenschutz  
vgl. LZ 3 und 4  
Aufbau des Internet  
Suchmaschinen  
Dienste im Internet

#### 2. Officekomponenten anwenden

Textverarbeitung  
  
  
Tabellenkalkulation  
  
Präsentationssoftware  
Relationale Datenbanksysteme

Standardsoftware situativ  
auf betriebliche Probleme  
anwenden  
z. B. Berichte erstellen  
Textlayout gestalten  
Grafiken einbinden  
Serienbriefe entwickeln  
Normen einhalten  
wissenschaftliche Textge-  
staltung beachten  
Formeln, Funktionen und  
grafische Aufbereitung der  
Daten  
Projektarbeit im Team

#### 3. Onlinerecherche planen und durchführen

Informationen zu betriebli-  
chen Problemstellungen  
suchen, bewerten und  
strukturieren unter Verwer-  
tung der Internetdienste

#### 4. Internetseiten erstellen und gestalten

z. B. Präsentation des Un-  
ternehmens  
Ergebnisse von Projektar-  
beiten

---

\* Dieses fachrichtungsbezogene Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

## Lernmodul 9: **Qualitätsmanagement** (80 Std.)\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler erkennen die grundlegende Bedeutung der Notwendigkeit von Qualitätsmanagement im Dienstleistungsbereich und schätzen die möglichen Folgen unterschiedlicher Qualität ab. Auf Grund ihres grundlegenden Wissens der sehr unterschiedlichen Qualitätsdimensionen im Dienstleistungsbereich erarbeiten die Fachschülerinnen und Fachschüler Maßnahmen zur Qualitätskontrolle und entwerfen Qualitätsmanagementstrategien. Die Fachschülerinnen und Fachschüler entwickeln Sensibilität und innere Bereitschaft, durch ihr verlässliches und präzises Handeln selbst zur Qualitätssicherung beizutragen. Sie sehen ein, dass es gerade in Konfliktsituationen im Dienstleistungsbereich notwendig ist, teamorientiert zu arbeiten sowie kunden- und mitarbeiterorientierte Lösungen anzubieten.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

#### 1. Mit den Grundlagen des Qualitätsmanagements vertraut sein

Den Begriff Qualität in seiner Vielschichtigkeit und Mehrdeutigkeit erkennen  
 Die Entwicklung der Qualitätsanstrengungen und ihre Bedeutung in der heutigen Zeit erläutern  
 Den grundlegenden Aufbau eines Qualitätsmanagement-Systems nachvollziehen

Notwendigkeit und Bedeutung von Qualität

- Qualitätsbegriffe:
  - Audit
  - Benchmarking
  - Balanced Score Card
  - Change Management
  - Management-Programm von Deming
- Qualität als Schlüsselfaktor
- Qualität als Unternehmensaufgabe
- Qualitätskreis
- geschichtliche Entwicklung der Qualitätssicherung
- Aufbau eines QM-Systems nach DIN EN ISO 9000 ff.
  - Elemente der DIN EN 9000 ff.
  - Ziele der DIN EN ISO 9000 ff.
  - Auditierung und Zertifizierung
  - Überblick über das Regelwerk
  - Dokumentation von QM-Systemen

---

\* Dieses fachrichtungsbezogene Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

