

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR UNTERRICHT UND KULTUS

Lehrplanrichtlinien für die Berufsschule

Fachklassen

Kaufmann für Dialogmarketing/Kauffrau für Dialogmarketing

**Unterrichtsfächer: Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse
Prozesse im Dialogmarketing
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle**

Jahrgangsstufen 10 bis 12

Juli 2006

Die Lehrplanrichtlinien wurden mit Verfügung vom 11.08.2006 (AZ VII.4-5S9414S12-1-7.61918) für verbindlich erklärt und gelten mit Beginn des Schuljahres 2006/2007.

Herausgeber:

Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, Schellingstr. 155, 80797 München,
Telefon 089 2170-2211, Telefax 089 2170-2215

Internet: www.isb.bayern.de

Herstellung und Vertrieb:

Offsetdruckerei + Verlag Alfred Hintermaier, Inh. Bernhard Hintermaier,
Nailastr. 5, 81737 München, Telefon 089 6242970, Telefax 089 6518910

E-Mail: shop@hintermaier-druck.de

INHALTSVERZEICHNIS

EINFÜHRUNG	SEITE
1 Bildungs- und Erziehungsauftrag der Berufsschule	1
2 Ordnungsmittel und Studentafeln	2
3 Leitgedanken für den Unterricht an Berufsschulen	4
4 Verbindlichkeit der Lehrplanrichtlinien	5
5 Übersicht über die Fächer und Lernfelder	5
6 Berufsbezogene Vorbemerkungen	7
LEHRPLANRICHTLINIEN	
<u>Jahrgangsstufe 10</u>	
Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	8
Prozesse im Dialogmarketing	9
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	13
<u>Jahrgangsstufe 11</u>	
Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	14
Prozesse im Dialogmarketing	15
<u>Jahrgangsstufe 12</u>	
Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	17
Prozesse im Dialogmarketing	18
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	20
ANHANG:	
Mitglieder der Lehrplankommission	21
Verordnung über die Berufsausbildung	

EINFÜHRUNG

1 Bildungs- und Erziehungsauftrag der Berufsschule

Die Berufsschule hat gemäß Art. 11 BayEUG die Aufgabe, den Schülerinnen und Schülern berufliche und allgemein bildende Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln. Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen dabei in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.

Die Aufgabe der Berufsschule konkretisiert sich in den Zielen,

- eine Berufsfähigkeit zu vermitteln, die Fachkompetenz mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbindet,
- berufliche Flexibilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in Arbeitswelt und Gesellschaft auch im Hinblick auf das Zusammenwachsen Europas zu entwickeln,
- die Bereitschaft zur beruflichen Fort- und Weiterbildung zu wecken,
- die Fähigkeit und Bereitschaft zu fördern, bei der individuellen Lebensgestaltung und im öffentlichen Leben verantwortungsbewusst zu handeln.

Zur Erreichung dieser Ziele muss die Berufsschule

- den Unterricht an einer für ihre Aufgabe spezifischen Pädagogik ausrichten, die Handlungsorientierung betont,
- unter Berücksichtigung notwendiger beruflicher Spezialisierung berufs- und berufsfeldübergreifende Qualifikationen vermitteln,
- ein differenziertes und flexibles Bildungsangebot gewährleisten, um unterschiedlichen Fähigkeiten und Begabungen sowie den jeweiligen Erfordernissen der Arbeitswelt und der Gesellschaft gerecht zu werden,
- auf die mit Berufsausübung und privater Lebensführung verbundenen Umweltbedrohungen und Unfallgefahren hinweisen und Möglichkeiten zu ihrer Vermeidung bzw. Verminderung aufzeigen.

Die Berufsschule soll darüber hinaus im allgemein bildenden Unterricht und soweit es im Rahmen berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf die Kernfragen unserer Zeit eingehen, wie

- Arbeit und Arbeitslosigkeit,
- friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung ihrer jeweiligen kulturellen Identität,
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen sowie
- Gewährleistung der Menschenrechte.

2 Ordnungsmittel und Stundentafeln

Ordnungsmittel

Den Lehrplanrichtlinien¹ liegen der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann für Dialogmarketing/Kauffrau für Dialogmarketing – Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2006 – und die Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Dialogmarketing/zur Kauffrau für Dialogmarketing vom 23. Mai 2006 (BGBl. I, Nr. 25, S. 1228 ff.) zugrunde.

Der Ausbildungsberuf Kaufmann für Dialogmarketing/Kauffrau für Dialogmarketing ist keinem Berufsfeld zugeordnet. Die Ausbildungszeit beträgt 3 Jahre.

