

Zielanalyse (Vorschlag)							Stand 2020
Beruf-Kurz	Ausbildungsberuf						Zeitrhythmus
WKE	Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel						80
Lernfeld Nr.	Berufsfachliche Kompetenz						Jahr
08	Schwerpunkt Betriebswirtschaft						3
	Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden						
Schule, Ort				Lehrerteam			
Bildungsplan ¹				didaktisch-methodische Analyse			
kompetenzbasierte Ziele	Inhalte	Hinweise	Lernsituation	Handlungsergebnis	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, elektronischen 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 Realisie-	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	Projekt möglich Vgl. LF01, LF02,	15

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

kompetenzbasierte Ziele	Inhalte	Hinweise	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit*
<p>zung 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.</p>					<p>Probleme eingrenzen Alternativen finden und bewerten Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen Zusammenhänge herstellen Schlussfolgerungen ziehen mit Medien sachgerecht umgehen</p>	<p>LF04, LF05, LF06, LF12</p>	
<p>Im Rahmen der Sortimentspolitik beschreiben und analysieren die Schülerinnen und Schüler das Sortiment von Einzelhandelsunternehmen und entscheiden über Maßnahmen der Sortimentsveränderung.</p>	<p>Sortimentsstruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sortimentsbreite und Sortimentstiefe - Kernsortiment und Randsortiment - Standardsortiment und Aktionsortiment - Herstellermarken und Handelsmarken <p>Sortimentsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennzahlen - Renner-Penner-Liste <p>Sortimentsentscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sortimentsbereinigung - Sortimentserweiterung 	<p>Vgl. Lernfeld 12 und 13</p>	<p>LS03 Sortimentspolitik planen</p>	<p>Analyse Maßnahmenkatalog Handlungsempfehlung</p>	<p>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</p>	<p>Projekt möglich</p> <p>Vgl. LF01, LF12, LF13</p>	<p>15</p>

kompetenzbasierte Ziele	Inhalte	Hinweise	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit*
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 Entscheidungsbeurteilungstabelle	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.