- 2. Die Bedeutung eines Qualitätsmanagements erkennen**
- Die möglichen Folgen unterschiedlicher Qualität abschätzen  
Den Gesamtzusammenhang des TQM-Konzeptes darstellen  
Die wichtigsten Qualitätsprogramme und -initiativen mit ihren wesentlichen Merkmalen und Aufbauprinzipien erklären
- Begriff des Total Quality Managements (TQM)
- Mitarbeiterorientierung
  - Prozessorientierung
  - Kundenorientierung
- Qualitätsprogramme und -initiativen
- 3. Qualitätsdimensionen im Dienstleistungsbereich kennen**
- Erkennen, dass man bei der Erstellung von Produkten und Dienstleistungen in Prozessen denken muss  
Inhaltliche, zeitliche und formale Qualitätsdimensionen anhand von Beispielen erläutern  
Geschäftsprozesse und Teilprozesse darstellen und analysieren
- inhaltliche Qualitätsdimension
- technische Qualität
  - funktionale Qualität
- zeitliche Qualitätsdimension
- Potenzialqualität
  - Prozessqualität
  - Ergebnisqualität
- formale Qualitätsdimension
- 4. Qualitätswerkzeuge im Qualitätsmanagement einsetzen und beurteilen**
- Qualitätsmessgrößen und Qualitätsbeurteilungskriterien kennen  
Für die eigene Zielerreichung geeignete Mess- und Beurteilungskennziffern verwenden
- Sichtweisen der Qualitätsbeurteilung
- Fremdbild/Selbstbild
- Instrumente zur Messung der Dienstleistungsqualität
- Einsatzmöglichkeiten
  - Auswahl der Techniken:
    - reine Beobachtung
    - Indikatorenanalyse
    - Silent Shopper
    - Vignettentchnik
    - Service-Blueprinting
    - Rating-Skalen
    - Service-FMEA (Fehler-Möglichkeiten und -Einfluss-Analyse)
    - QFD (Quality Function Deployment)
    - Beschwerdemanagement
- Methoden der Prozessanalyse
- Ursache-Wirkungs-Diagramm (Ishikawa)
  - Ereignisablaufanalyse
- 5. Qualitätsmanagementstrategien anwenden**
- Prozessorientierte Aufbau- und Ablauforganisation für ein Unternehmen entwickeln  
Geschäftsabläufe optimieren
- Zertifizierungsstrategien  
Wettbewerbsstrategien  
Total Quality Management

**6. Möglichkeiten der Qualitätskontrolle und -sicherung einsetzen**

Erarbeiten von Maßnahmen zur Qualitätskontrolle und -sicherung

**7. Grenzen eines Qualitätsmanagements einsehen**

## Schwerpunktbezogener Bereich

Lernmodul 10: **Marketing** (200 Std.)

Die Fachschülerinnen und Fachschüler verstehen Marketing als Grundlage ihres kunden- und qualitätsorientierten Handelns. Sie kennen die wesentlichen Marketinginstrumente und setzen sie innerhalb eines Marketing-Mix ein. Dabei beachten sie Interdependenzen mit den übrigen Unternehmensbereichen. Sie begleiten den Prozess kompetent von der Planung über die Umsetzung der Unternehmensentscheidung bis hin zum (Produkt-, Vertriebs-, Finanz- oder Personal-) Controlling. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den Marketinggedanken auf andere betriebliche Bereiche zu übertragen wie z. B. Beschaffungs-, Finanz- oder Personal-Marketing.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

---

<b>1. Marktforschung als Grundlage des Marketinggedankens verstehen</b>	Ziele und Aufgaben des Marketing Informationsseite des Marketing Primär- und Sekundärforschung zur Marktanalyse betreiben, z. B. zu <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wettbewerbssituation durch Aufbereiten und Auswerten von Presseberichten, Geschäftsberichten oder Unternehmensmitteilungen</li> <li>- Käuferverhalten durch Befragung, Marktbeobachtung und Kundenorientierung/Motivforschung</li> <li>- Trends mit Hilfe der Szenario-Methode/Marktprognose</li> </ul> empirische Sozialforschung an einem Beispiel durchführen
---	---



**2. Den Einsatz einzelner Instrumente des Absatz-Marketing kunden- und produktbezogen konzipieren**

Produkt- und Sortimentspolitik  
Preis- und Konditionenpolitik  
Kommunikationspolitik

Distributionspolitik

**3. Eine strategische Marketingplanung entwickeln**

Aktionsseite des Marketing  
strategische Ziele formulieren  
entscheidungsorientiertes  
Vorgehen

Kontrahierungspolitik  
als Mittel der Marktbeeinflussung, z. B.  
Werbung  
Public relations  
Sales promotion  
Corporate identity  
Product placement  
Markenpolitik  
Direktmarketing

Marketing-Mix in einer Fallstudie oder einem Planspiel erarbeiten  
Marketing-Organisation planen  
Marketing-Controlling konzipieren

## Lernmodul 11: **Vertrieb** (200 Std.)

Die Fachschülerinnen und Fachschüler befassen sich mit logistischen Aufgaben, die aus Herstellersicht in Absatzkanälen zu lösen sind.

Das Vertriebsmanagement wird als wesentlicher Bestandteil der Marketing-Konzeption gesehen. Es umfasst die Vertriebswege, die Analyse und die Bewertung der Ausgangssituation im Markt. Die Vertriebssysteme sind zu planen, zu koordinieren und im Gesamtzusammenhang des Marketing-Mix zu gestalten und zu kontrollieren.

