|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Zielanalyse | | Stand: 2021 | |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberuf | | Zeitrichtwert |
| WGM | Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandelsmanagement | | 60 |
| Lernfeld Nr. | Lernfeldbezeichnung | | Jahr |
| 06 | **Ein Marketingkonzept entwickeln** | | 2 |
| Kernkompetenz | |
| **Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, durch Marketingmaßnahmen Kunden zu gewinnen und zu binden.** | |
| Schule, Ort | | Lehrkräfteteam | |
|  | |  | |
| **Bildungsplan[[1]](#footnote-2)** | | **didaktisch-methodische Analyse** | |

| kompetenzbasierte Ziele | Konkretisierung | Lernsituation | Handlungsergebnis | überfachliche  Kompetenzen | Hinweise | Zeit |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Die Schülerinnen und Schüler analysieren die aktuelle Marktsituation (*konjunkturelle Entwick*­*lungen, wirtschaftspolitische Entscheidungen, Absatzmärkte, Wettbewerber, Kundenstruktur*)*,* nutzen dazu die Marktforschung (*Marktanalyse und -beobachtung*) und leiten Marketingziele ab. |  | **LS01 Marktsituation analysieren** | Marktanalysebogen  Tischvorlage  Mitarbeiterhandbuch | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  methodengeleitet vorgehen  Schlussfolgerungen ziehen | Vgl. LF03 | 06 |
| Sie informieren sich über die Marketinginstrumente […]. |  | **LS02 Marketinginstrumente darstellen** | Präsentation | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Informationen strukturieren  methodengeleitet vorgehen  mit Medien sachgerecht umgehen |  | 04 |
| Dazu stärken sie im Bereich der Produkt- und Sortimentspolitik die Marktposition ihres Unternehmens durch waren- und kundenbezogene Dienst- und Serviceleistungen. |  | **LS03 Marktposition im Bereich der Produkt- und Sortimentspolitik stärken** | Mitarbeiterhandbuch  Handlungsempfehlung | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Informationen strukturieren  Zusammenhänge herstellen  Gesetzestexte anwenden Entscheidungen treffen | Vgl. LF03 | 04 |
| Bei der Distribution vergleichen sie den Einsatz von Handelsvertretern und Reisenden. Sie prüfen die Nutzung von Online-Vertriebskanälen. |  | **LS04 Handelsvertreter und Reisender vergleichen** | Gesprächsvorbereitung  Gespräch/E-Mail | Informationsquellen auffinden  Informationen strukturieren  Gesetzestexte anwenden  sich flexibel auf Situationen einstellen  Entscheidungen treffen | Rollenspiel | 04 |
| **LS05 Online-Vertriebskanäle prüfen** | Handlungsempfehlung | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Informationen strukturieren  Entscheidungen treffen |  | 03 |
| Die Schülerinnen und Schüler planen Maßnahmen der Kommunikationspolitik (*Absatzwerbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring*)*.* Sie wählen zielgruppen- und warenbezogene Marketing-Maßnahmen zur Kundengewinnung, Bestandskundenbindung und Kundenreaktivierung aus und beziehen aktuelle Entwicklungen im Online-Marketing mit ein. Sie beachten die wettbewerbsrechtlichen Grenzen (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*). |  | **LS06 Maßnahmen der Kommunikationspolitik planen** | Präsentation  Handlungsempfehlung | systematisch vorgehen  Probleme eingrenzen  sich in Teamarbeit einbinden  mit Medien sachgerecht umgehen  Entscheidungen treffen | Projekt möglich | 03 |
| **LS07 Marketingmaßnahmen auswählen** | Präsentation  Handlungsempfehlung | Probleme eingrenzen  begründet vorgehen  Mitverantwortung tragen  Zusammenhänge herstellen  mit Medien sachgerecht umgehen  Entscheidungen treffen | Vgl. LF02 | 03 |
| **LS08 Wettbewerbsrechtliche Grenzen beachten** | Mitarbeiterhandbuch | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Informationen strukturieren  Gesetzestexte anwenden |  | 02 |
| Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über den Preis als Marktregulierungsmechanismus. Sie machen sich mit der Bedeutung des Verkaufspreises als absatzpolitisches Instrument vertraut und bereiten preispolitische Maßnahmen des Groß- und Außenhandelsunternehmens vor. Dazu bestimmen sie betriebsinterne und betriebsexterne Einflüsse auf Preise und bewerten unterschiedliche Preisstrategien. […] |  | **LS09 Preis als Marktregulierungsmechanismus darstellen** | Präsentation | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Informationen strukturieren  mit Medien sachgerecht umgehen |  | 02 |
| **LS10 Preispolitische Maßnahmen vorbereiten und bewerten** | Handlungsempfehlung | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Informationen strukturieren  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen |  | 04 |
| […] entwickeln ein budgetgerechtes Marketingkonzept.  […] Die Schülerinnen und Schüler präsentieren das Marketingkonzept und nehmen Stellung zu den getroffenen Entscheidungen. |  | **LS11 Marketingkonzept entwickeln** | Marketingkonzept Präsentation  Bericht | zielgerichtet arbeiten  Problemstellungen erkennen  Abhängigkeiten finden  Arbeitsverfahren auswählen  sich in Teamarbeit einbinden  mit Medien sachgerecht umgehen  Schlussfolgerungen ziehen | Projekt möglich | 10 |
| Sie reflektieren die Bedeutung des Marketings für die Erreichung der Unternehmensziele und lei­ten Verbesserungsvorschläge für die Marketingmaßnahmen ab. |  | **LS12 Verbesserungsvorschläge für die Marketingmaßnahmen treffen** | Handlungsempfehlung  Entscheidungsmatrix | systematisch vorgehen  zielgerichtet arbeiten  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen | Vgl. LF01 | 03 |

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann/Kauffrau für Groß- und Außenhandelsmanagement (2019), S. 17. [↑](#footnote-ref-2)