¹ Lehrplanrichtlinien unterscheiden sich von herkömmlichen Lehrplänen darin, dass die Formulierungen der Lernziele und Lerninhalte aus den KMK-Rahmenlehrplänen im Wesentlichen unverändert übernommen werden.

Stundentafeln

Den Lehrplanrichtlinien liegen die folgenden Stundentafeln zugrunde:

Einzeltagesunterricht	1,5 Tage	1 Tag	1 Tag
<u>Fächer</u>	<u>Jgst. 10</u>	<u>Jgst. 11</u>	<u>Jgst. 12</u>
Religionslehre	1	1	1
Deutsch	1	1	1
Sozialkunde	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
	3	3	3
Englisch	1	1	1
Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	1,5	1	1
Prozesse im Dialogmarketing	8	4	2,5
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	<u>1,5</u>	-	<u>1,5</u>
	12	6	6
Zusammen	15	9	9

Blockunterricht	13 Block-	13 Block-	9 Block-
	wochen	wochen	wochen
<u>Fächer</u>	<u>Jgst. 10</u>	<u>Jgst. 11</u>	<u>Jgst. 12</u>
Religionslehre	3	3	3
Deutsch	3	3	3
Sozialkunde	3	3	3
Sport	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>2</u>
	11	11	11
Englisch	3	3	3
Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	4	5	5
Prozesse im Dialogmarketing	17	20	12
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	<u>4</u>	-	<u>8</u>
	28	28	28
Zusammen	39	39	39

Wahlunterricht²

² gemäß BSO in der jeweils gültigen Fassung

3 Leitgedanken für den Unterricht an Berufsschulen

Lernen hat die Entwicklung der individuellen Persönlichkeit zum Inhalt und zum Ziel. Geplantes schulisches Lernen erstreckt sich dabei auf vier Bereiche:

- Aneignen von bildungsrelevantem Wissen,
- Einüben von manuellen bzw. instrumentellen Fertigkeiten und Anwenden einzelner Arbeitstechniken, aber auch gedanklicher Konzepte,
- produktives Denken und Gestalten, d. h. vor allem selbstständiges Bewältigen berufstypischer Aufgabenstellungen,
- Entwickeln einer Wertorientierung unter besonderer Berücksichtigung berufsethischer Aspekte.

Diese vier Bereiche stellen Schwerpunkte dar, die einen Rahmen für didaktische und methodische Entscheidungen geben. Im konkreten Unterricht werden sie oft ineinander fließen.

Die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis ist das grundsätzliche didaktische Anliegen der Berufsausbildung. Für die Berufsschule heißt das: Theoretische Grundlagen und Erkenntnisse müssen praxisorientiert vermittelt werden und zum beruflichen Handeln befähigen. Neben der Vermittlung von fachlichen Kenntnissen und der Einübung von Fertigkeiten sind im Unterricht verstärkt überfachliche Qualifikationen anzubahnen und zu fördern.

Lernen wird erleichtert, wenn der Zusammenhang zur Berufs- und Lebenspraxis deutlich zu erkennen ist. Dabei spielen konkrete Handlungssituationen, aber auch in der Vorstellung oder Simulation vollzogene Operationen sowie das gedankliche Nachvollziehen und Bewerten von Handlungen eine wichtige Rolle. Methoden, die Handlungskompetenz unmittelbar fördern, sind besonders geeignet und sollten deshalb in der Unterrichtsplanung angemessen berücksichtigt werden. Handlungskompetenz wird verstanden als die Bereitschaft und Fähigkeit des Einzelnen, sich in gesellschaftlichen, beruflichen und privaten Situationen sachgerecht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungsorientierter Unterricht ist ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Dieses Konzept lässt sich durch unterschiedliche Unterrichtsmethoden verwirklichen. Die Auswahl der Unterrichtsmethoden orientiert sich an den aktuellen Empfehlungen der Unterrichtswissenschaften.

Im Unterricht ist zu achten auf

- eine sorgfältige und rationelle Arbeitsweise,
- Sparsamkeit beim Ressourceneinsatz,
- die gewissenhafte Beachtung aller Maßnahmen, die der Unfallverhütung und dem Umweltschutz dienen,
- sorgfältigen Umgang mit der deutschen Sprache in Wort und Schrift.