Der Kreislauf schließt sich mit der Rückführung von gebrauchten Produkten.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

#### 1. Vertriebswege als Marketingaktivitäten zur Güterübertragung beschreiben

traditionelle Vertriebswege

direkter Absatz  
indirekter Absatz  
Handelsfunktionen und Betriebsformen  
Hersteller-/Handelsbeziehungen

alternative Vertriebswege

z. B. Factory Outlet Center  
Convenience Stores  
Direct Distribution  
Telemarketing  
Teleshopping  
Pick up service Station  
Shop non stop Aktivitäten  
Multi Level Marketing  
E-Commerce  
Smart Shopping

#### 2. Vertriebssituationen analysieren und daraus Strategien für das Vertriebsmanagement ableiten

Analyse der Objekte, der Zielmärkte, der Kanäle und der Umfeldler des Vertriebs  
Stärken/Schwächen-Analyse

#### 3. Organisation eines optimalen Vertriebsmanagements planen

Koordination von Kunden- und Produktmanagement

**4. Vertriebsaktivitäten planen, koordinieren und kontrollieren**

Informationssysteme

- Warenwirtschaftssysteme
- Elektronischer Datenaustausch
- Efficient Consumer Responce (ECR)
- Category Management (CR)

Koordination von Aktivitäten im Vertriebskanal

Kontrolle von Vertriebsaktivitäten

**5. Rückführung gebrauchter Produkte in den Kreislauf planen**

Redistribution

- EU-Öko-Audit
- DIN EN ISO 1400 ff.
- Kreislaufwirtschafts-Gesetz
- Altprodukteverordnung
- Duales System Deutschland

## Lernmodul 12: **Verkaufstraining** (200 Std.)

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sollen in der Lage sein, Verkaufsgespräche erfolgreich zu führen. Sie verstehen Kunden-Coaching als die neue Art des Verkaufens. Sie erkennen dabei, dass eine konsequente, am Kundennutzen orientierte Ausrichtung den wirtschaftlichen Erfolg ihrer Tätigkeiten wesentlich beeinflusst. Sie eignen sich die für eine erfolgreiche Akquisition maßgeblichen Kernkompetenzen an und setzen diese im Rahmen eines marktorientierten Kunden-Managements um. Die Fachschülerinnen und Fachschüler entwickeln strategische und taktische Maßnahmen zum Verkaufsgesprächsprozess und begleiten diesen kompetent von der Planung über die Umsetzung beim Kunden bis hin zur Reorganisation im eigenen Unternehmen. Durch die systematische und intensive Auseinandersetzung mit dem Verkaufsvorgang sind sie darüber hinaus in der Lage, ihre erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf spezielle Verkaufsaufgaben zu übertragen.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

#### 1. Erfolgreiches Kommunizieren in der Gesprächsführung und Kundenorientierung als Voraussetzung für einen Verkaufserfolg verstehen

spezielle Verkaufsaufgaben und Verkaufsformen unterscheiden

Kunden-Coaching als neue Art des Verkaufens anwenden

psychologische Bedingungen der Verkaufskommunikation für eine erfolgreiche Gesprächsführung kennen und verwenden

aktuelle Berufoanforderungen an das Verkaufspersonal durch Auswerten branchenspezifischer Informationen erarbeiten, z. B. Branchenfachzeitschriften und Wirtschaftsteil der Tageszeitungen verfolgen  
Analyse von Kundenverhalten  
Beobachten der Marktsektoren  
Verkauf von Konsumgütern, Investitionsgütern und Dienstleistungen verfolgen

Kernkompetenzen für das Rollenprofil des Verkäufers formulieren  
ein Kunden-Management entwickeln durch Einbeziehen der für den Kundennutzen relevanten Faktoren

Verkäuferverhalten  
Käufertypologien  
rationale und emotionale Kaufmotive der Gesprächspartner  
emotionale Intelligenz  
verbale/nonverbale Kommunikation  
Ansätze zur Gestaltung von Verkaufsgesprächen, z. B.  
- phasenbezogener Ansatz  
- NLP

## 2. Verkaufsgespräche kundenorientiert konzipieren und realisieren

Planung, Durchführung und Reflektion von Verkaufsgesprächen anhand von Rollenspielen, Gruppendiskussionen, Fallstudien, Videoeinsatz und On-the-Job-Training (exemplarisch - soweit möglich)

