|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Zielanalyse (Vorschlag) | | Stand 2020 | |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberuf | | Zeitrichtwert |
| WKE | Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel | | 80 |
| Lernfeld Nr. | Berufsfachliche Kompetenz | | Jahr |
| 08 | Schwerpunkt Betriebswirtschaft | | 3 |
| Lernfeldbezeichnung | |
| Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden | |
| Schule, Ort | | Lehrerteam | |
|  | |  | |
| **Bildungsplan**[[1]](#footnote-2) | | **didaktisch-methodische Analyse** | |

| kompetenzbasierte Ziele | Inhalte | Hinweise | Lernsituation | Handlungs-  ergebnis | überfachliche  Kompetenzen | Hinweise | Zeit\* |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| […] Ausgehend von einem bestehenden Marketingziel führen die Schülerinnen und Schüler einen Marktforschungsprozess durch. Sie setzen informationstechnische Systeme zur Sammlung und Auswertung von Marktinformationen und Kundendaten ein. Sie bewerten die Marktposition ihres Unternehmens im Verhältnis zu Mitbewerbern im stationären Handel wie auch im Onlinehandel. Sie analysieren Produktkataloge und Kundenbewertungen, auch in Preisvergleichsportalen, elekt-ronischen Handelsplattformen und Onlineshops. | Marketingziele  Prozess der Marktforschung   * Problemdefinition * Erhebungsmethoden * Analyse * Interpretation * Marketingentscheidung | z. B. intern, extern, primär, sekundär, Befragung, Beobachtung | **LS01 Marktforschungsprozess durchführen** | Tischvorlage  (Online-)Fragebogen  Interviewbogen  Beobachtungsbogen  Analysebericht  Handlungsempfehlung | Ziele einer Aufgabe benennen  selbstständig planen und durchführen  Informationsquellen auffinden  Informationen strukturieren  Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen  methodengeleitet vorgehen  Abhängigkeiten finden  Probleme erkennen und zur Lösung beitragen  Ergebnisse zusammenfassen  Entscheidungen treffen | Projekt möglich | 15 |
| Sie analysieren absatzpolitische Marketinginstrumente und entwickeln einfache Marketingkonzepte zur Realisierung bestehender Marketingziele. Sie berücksichtigen dabei wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und stationärem Handel. Für die Marketingkonzepte entwickeln sie Zeit- und Arbeitspläne, legen Verantwortlichkeiten fest und dokumentieren die Arbeitsfortschritte. Sie präsentieren und reflektieren ihre Arbeitsergebnisse. | Marketinginstrumente | Vgl. auch Lernfeld 1, 2, 4, 5, 6 und 12 | **LS02 Marketingkonzept entwickeln** | Zeitpläne  Arbeitspläne  Konzept  Präsentation | selbstständig planen und durchführen  begründet vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Abhängigkeiten finden  Probleme eingrenzen  Alternativen finden und bewerten  Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  mit Medien sachgerecht umgehen | Projekt möglich  Vgl. LF01, LF02, LF04, LF05, LF06, LF12 | 15 |
| Im Rahmen der Sortimentspolitik beschreiben und analysieren die Schülerinnen und Schüler das Sortiment von Einzelhandelsunternehmen und entscheiden über Maßnahmen der Sortimentsveränderung. | Sortimentsstruktur   * Sortimentsbreite und Sortimentstiefe * Kernsortiment und Randsortiment * Standardsortiment und Aktionssortiment * Herstellermarken und Handelsmarken   Sortimentsanalyse   * Kennzahlen * Renner-Penner-Liste   Sortimentsentscheidungen   * Sortimentsbereinigung * Sortimentserweiterung | Vgl. Lernfeld 12 und 13 | **LS03 Sortimentspolitik planen** | Analyse  Maßnahmenkatalog  Handlungsempfehlung | selbstständig planen und durchführen  Systeme oder Zustände untersuchen  systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  begründet vorgehen  Abhängigkeiten finden  Probleme erkennen und zur Lösung beitragen  Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen  Alternativen finden und bewerten  Ergebnisse zusammenfassen  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen | Projekt möglich  Vgl. LF01, LF12, LF13 | 15 |
| Sie informieren sich über die Öffentlichkeitsarbeit ihres Unternehmens und beurteilen deren Wirksamkeit. | Kommunikationspolitik   * Public Relations | Vgl. auch Lernfeld 5 | **LS04 Öffentlichkeitsarbeit darstellen** | Analyse | Informationen strukturieren  Alternativen finden und bewerten | Vgl. LF05 | 04 |
| Die Schülerinnen und Schüler begreifen die Servicepolitik als einen wichtigen Ansatz zur Schaffung und Erhaltung einer unverwechselbaren Marktposition. Sie stellen die Servicekonzepte ihrer Ausbildungsbetriebe vor und analysieren Schwierigkeiten bei der Umsetzung. Sie entwickeln und begründen weitere Maßnahmen zur Servicepolitik, um damit die Kundenbindung zu verstärken. Sie setzen sich dabei auch mit dem Beschwerdemanagement auseinander. | Servicepolitik   * Ziele * Arten der Serviceleistungen   Customer Relationship Management   * Ziele * Kundenkarte * Beschwerdemanagement * weitere Möglichkeiten | im Überblick | **LS05 CRM-Konzept entwickeln** | Präsentationsfolien  Plakat  Meinungskarte  Maßnahmenkatalog  Handlungsempfehlungen | selbstständig planen und durchführen  begründet vorgehen  systematisch vorgehen  Systeme oder Zustände untersuchen  Probleme erkennen und zur Lösung beitragen  Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen | Projekt möglich | 05 |
| Die Schülerinnen und Schüler bewerten anhand ausgewählter Beispiele Onlineshops und Onlinehandelsplattformen. Sie setzen Instrumente des Online-Marketings ein und berücksichtigen dabei rechtliche Vorschriften. | Marketingmix  Multi-Channel-Strategie |  | **LS06 Onlineshops und Onlinehandelsplattformen bewerten** | Kriterienkatalog  Entscheidungsbewertungstabelle | systematisch vorgehen  Alternativen finden und bewerten  Schlussfolgerungen ziehen | Projekt möglich | 05 |
| **LS07 Online-Marketing-Instrumente einsetzen** | Handlungsempfehlung | Gesetzestexte anwenden  begründet vorgehen  Entscheidungen treffen |  | 05 |
| Die Schülerinnen und Schüler erschließen Marketing als eine zentrale Aufgabe des Unternehmens, um eine Marktposition zu gewinnen, zu erhalten und auszubauen. […] | [Umfassende Kompetenz für das gesamte Lernfeld]  integrativ umsetzen | | | | | | |

\*80 % des Zeitrichtwertes vergeben, 20 % der Unterrichtsstunden stehen für Vertiefung und Lernerfolgskontrolle zur Verfügung.

Llll x

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Verkäufer/Verkäuferin (2017), S. 20f. [↑](#footnote-ref-2)