Im Hinblick auf die Fähigkeit, Arbeit selbstständig zu planen, durchzuführen und zu kontrollieren, sind vor allem die bewusste didaktische und methodische Planung des Unterrichts, die fortlaufende Absprache der Lehrer für die einzelnen Fächer bis hin zur gemeinsamen Planung fächerübergreifender Unterrichtseinheiten erforderlich. Darüber hinaus ist im Sinne einer bedarfsgerechten Berufsausbildung eine kontinuierliche personelle, organisatorische und didaktisch-methodische Zusammenarbeit mit den anderen Lernorten des dualen Systems sicherzustellen.

4 Verbindlichkeit der Lehrplanrichtlinien

Die Ziele und Inhalte der Lehrplanrichtlinien bilden zusammen mit den Prinzipien des Grundgesetzes für die Bundesrepublik Deutschland, der Verfassung des Freistaates Bayern und des Bayerischen Gesetzes über das Erziehungs- und Unterrichtswesen die verbindliche Grundlage für den Unterricht und die Erziehungsarbeit. Im Rahmen dieser Bindung trifft der Lehrer seine Entscheidungen in pädagogischer Verantwortung.

Die Inhalte der Lehrplanrichtlinien werden innerhalb einer Jahrgangsstufe in der Reihenfolge behandelt, die sich aus der gegenseitigen Absprache der Lehrkräfte zur Abstimmung des Unterrichts ergibt. Sind mehrere Lernfelder in einem Fach gebündelt, so ist deren Reihenfolge nicht verbindlich. Ebenso sind dann die Zeitrichtwerte der Lernfelder als Anregung gedacht.

5 Übersicht über die Fächer und Lernfelder

Einzeltagesunterricht

Jahrgangsstufe 10

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse

Die Ausbildung im Dialogmarketing mitgestalten 60 Std.

Prozesse im Dialogmarketing

Dienstleistungen im Dialogmarketing analysieren und vergleichen 60 Std.

Mit Kundinnen und Kunden kommunizieren 80 Std.

Simultan Gespräche führen, Datenbanken nutzen und Informationen verarbeiten 80 Std.

Kundinnen und Kunden im Dialogmarketing betreuen und binden 100 Std.

320 Std.

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg bewerten 60 Std.

Jahrgangsstufe 11

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse

Bestimmungsfaktoren der Kundennachfrage gestalten 40 Std.

Prozesse im Dialogmarketing

Kundinnen und Kunden gewinnen und Verkaufsgespräche führen 80 Std.

Projekte im Dialogmarketing vorbereiten, durchführen und dokumentieren 80 Std.

200 Std.

Jahrgangsstufe 12

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse

Personaleinsatz planen und Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter führen 40 Std.

Prozesse im Dialogmarketing

Die Qualität der Auftragsdurchführung überwachen und optimieren	40 Std.
Dienstleistungen der Dialogmarketingbranche vermarkten	<u>60 Std.</u>
	100 Std.

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Geschäftsprozesse im Dialogmarketing erfolgsorientiert steuern	60 Std.
--	---------

BlockunterrichtJahrgangsstufe 10**Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Die Ausbildung im Dialogmarketing mitgestalten	52 Std.
--	---------

Prozesse im Dialogmarketing

Dienstleistungen im Dialogmarketing analysieren und vergleichen	39 Std.
Mit Kundinnen und Kunden kommunizieren	65 Std.
Simultan Gespräche führen, Datenbanken nutzen und Informationen verarbeiten	52 Std.
Kundinnen und Kunden im Dialogmarketing betreuen und binden	<u>65 Std.</u>
	221 Std.

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg bewerten	52 Std.
--	---------

Jahrgangsstufe 11**Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Bestimmungsfaktoren der Kundennachfrage gestalten	65 Std.
---	---------

Prozesse im Dialogmarketing

Kundinnen und Kunden gewinnen und Verkaufsgespräche führen	130 Std.
Projekte im Dialogmarketing vorbereiten, durchführen und dokumentieren	<u>130 Std.</u>
	260 Std.

Jahrgangsstufe 12**Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Personaleinsatz planen und Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter führen	45 Std.
--	---------

Prozesse im Dialogmarketing

Die Qualität der Auftragsdurchführung überwachen und optimieren	45 Std.
Dienstleistungen der Dialogmarketingbranche vermarkten	<u>63 Std.</u>
	108 Std.

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Geschäftsprozesse im Dialogmarketing erfolgsorientiert steuern

72 Std.

6 Berufsbezogene Vorbemerkungen

Die Kaufleute für Dialogmarketing sind in Callcentern, in Servicecentern von Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen und in anderen dialogorientierten Organisationseinheiten tätig.