Elemente der Gesprächsführung anwenden

zur Gestaltung von Verkaufsgesprächen eine Verkaufsgesprächsstrategie entwickeln  
kudennutzenorientierte Verkaufsargumente formulieren  
zur Gesprächslenkung Fragetechniken und rhetorische Stilmittel einsetzen

Präsentationstechniken zur Verbesserung der Gesprächsführung einsetzen

Integration visueller Hilfen in den Verkaufsgesprächsprozess z. B. durch Einsatz von Bildern, Videos, CD-ROM, Sales folder und Laptops (Computer Aided Selling)

Verkaufsgespräche erfolgreich zum Abschluss bringen

Abschlusstechniken erarbeiten und trainieren  
zielorientiertes Vorgehen beim Anwenden von Abschlussmethoden  
Preis-Abschluss-Syndrom

## 3. Kundeneinwände als Chance zum Verkaufserfolg begreifen

psychologischer Hintergrund

Methoden der Einwandbehandlung im Verkaufsgespräch einsetzen

Analyse von Kunden-Gründen für Einwände und Einwandsarten anhand praxisbezogener Fälle/Situationen  
kundenorientiertes Verkäuferverhalten zur Lösung von Kundeneinwänden entwickeln

**4. After-Sales-Strategien als Voraussetzung für eine dauerhafte Geschäftsbeziehung darstellen**

follow-up-Maßnahmen zum Erreichen einer höheren Kundenzufriedenheit und eines besseren Service erarbeiten  
Verhalten bei Reklamationen  
Kundenstrategien durch Key-Account-Manager

**5. Telefonverkaufsgespräche als besondere Verkaufsgespräche führen**

Telefongesprächsvorbereitung  
Telescript erstellen  
Verhalten am Telefon

Lernmodul 13: **Wettbewerbsrecht** (120 Std.)

Die Fachschülerinnen und Fachschüler erkennen, dass ein funktionierender und fairer Wettbewerb der Volkswirtschaft und dem Verbraucher erhebliche Vorteile bieten. Sie verstehen, dass das Funktionieren dieses Wettbewerbs durch Gesetze gewährleistet werden muss.

Sie sind in der Lage, konkrete Unternehmensentscheidungen auf deren Auswirkungen auf den Wettbewerb hin zu beurteilen und nationale und supranationale Wettbewerbsbestimmungen in den Grundstrukturen anzuwenden.

Sie realisieren den zunehmend stärkeren Einfluss der EU-Gesetzgebung auf das nationale Wettbewerbsrecht und die Veränderungen wettbewerbsrechtlicher Fragestellungen durch den Einsatz neuer Medien.

**Handlungssituationen/Ziele****Hinweise zum Unterricht**

**1. Das Wettbewerbsrecht als wichtigen Bestandteil einer Marktwirtschaft bejahen und die Notwendigkeit internationaler Regelungen begründen**

Wirtschaftsordnungen  
Handelsprotektionismus  
GATT  
Markenpiraterie

**2. Wesentliche Bestimmungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen kennen und auf vorgegebene Fälle anwenden**

Verbot von Preisabsprachen begründen  
Formen der Preisbindung und ihre Zulässigkeit aufzeigen  
Grundsätze der Fusionskontrolle verdeutlichen

GWB  
EU-Recht  
EU-FusionskontrollVO

**3. Geplante Marketingmaßnahmen eines Unternehmens unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten beurteilen und bewerten**

rechtliche Bestimmungen zum Unternehmensnamen, zum Produktnamen und zur Produktgestaltung darlegen

Urheberrecht  
Geschmacksmustergesetz  
Markenrecht  
Markenrecherche  
EU-Gemeinschaftsmarke  
Designschutz  
gewerblicher Rechtsschutz

Werbung und Warenpräsentation in den neuen Medien rechtlich bewerten

Tele-Shopping  
Internet  
Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz  
Telekommunikationsgesetz  
EU-Richtlinie über den Fernabsatz  
E-Commerce-Richtlinie  
Urheberrecht  
Domain-Vergabe  
Domain-Grabbing  
Werbelinks  
Caching  
Cookies

