|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Zielanalyse | | Stand: 2021 | |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberuf | | Zeitrichtwert |
| WBM | Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement | | 80 |
| Lernfeld Nr. | Lernfeldbezeichnung | | Jahr |
| 05 | Kunden akquirieren und binden | | 2 |
| Kernkompetenz | |
| Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, den Einsatz von Preis- und Kommunikationspolitik für die Kundengewinnung und -bindung zu nutzen. | |
| Schule, Ort | | Lehrkräfteteam | |
|  | |  | |
| **Bildungsplan[[1]](#footnote-2)** | | **didaktisch-methodische Analyse** | |

| kompetenzbasierte Ziele | Konkretisierung | Lernsituation | Handlungsergebnis | überfachliche  Kompetenzen | Hinweise | Zeit |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Die Schülerinnen und Schüler analysieren anhand der Daten der Marktforschung (*Primär- und Sekundärforschung*) und der Kundendaten die aktuelle Marktsituation (*Kundenstruktur, Konkurrenz, konjunkturelle Lage*) zum Leistungsangebot des Betriebes. Sie gestalten auf der Basis vorgegebener Elemente einen Fragebogen mit den Anwendungsmöglichkeiten (*Formulargestaltung*) eines Textverarbeitungsprogramms. |  | **LS01 Marktsituation analysieren** | Analysebericht | systematisch vorgehen  komplexe Aufgabenstellungen gliedern  Informationsquellen auffinden  Zustände untersuchen  Informationen strukturieren  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen | Vgl. WiSo KB III | 08 |
| **LS02 Fragebogen gestalten** | Fragebogen | zielgerichtet arbeiten  methodengeleitet vorgehen | Vgl. LF03  Textverarbeitungsprogramm | 06 |
| Die Schülerinnen und Schüler informieren sich darüber, auf welchem Markt (*Käufer- und Verkäufermarkt*) sich ihr Betrieb befindet. Sie leiten daraus die absatzpolitischen Ziele und Möglichkeiten der Preisfestsetzung auch mit Hilfe von Modellen (*vollständige Konkurrenz*) ab. |  | **LS03 Markt erkunden und absatzpolitische Ziele ableiten** | Strategiepapier  Grafiken  Unternehmenshandbuch | systematisch vorgehen  komplexe Aufgabenstellungen gliedern  Informationsquellen auffinden  Zustände untersuchen  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen | Vgl. WiSo KB II | 08 |
| Sie nehmen Kunden als wichtige Partner wahr und ermitteln den spezifischen Nutzen von Produkten oder Dienstleistungen für diese. Sie identifizieren geeignete Wettbewerbsstrategien, um die absatzpolitischen Ziele des Betriebes zu erreichen. |  | **LS04 Produktnutzen ermitteln und Wettbewerbsstrategien ausarbeiten** | Intranetmitteilung | zielgerichtet arbeiten  zuverlässig handeln  Zusammenhänge herstellen | Projekt möglich | 04 |
| Im Rahmen einer Werbeplanung treffen die Schülerinnen und Schüler Entscheidungen zur Zielgruppe sowie zum Streugebiet und zur Streuzeit. Sie planen dabei den möglichen Einsatz von sozialen Netzwerken zur Optimierung der Unternehmensprofilbildung und der Erhöhung der Kundenzufriedenheit. […] |  | **LS05 Werbung planen** | Werbeplan  Präsentation | zielgerichtet arbeiten  begründet vorgehen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen  mit Medien sachgerecht umgehen | Projekt möglich | 09 |
| […] Sie formulieren einen Werbebrief als Serienbrief an ihre Kundinnen und Kunden und gestalten diesen und weitere Werbemittel mit Hilfe eines Textverarbeitungsprogramms. Zur Gewinnung ausländischer Kunden verfassen sie einen Brief auch in einer Fremdsprache. Sie nutzen auch Möglichkeiten aktueller Kommunikationswege im Rahmen der Kommunikationspolitik. |  | **LS06 Werbemittel formulieren und gestalten** | Werbebriefe  Social-Media-Profil  Newsletter | zielgerichtet arbeiten  Analogieschlüsse ziehen  begründet vorgehen  zuverlässig handeln | Vgl. LF03  Fremdsprache  Textverarbeitungsprogramm  Projekt  möglich | 09 |
| Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung und artikulieren dabei eigene Wertvorstellungen. Sie respektieren die Wertvorstellung anderer. […]  […] Sie reflektieren ihre Vorgehensweise beim Einsatz von Marketinginstrumenten zur Kundenbindung und -gewinnung. Sie beurteilen die ökonomischen Wirkungen von Marketingmaßnahmen und deren Einfluss auf gesellschaftliche Prozesse. […] |  | **LS07 Grenzen der Werbung aufzeigen und beurteilen** | Berechnung  Prüfschema  Richtlinien  Handlungsempfehlung | Mitverantwortung tragen  soziale Verantwortung tragen  unterschiedliche Standpunkte tolerieren  Bewertungsmaßstäbe bilden  Probleme erkennen und zur Lösung beitragen  Zusammenhänge herstellen  Abhängigkeiten finden  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen |  | 07 |
| […] Die Schülerinnen und Schüler beurteilen die Markt- und Wettbewerbssituation ihres Betriebes und entwickeln innerhalb eines Marketingkonzeptes einen Mix aus Preis- und Kommunikationspolitik. Bei der Festlegung der Preise berücksichtigen sie die Kunden-, Konkurrenz- und Kostensituation ihres Betriebes. […] |  | **LS08 Preis- und Kommunikationspolitik entwickeln** | Marketingkonzept | zuverlässig handeln  zielgerichtet arbeiten  Ziele einer Aufgabe benennen  Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen  Zusammenhänge herstellen  Abhängigkeiten finden  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen | Vgl. LF03 Vgl. LF10  Projekt möglich | 09 |
| […] Sie dokumentieren, präsentieren und beurteilen ihre Ergebnisse. Die Schülerinnen und Schüler bewerten den Erfolg der angewendeten Marketingmaßnahmen für den Betrieb. […] |  | **LS09 Wirkung von Marketingmaßnahmen beurteilen** | Präsentation  Kriterienkatalog | Informationen strukturieren  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  mit Medien sachgerecht umgehen |  | 04 |
| […] Die Schülerinnen und Schüler schätzen ein, inwiefern die ausgewählten Maßnahmen der Verantwortung des Betriebes für unterschiedliche Interessengruppen gerecht werden. | [Umfassende Kompetenz für das gesamte Lernfeld]  Integrativ umsetzen | | | | | |

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement (2013), S. 16. [↑](#footnote-ref-2)