Die Zielformulierungen und Inhalte der Lernfelder der Lehrplanrichtlinien sind didaktisch-methodisch so umzusetzen, dass sie zur beruflichen Handlungskompetenz führen. Die Zielformulierungen beschreiben den Qualifikationsstand am Ende des Lernprozesses. Ergänzt durch die Inhalte umfassen sie den Mindestumfang der zu vermittelnden Kompetenzen. Sie integrieren auch den Umgang mit aktuellen Medien, moderner Bürokommunikation und berufsbezogener Software zur Informationsbeschaffung und Informationsverarbeitung. Hierfür ist ein Gesamtumfang von mindestens 80 Unterrichtsstunden berücksichtigt.

In den Lernfeldern der ersten beiden Ausbildungsjahre werden allgemeine Grundlagen der Ausbildung, des Dialogmarketings und der Kundenkommunikation vermittelt. Die Lernfelder des dritten Ausbildungsjahres thematisieren weitergehende betriebliche Handlungssituationen, die dem Ausbildungsprofil des Kaufmanns für Dialogmarketing/der Kauffrau für Dialogmarketing entsprechen.

Die Ausbildung der Servicefachkraft für Dialogmarketing stimmt mit den ersten beiden Ausbildungsjahren des Kaufmanns für Dialogmarketing/der Kauffrau für Dialogmarketing überein. Eine gemeinsame Beschulung der beiden Ausbildungsberufe Kaufmann/Kauffrau für Dialogmarketing und Servicefachkraft für Dialogmarketing in der 10. und 11. Jahrgangsstufe ist deshalb möglich.

Der Erwerb der im Rahmen des Bildungsauftrags geforderten Kompetenzen ist durch die Bearbeitung handlungsorientierter Aufgabenstellungen in allen Ausbildungsjahren für beide Berufe zu sichern. Eine ganzheitliche Sichtweise auf komplexe Probleme und die Erarbeitung zukunftsverträglicher Lösungen ist daher als durchgängiges Unterrichtsprinzip zu berücksichtigen.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz haben für die Kaufleute für Dialogmarketing eine besondere Bedeutung; deshalb ist während der gesamten Berufsausbildung ein Problembewusstsein dafür zu entwickeln. Insbesondere sind

- Grundsätze und Maßnahmen zur Vermeidung von Gesundheitsschäden und zur Vorbeugung von Berufskrankheiten zu beachten,
- Notwendigkeiten und Möglichkeiten einer von humanen und ergonomischen Gesichtspunkten bestimmten Arbeits- und Arbeitsplatzgestaltung zu berücksichtigen.

LEHRPLANRICHTLINIEN**BETRIEBS- UND GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE**