Begriff der „irreführenden Werbung“ kennen und auf vorgegebene Fälle anwenden	Verbraucherleitbildveränderung durch die Rechtsprechung des EuGH Preisangabenverordnung
Rabattgewährung durch Nachfragebündelung rechtlich beurteilen	Powershopping
Bestimmungen zur vergleichenden Werbung kennen und anwenden	EU-Richtlinien zur vergleichenden Werbung
rechtliches und finanzielles Risiko von Abmahnungen einschätzen	
wettbewerbsrechtliche Nebengesetze berücksichtigen	z. B. Abzahlungsgesetz Produkthaftungsgesetz
wettbewerbsrechtliche Bestimmungen des BGB berücksichtigen	AGB-Regelungen Haustürgeschäfte Verbraucherkredite



## Lernmodul 14: **Abschlussprojekt** (80 Std.)\*

Die Fachschülerinnen und Fachschüler stellen sich selbst in Partner- oder Teamarbeit eine Projektaufgabe aus dem beruflichen Alltag, die sie selbstständig schrittweise zu einem Lösungsansatz führen. Beginnend mit der Problemanalyse und dem Aufzeigen von - auch alternativen - Lösungsansätzen entscheiden sie sich für eine Lösung. Abschließend dokumentieren und präsentieren sie ihre Vorgehensweise und ihr Ergebnis.

Sie wenden unterschiedliche Arbeitstechniken an, verwenden moderne Kommunikationsmittel, erkennen Zusammenhänge, zeigen Wechselwirkungen auf, beurteilen Auswirkungen und beachten Regeln der Wirtschaftlichkeit, Organisation und Führung.

### **Handlungssituationen/Ziele**

### **Hinweise zum Unterricht**

Fachliche Probleme selbstständig erkennen, analysieren, strukturieren, beurteilen, praxisingerechte (auch alternative) Lösungen entwickeln, dokumentieren und präsentieren

Beratung zu den Schwerpunkten der Aufgabenstellung durch die Lehrkräfte

Festlegen der vorläufigen Struktur und Form der Dokumentation und Arbeitsplanung

Die Projektarbeit sollte in Teamarbeit durchgeführt werden und lernmodulübergreifende Themen zum Inhalt haben.

Themen können z. B. entstehen aus

- Kontakten von Fachschülerinnen und Fachschülern oder Lehrkräften mit Unternehmen
- Vorgaben von Lehrkräften zur Aktualisierung der Unterrichtsinhalte und zur Entwicklung des Schulprofils in der Öffentlichkeit.

Die Präsentation kann auch vor mehreren Schulklassen und zusammen mit Vertretern aus Unternehmen erfolgen.

vgl. Anhang b)

\* Dieses fachbereichsübergreifende Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in allen Lehrplänen.

## Lernmodul 15: **Berufs- und Arbeitspädagogik** (120 Std.)<sup>\*</sup>

Die Fachschülerinnen und Fachschüler bereiten sich auf ihre zukünftige Tätigkeit als Ausbilderinnen und Ausbilder vor (Ausbildung der Ausbilder - AdA) und erlangen die Befähigung, ihre individuellen Fachkenntnisse und Einstellungen überzeugend darzustellen und anzuwenden. Sie erkennen, dass sie durch ihr Verhalten als Person eine Vorbildfunktion übernehmen in Bezug auf Handlungskompetenz und Professionalität (z. B. Sicherheit beim Planen, Organisieren und Kontrollieren von Prozessen oder im Hinblick auf Mitarbeiterführung: Verantwortungsbewusstsein, Empathie und Flexibilität).

Mit dem erfolgreichen Abschluss wird die fachliche Eignung als Ausbilderin bzw. Ausbilder gemäß § 80 Abs. 1 Ziff. 2 BBiG verliehen; beachte § 5 (11) LVO betr. abschließende Leistungsfeststellung.

Maßgebend für den Unterricht ist der Rahmenstoffplan für die Ausbildung der Ausbilder, BiBB-Beschluss vom 11. März 1998, veröffentlicht im Bundesanzeiger am 24. Juli 1998.

### Handlungssituationen/Ziele

### Hinweise zum Unterricht

#### 1. Allgemeine Grundlagen legen

ca. 12-24 Std.  
je nach Lerngruppe

Gründe für betriebliche Ausbildung kennen  
Einflussgrößen auf die Ausbildung kennen  
rechtliche Rahmenbedingungen kennen  
Beteiligte und Mitwirkende an der Ausbildung kennen  
Anforderungen an die Eignung der Ausbilderinnen und Ausbilder

#### 2. Ausbildung planen

ca. 16 Std.