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	60 Std.
Die Ausbildung im Dialogmarketing mitgestalten	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler präsentieren den Ausbildungsbetrieb. Sie stellen den organisatorischen Aufbau und die für den Ausbildungsberuf wesentlichen Arbeitsprozesse dar. Sie erläutern dessen Rechtsform und grenzen diese von anderen ab. Sie setzen sich mit dem Unternehmensleitbild, der ökonomischen und ökologischen Zielsetzung sowie der gesamtwirtschaftlichen Verantwortung des Unternehmens auseinander.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler kennen die Aufgaben, Rechte und Pflichten der Beteiligten im dualen System der beruflichen Ausbildung und reflektieren diese kritisch. Unter Berücksichtigung von Arbeitszeitregelungen beurteilen sie die Bedeutung von Tarifverträgen und die Rolle der Sozialpartner. Sie sind mit den besonderen Anforderungen hinsichtlich der Sicherheit und Gesundheit ihres Arbeitsplatzes vertraut. Die Schülerinnen und Schüler gestalten unter Beachtung von Arbeits- und Umweltschutzbestimmungen, Unfallverhütungsvorschriften sowie unter Einbeziehung von Mitbestimmungsrechten ihren Arbeitsplatz. Sie nehmen Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte im Unternehmen wahr.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler haben einen Überblick über das System der sozialen Sicherung und ergreifen Maßnahmen zur privaten Vorsorge. Zur Informationsgewinnung bedienen sie sich informationstechnischer Systeme. Sie bearbeiten Aufgabenstellungen selbstständig und im Team und wenden problemlösende Methoden an.</p>	
Inhalte	
Lerntechniken und Arbeitsmethoden	
Rechtsformen (KG, GmbH)	
Entgeltabrechnung	
Jugendarbeitsschutz-, Mutterschutz-, Schwerbehindertengesetz	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	60 Std.
Dienstleistungen im Dialogmarketing analysieren und vergleichen	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler erkunden unter Verwendung aktueller Medien die Entwicklung des Dialogmarketings. Sie definieren den Begriff Dialogmarketing und grenzen ihn von traditionellen Marketinginstrumenten der Kommunikations- und Distributionspolitik ab.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler verschaffen sich einen Überblick über die Leistungen der Dialogmarketingbranche und unterscheiden entsprechende Formen der Kommunikation. Sie machen sich mit der wirtschaftlichen Bedeutung der Branche vertraut und ordnen sie in den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang ein.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler beschreiben das Leistungsspektrum ihres Ausbildungsbetriebes und vergegenwärtigen sich die unterschiedlichen Anforderungen im Spannungsfeld zwischen Auftraggeber und Kunde im Hinblick auf eine differenzierte Zielgruppenansprache. Unter Einsatz geeigneter Medien präsentieren sie ihre Ergebnisse. Sie verstehen sich als Dienstleister, erkennen mögliche Zielkonflikte und begreifen Kundenorientierung als Leitbild ihres beruflichen Handelns.</p>	
Inhalte	
Inbound, Outbound	
Inhouse, Outsourcing	
Direct Response	
Präsentationstechnik	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	80 Std.
Mit Kundinnen und Kunden kommunizieren	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler sind mit den unterschiedlichen kommunikativen Prozessabläufen im Dialogmarketing vertraut. Sie berücksichtigen bei allen zu führenden Kundendialogen grundlegende Erkenntnisse der Kommunikationspsychologie sowie rhetorische Techniken. Sie formulieren Texte, gestalten gemäß Auftraggebervorgaben zielgruppengerechte Gesprächsleitfäden und setzen diese situativ um.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler wissen um die Bedeutung von Körpersprache und Sprechausdruck bei Telefongesprächen. Sie setzen beides zielgerichtet im Dialog mit Kunden ein. Sie begreifen Sprecherziehung und Stimmbildung als einen fortlaufenden Prozess zum Ausbau und zur Erhaltung stimmlicher Leistungsfähigkeit sowie zur Gewährleistung einer dauerhaft wirkungsvollen Vermittlung von Gesprächsinhalten.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler nehmen während der Gesprächsführung bei Inbound- und Outbound-Gesprächen unterschiedliche Kundentypen und unterschiedliches Sprachverhalten wahr und nutzen situationsgerechte und effiziente Gesprächsführungstechniken. Sie wenden bei der Gesprächsannahme auch Fremdsprachenkenntnisse an. Sie identifizieren auftretende Konflikte, thematisieren diese kundenorientiert und unterbreiten lösungsorientierte Vorschläge.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler gehen positiv mit Stress um und beherrschen individuelle Stressbewältigungsstrategien.</p>	
Inhalte	
Kommunikationsmodelle	
Aktives Zuhören	
Ich-Botschaft	
Metakommunikation	
Feedback	
Umgang mit schwierigen Kunden	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	80 Std.
Simultan Gespräche führen, Datenbanken nutzen und Informationen verarbeiten	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler können gleichzeitig Gespräche führen, auf Datenbanken zugreifen sowie Informationen erfassen und verarbeiten.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler nutzen grundlegende Informations- und Kommunikationssysteme, die für die Erbringung einer Dienstleistung im Dialogmarketing notwendig sind. Dabei verwenden sie auch fremdsprachige Informationsquellen. Sie vergleichen branchenspezifische Kommunikationssysteme nach Leistungsfähigkeit und Einsatzbereichen.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler gehen mit Standardsoftware sicher um und übertragen diese Fertigkeiten exemplarisch auf ausgewählte branchentypische Kommunikationsplattformen. Sie nutzen relationale Datenbanken und beherrschen die effektive Dateneingabe und Datenpflege. Sie wissen um die Notwendigkeit, Daten zu sichern und zu schützen, und beachten rechtliche und betriebliche Regelungen zum Datenschutz.</p>	
Inhalte	
Multitasking	
Telefonie	
E-Mail	
Internet	
Stressbewältigungsstrategien	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	100 Std.
Kundinnen und Kunden im Dialogmarketing betreuen und binden	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler führen unter Anwendung von Produkt- und Kommunikationskenntnissen Beratungsgespräche zur Zufriedenheit der Kunden und Auftraggeber. Sie erkennen die Wünsche ihrer Kunden, erfassen Kunden- und Auftragsdaten und gestalten gleichzeitig das Beratungsgespräch. Hierbei nutzen sie informationstechnische Systeme zur Kundenbetreuung und -bindung. Sie disponieren Gesprächs-, Lieferungs- und Zahlungstermine und überprüfen die Bonität der Kunden. Im Gespräch berücksichtigen sie die Vorgaben der Auftraggeber.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler führen kompetent produktbezogene Beratungsgespräche sowie Kundenzufriedenheitsbefragungen durch. Sie regulieren Beschwerden und Reklamationen schnell und professionell, führen Haltegespräche nach Kündigungen und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse.</p>	
Inhalte	
Adressqualifizierung	
Kundenstatistiken	
Kundenbindungsinstrumente	
Kundenbeziehungsmanagement	

KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG UND KONTROLLE

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	60 Std.
Den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg bewerten	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler stellen den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg dar, indem sie die mit einem Projekt verbundenen Kosten und Erlöse erfassen und dokumentieren. Die entsprechenden Informationen entnehmen sie den Unterlagen des betrieblichen Rechnungswesens und externen Quellen. Dabei beachten sie betriebliche Regeln und Vorschriften. Sie stellen die Kosten den Erlösen gegenüber und beurteilen die Wirtschaftlichkeit eines Projekts. Sie bedienen sich kaufmännischer Rechenverfahren und nutzen geeignete Software als Dokumentations- und Informationsinstrument. Sie bearbeiten Geschäftsfälle anhand branchentypischer Belege unter Berücksichtigung der Umsatzsteuer.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die wirtschaftliche Situation ihres Unternehmens und halten diese Information aktuell. Sie entnehmen betrieblichen Informationsmedien Angaben über die Beziehungen von Unternehmen der Dialogmarketing-Branche zu Kunden und Auftraggebern, insbesondere zu den Informations-, Geld- und Werteflüssen. Sie erkennen die betriebswirtschaftliche und rechtliche Notwendigkeit einer systematischen Aufzeichnung von Daten und deren Bedeutung für den Erfolg des Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler können einfache Bilanzen lesen und vergleichen Ergebnisse einzelner Geschäftsjahre.</p>	
Inhalte	
Verschwiegenheitspflicht	
Inventur, Inventar, Bilanz	
Kommunikationstarife und -kosten	