Ausbildungsberufe auswählen  
Eignung des Ausbildungsbetriebes überprüfen  
Organisation der Ausbildung festlegen  
Organisation und Inhalt mit der Berufsschule abstimmen  
Ausbildungsplan erstellen  
Beurteilungssystem festlegen

#### 3. Auszubildende einstellen

ca. 12-14 Std.

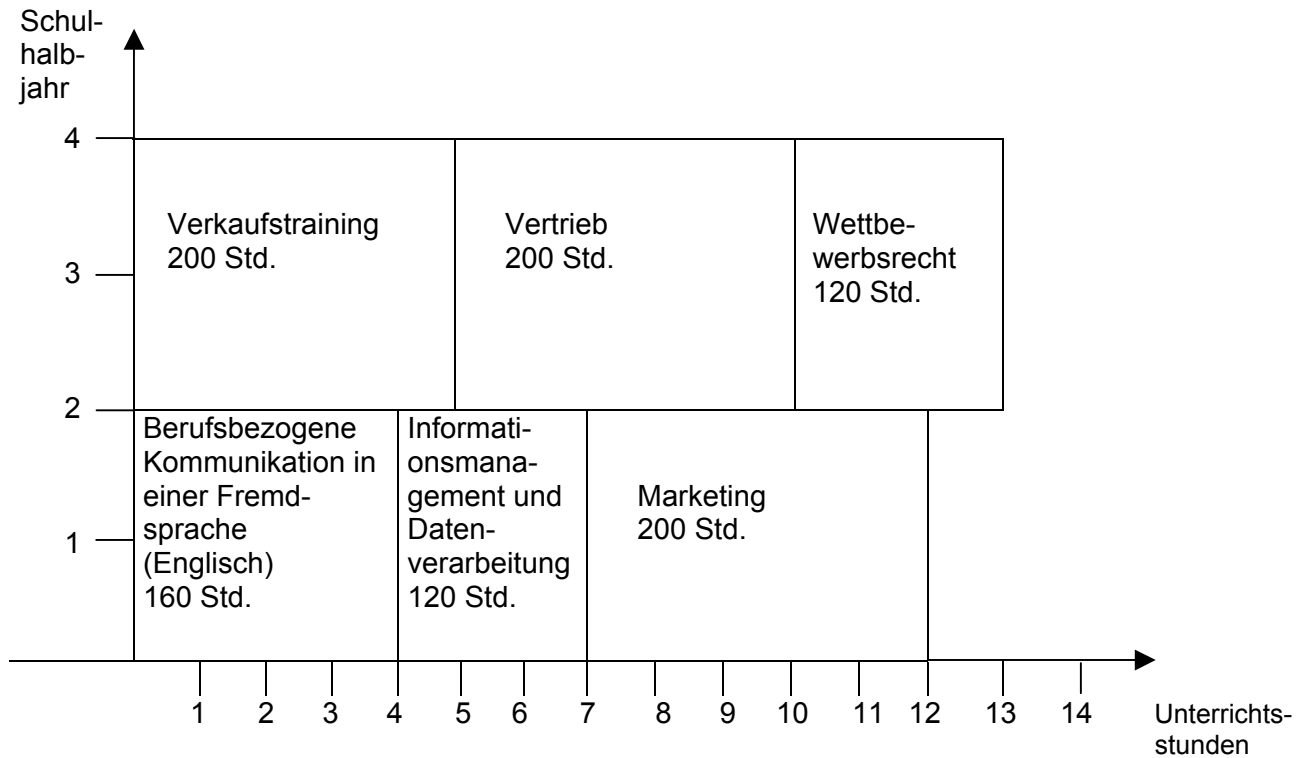
Auswahlkriterien aufstellen  
an Einstellungen mitwirken  
Einstellungsgespräche führen  
am Vertragsabschluss mitwirken  
Eintragungen und Anmeldungen vornehmen  
Einführung planen  
Probezeit planen

<sup>\*</sup> Dieses fachbereichsübergreifende Lernmodul gilt für mehrere Bildungsgänge und steht mit identischen Zielen in mehreren Lehrplänen.