BETRIEBS- UND GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	40 Std.
Bestimmungsfaktoren der Kundennachfrage gestalten	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler sind sich bewusst, welchen Einfluss die Dialogmarketing-Branche auf das Konsumverhalten der Bevölkerung ausüben kann. Sie beurteilen vor dem Hintergrund des Systems der sozialen Marktwirtschaft die Auswirkungen steuerpolitischer Maßnahmen von Tarifverhandlungen und Arbeitsmarktpolitik auf ihre berufliche Tätigkeit im Dialogmarketing. Sie beziehen dabei sowohl die Position ihres Unternehmens im nationalen, europäischen und globalen Wettbewerb wie auch ihre persönlichen beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten ein.</p> <p>Im Hinblick auf die wechselnden Anforderungen des Marktes reflektieren die Schülerinnen und Schüler ihre beruflichen Aufstiegs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten und kennen die wesentlichen Inhalte und Bestandteile eines Arbeitsvertrags. Sie entwickeln die Bereitschaft, ihre persönlichen und fachlichen Kompetenzen, auch im Bereich der Ökonomie und der Ökologie, zu erweitern und erkennen die Bedeutung lebenslangen Lernens für die berufliche und persönliche Entwicklung. Dabei nutzen sie geeignete Medien.</p>	
Inhalte	
Kooperation, Konzentration	
Interessengruppen, Lobbies	
Preisbildung, Inflation	
Magisches Viereck	
Informationsmedien	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	80 Std.
Kundinnen und Kunden gewinnen und Verkaufsgespräche führen	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler sind mit den Chancen und Risiken des telefonischen Direktvertriebs vertraut und bereiten Maßnahmen für die Kundengewinnung vor. Sie arbeiten mit Gesprächsleitfäden und beurteilen diese hinsichtlich ihrer Wirksamkeit und ihrer Umsetzbarkeit in ihren Unternehmen.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler ermitteln den Bedarf der Kunden, beraten und informieren sie situations- und fachgerecht über Angebote und Leistungen der Auftraggeber und bieten ihnen die entsprechenden Produkte an. Sie führen Verkaufsgespräche zielgerichtet unter Beachtung rechtlicher Rahmenbedingungen und verkaufpsychologischer Aspekte. Sie verwenden branchentypische Informationsquellen und berücksichtigen die Wünsche und Bedürfnisse verschiedener Kunden mit Blick auf den gestellten Auftrag. Sie schließen Verträge im Namen der Auftraggeber mit den Kunden ab; dabei beachten sie die rechtlichen Vorschriften.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler reagieren in den verschiedenen Situationen des Verkaufsgesprächs angemessen auf das Verhalten der Kunden. Hierbei wenden sie zielgerichtet die verschiedenen verbalen, paraverbalen und nonverbalen Ausdrucksmöglichkeiten am Telefon an.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler analysieren und bewerten die Prozessabläufe und schlagen bei Problemen Lösungsmöglichkeiten vor. Sie berücksichtigen den Zusammenhang zwischen Prozessqualität und Kundenzufriedenheit und setzen qualitätssichernde Maßnahmen um.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler organisieren ihr Lernen eigenständig und im Team.</p>	
Inhalte	
Kaufvertrag, Kaufvertragsstörungen	
Allgemeine Geschäftsbedingungen, Fernabsatzrecht, Regelungen zu Gewinnspielen und Haustürgeschäften, branchenspezifische Regelungen des UWG, Preisangabenverordnung	
Cross- und Up-Selling	
Einfache Kalkulation	
Phasen des Verkaufsgesprächs	
Kundentypen	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	80 Std.
Projekte im Dialogmarketing vorbereiten, durchführen und dokumentieren	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler realisieren im Rahmen bestehender Auftraggeberbeziehungen ein Projekt von der Projektidee bis zur Ergebnispräsentation. Basierend auf dem Briefing des Auftraggebers wirken sie bei der Formulierung von Projektzielen und -inhalten, der Erstellung von Projektplänen und bei der Entwicklung von Projekt-Teilaufgaben mit. Sie erstellen einen Projektstrukturplan und legen Ablauf, Termine und Ressourceneinsatz fest. Dabei arbeiten sie in Teams und greifen auf die unterschiedlichen Kompetenzen der Teammitglieder für die Projektarbeit zurück.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler verteilen Aufgaben, weisen Verantwortlichkeiten zu und unterstützen neue Teammitglieder bei der Einarbeitung. Sie gestalten Gesprächsleitfäden, richten die erforderlichen Informations- und Kommunikationsstrukturen ein, nutzen diese und berücksichtigen die Schnittstellen bei der Informationsweitergabe. Sie führen die Arbeitspakete durch, kontrollieren den Projektstatus durch Soll-Ist-Vergleich und entwickeln mögliche Lösungsalternativen.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler führen Arbeitszeitkonten und reagieren bei Abweichungen angemessen. Sie ermitteln die im Projekt angefallenen Kosten und Kennzahlen. Sie erstellen Projektstatistiken, werten sie aus, dokumentieren Abläufe und Ergebnisse und präsentieren diese. Sie führen eine Abschlussbewertung durch und arbeiten an der Auftragsabrechnung und am Abschlussbericht mit.</p>	
Inhalte	
Meilensteine	
Zeitmanagement	
Planungsinstrumente	
Machbarkeitsanalyse	
Konfliktlösung	
Berufsgenossenschaftliche Vorschriften	

BETRIEBS- UND GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	40 Std.
Personaleinsatz planen und Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter führen	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler führen unter Berücksichtigung personalwirtschaftlicher Ziele Aufgaben und Tätigkeiten des Personalwesens durch. Zur Sicherstellung der Leistungsfähigkeit des Unternehmens analysieren sie Mitarbeiterbestand und -struktur und wirken bei der Personalbedarfsermittlung und -einsatzplanung mit. Sie stellen Kriterien zur Bewerberauswahl zusammen und führen neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in das Unternehmen ein. Sie reflektieren und bewerten die Bedeutung von Arbeitsverträgen für die Ausgestaltung von Arbeitsverhältnissen und deren Beendigungen.</p> <p>Im Hinblick auf den auftragsorientierten Personaleinsatz entwickeln die Schülerinnen und Schüler Schichtpläne und berücksichtigen dabei personalrechtliche Regelungen aus dem Arbeits- und Sozialrecht, dem Tarifrecht sowie den Betriebsvereinbarungen. Sie stellen Kriterien für die Arbeitsbewertung und die Entgeltsysteme auf und berechnen Entgelte.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler wenden verschiedene Möglichkeiten der Mitarbeitermotivation an und entwickeln Anreizmodelle, um die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu steigern. Im Hinblick auf die Qualitätssicherung im Unternehmen konzipieren sie Vorschläge für die Aus-, Fort- und Weiterbildung, organisieren Schulungen und führen selbstständig Mitarbeiterbriefings durch.</p>	
Inhalte	
Führungsstile	
Management by objectives, Management by results	
Mitarbeitergespräch	
Konflikt- und Kritikgespräch	
Betriebsverfassungsgesetz	
Tarifvertragsparteien	
Voll- und Teilzeitbeschäftigte	
Freie und feste Mitarbeiter	
Zeitlohn, Prämienlohn	
Kündigungsschutz	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	40 Std.
Die Qualität der Auftragsdurchführung überwachen und optimieren	
Ziele Die Schülerinnen und Schüler entwickeln ein prozesshaftes Qualitätsverständnis und analysieren die Faktoren, die die Qualität der Dienstleistungen bestimmen. Sie definieren in ihrer Rolle als Teamleiterin oder Teamleiter Qualitätskriterien sowie adäquate Messgrößen und Messverfahren, die sowohl für das eigene Unternehmen als auch für die Auftraggeber eine objektive Einschätzung der Dienstleistungsqualität einzelner Projekte ermöglichen. Auf der Grundlage gewonnener Daten wenden die Schülerinnen und Schüler branchenübliche Methoden und Techniken zur Qualitätssicherung und -förderung an. Sie überwachen Projektabläufe und berücksichtigen dabei Beschwerden von Kunden und Auftraggebern. Sie führen in ihrer Rolle als Teamleiterin oder Teamleiter vor dem Hintergrund der gewonnenen Erkenntnisse Gespräche mit Mitarbeitern und Auftraggebern und entwickeln ein effizientes und einfaches Qualitätsmanagementsystem. Bei der Umsetzung der Qualitätssicherungsverfahren beteiligen sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, um die Akzeptanz für die geplanten Maßnahmen zu erhöhen.	
Inhalte Ergebnis- und Prozessqualität Feedback-Gespräche Coaching Branchenspezifische Zertifizierung	