- 4. Am Arbeitsplatz ausbilden** ca. 28-32 Std.
- Arbeitsplätze auswählen und vorbereiten
  - auf Veränderungen der Arbeitsorganisation vorbereiten
  - praktisch anleiten
  - aktives Lernen anleiten
  - Handlungskompetenz fördern
  - Lernerfolgskontrollen durchführen
  - Beurteilungsgespräche führen
- 5. Lernen fördern** ca. 18-20 Std.
- Lern- und Arbeitstechniken anleiten
  - Lernerfolge sicherstellen
  - Zwischenprüfungen auswerten
  - auf Lernschwierigkeiten und Verhaltensauffälligkeiten reagieren
  - kulturelle Unterschiede berücksichtigen
  - mit externen Stellen kooperieren
- 6. Gruppen anleiten** ca. 12-16 Std.
- Kurzvorträge halten
  - Lehrgespräche durchführen
  - moderierend ausbilden
  - Medien auswählen und einsetzen
  - aktives Lernen in Gruppen fördern
  - in Teams ausbilden
- 7. Die Ausbildung beenden** ca. 8-12 Std.
- auf Prüfungen vorbereiten
  - zur Prüfung anmelden
  - Zeugnisse ausstellen
  - Ausbildung beenden/verlängern
  - auf Fortbildungsmöglichkeiten hinweisen
  - an Prüfungen mitwirken

## 4. Anhang

### a) Zeitraster für einen Arbeitsplan



Lernmodule für die Teilqualifikation:

1. Berufsbezogene Kommunikation in einer Fremdsprache (Englisch)	160
2. Informationsmanagement und Datenverarbeitung	120
3. Marketing	200
4. Vertrieb	200
5. Verkaufstraining	200
6. Wettbewerbsrecht	<u>120</u>
	1000

Hinweis:

Die Lernmodule Verkaufstraining, Vertrieb und Wettbewerbsrecht setzen die Inhalte des Lernmoduls Marketing voraus. Somit erfordert die Sachlogik das oben aufgeführte Zeitraster und hat zur Folge, dass der Fremdsprachenunterricht nur im ersten Schuljahr erteilt werden kann.

## **b) Arbeitsplan für Lernmodul 14: Abschlussprojekt**

Im Rahmen des Bildungsganges fertigen die Fachschülerinnen und Fachschüler eine Projektarbeit an, die ihre berufliche Handlungskompetenz verdeutlichen soll. Sie zeigen darin die Fähigkeit, ein fachliches Problem selbstständig zu erkennen, zu analysieren, zu strukturieren und zu beurteilen sowie praxisgerechte Lösungen zu entwickeln, zu dokumentieren und zu präsentieren. Die Projektarbeit soll zur ganzheitlichen Betrachtungsweise beitragen und das persönliche Lernengagement steigern. Sie soll nach den Prinzipien handlungsorientierten Lernens durchgeführt werden und möglichst lernmodulübergreifend angelegt sein.

Die Projektarbeit soll folgende berufliche Handlungskompetenzen beinhalten:

### **Formale Anforderungen**

- Fähigkeit, einen Text formal korrekt darzustellen
- Fähigkeit, wissenschaftlich korrekt zu zitieren
- Fähigkeit, eine Gliederung zu erstellen
- Fähigkeit, ein Literaturverzeichnis fachgerecht anzulegen

### **Methodische Durchführung**

- Kenntnis der fachspezifischen Terminologie und Methodik sowie Fähigkeit, diese korrekt anzuwenden
- Fähigkeit, Literatur und sonstige Quellen themenbezogen zusammenzustellen und auszuwerten
- Fähigkeit, Zitate und sinngemäße Übernahme sach- und problemgerecht einzusetzen
- Fähigkeit, eine folgerichtige Argumentation aufzubauen
- Fähigkeit, Materialien und Anschauungsmittel zweckentsprechend einzusetzen und auszuwerten
- Fähigkeit, einen Sachverhalt sprachlich korrekt und präzise zu formulieren

### **Inhaltliche Bewältigung**

- Fähigkeit, die im Thema gegebene Problemstellung zu erfassen, zu analysieren und zu strukturieren
- Fähigkeit, auf der Grundlage der Problemstellung eine Zielsetzung zu entwickeln und Lösungen auszuarbeiten und zu begründen
- Fähigkeit, die einzelnen Gedanken logisch zu verknüpfen
- Fähigkeit zur angemessenen Gewichtung der Sachverhalte
- Fähigkeit, eine begründete Stellungnahme und Beurteilung bzw. Bewertung vorzunehmen.

Die Projektarbeit kann einzeln oder in Gruppen durchgeführt werden. Das Thema und der Abgabetermin der Projektarbeit werden von der jeweiligen Lehrkraft bzw. dem jeweiligen Lehrerteam im Benehmen mit den Fachschülerinnen und Fachschülern festgelegt. Gerade bei komplexeren Aufgabenstellungen bieten sich teamorientierte Arbeitsweisen an. Es ist bereits bei der Themenstellung darauf zu achten, dass die individuellen Leistungen der an der Arbeit Beteiligten eindeutig festgestellt und bewertet werden können. Die Themenstellung der Projektarbeit soll bei Fachschulen im Vollzeitbereich im zweiten Schuljahr gegen Ende des ersten Schulhalbjahres und bei Fachschulen in Teilzeitunterricht gegen Ende des dritten Schulhalbjahres erfolgen.

Am Ende der Projektarbeit ist zu erklären, dass diese selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet wurden. Es ist zu versichern, dass alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht wurden.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler werden während der Anfertigung der Projektarbeit von einer Lehrkraft bzw. einem Lehrerteam betreut. Die Lehrkraft bzw. das Lehrerteam steht den Fachschülerinnen und Fachschülern zu Auskünften, Fragen und zur Beratung zur Verfügung und

lässt sich regelmäßig über den Fortgang der Projektarbeit unterrichten. Der Unterricht im Lernmodul Abschlussprojekt gliedert sich in folgende Phasen:

Phasen des Abschlussprojektes	Schüleraktivität (Schüler oder Schülerteam)	Lehreraktivität (Lehrer oder Lehrerteam)
Einführungsphase	Themensuche/-vergabe Entwickeln der Problemstellung und Zielsetzung Entwickeln eines Untersuchungskonzeptes Erarbeiten eines Ablaufplanes	Abprache und Festlegen von Thema, Abgabetermin und Bewertungskriterien
Betreuungsphase	Erschließen von Quellen Durchführen von Erhebungen Auswerten der gewonnenen Informationen Dokumentation der Ergebnisse	Beraten über Abgrenzung der Problemstellung konzeptionelle Fragen inhaltliche Vorgehensweisen spezifische Schwerpunktsetzungen
Präsentationsphase	Abgabe der Projektarbeit  Präsentation der Projektarbeiten im Klassenverband Kolloquium (Projektgespräch 20 Minuten) unter Leitung der jeweiligen Lehrkraft bzw. des Lehrerteams	Bewerten der Projektarbeiten entsprechend dem Anforderungsprofil  Feststellen der individuellen Projektleistung (bei Teamarbeit) Erörtern von Problemen, Lösungsstrategien und Ergebnissen

Nach Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung der Projektarbeit (Dokumentation) findet eine Präsentation der Projektarbeit durch die am Projekt beteiligten Fachschülerinnen und Fachschüler statt, der sich ein Kolloquium (Projektgespräch) von ca. 20 Minuten Dauer anschließt. Das Kolloquium wird von der betreuenden Lehrkraft bzw. vom betreuenden Lehrerteam durchgeführt. Es hat die Aufgabe, die individuelle Projektleistung einer jeden Fachschülerin bzw. eines jeden Fachschülers festzustellen sowie die Probleme, Lösungsstrategien und Ergebnisse, die sich bei der Projektarbeit ergeben haben, zu erörtern.

Für die Wertung der Projektarbeit wird folgende Gewichtung empfohlen:

- Formale Anforderung	10 %
- Methodische Durchführung	20 %
- Inhaltliche Bewältigung	35 %
- Kolloquium	35 %.

Das Thema der Projektarbeit wird in das Abschlusszeugnis übernommen.

Mögliche Themenbereiche für die Projektarbeit sind z. B.

- Marktanalyse
- Käuferverhalten
- Werbemaßnahmen
- Absatzwege analysieren
- Vertriebssituationen analysieren
- Kundenbegeisterungsstrategien
- Kundenzufriedenheitsanalyse
- Vertriebsaktivitäten kontrollieren
- Wertekreislauf analysieren
- Wettbewerbsrechtliche Bewertung von Marketingmaßnahmen
- Internet und Einkaufsverhalten.