PROZESSE IM DIALOGMARKETING

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	60 Std.
Dienstleistungen der Dialogmarketingbranche vermarkten	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler erkunden den Markt für Dienstleistungen im Dialogmarketing und informieren sich über aktuelle Entwicklungen. Sie ermitteln Auftraggeberwünsche und verschaffen sich einen Überblick über die Dienstleistungen und Konditionen der Wettbewerber. Sie werten Marktinformationen aus und wirken auf dieser Grundlage an der zielgruppenorientierten Entwicklung des Dienstleistungsangebotes, an der Planung und Umsetzung von verkaufsfördernden Maßnahmen sowie an der Erarbeitung von Projektkonzepten mit.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler erstellen auf der Basis von Auftraggeberbriefings Angebote für Dienstleistungen im Dialogmarketing und entwickeln diesbezügliche Verkaufsargumente, auch in einer Fremdsprache. Sie präsentieren den Auftraggebern Angebote. Die Schülerinnen und Schüler arbeiten bei der Vertragsanbahnung und beim Vertragsabschluss unter Beachtung rechtlicher Vorschriften mit.</p>	
Inhalte	
Marketingmix	
Auftraggeberakquisition	
Verhandlungsführung	
Präsentationstechniken	
Werkvertrag, Dienstvertrag	
Allgemeine Geschäftsbedingungen	

KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG UND KONTROLLE
Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	60 Std.
Geschäftsprozesse im Dialogmarketing erfolgsorientiert steuern	
Ziele	
<p>Die Schülerinnen und Schüler ermitteln unter Zuhilfenahme der Voll- und Teilkostenrechnung die für den Projekt- und Betriebserfolg relevanten Zahlen. Auf der Grundlage dieser Zahlen kalkulieren sie unternehmenstypische Leistungen und erstellen Leistungsabrechnungen. Sie nutzen geeignete Software, um Daten für die Planung, Steuerung und Kontrolle zukünftiger Projekte aufzubereiten und zu präsentieren.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler ermitteln aus den Daten der Geschäftsbuchführung und der Kosten- und Leistungsrechnung branchenspezifische Kennzahlen, bewerten diese und leiten daraus Entscheidungen für die zukünftige Unternehmensausrichtung ab.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler werten Geschäftsstatistiken aus, indem sie Soll-Ist-Vergleiche durchführen. Sie stellen mögliche Ursachen für Planabweichungen dar und erläutern die Bedeutung einer Wirtschaftlichkeitskontrolle für den Projekt- und Betriebserfolg. Sie interpretieren die ausgewerteten Geschäftsstatistiken und entwickeln entsprechende Maßnahmen zur Optimierung betrieblicher Prozesse.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler wirken bei der Erstellung eines Jahresabschlusses mit. Sie analysieren relevante Daten des Jahresabschlusses und erkennen die Bedeutung von Bewertungsentscheidungen für den Unternehmenserfolg.</p>	
Inhalte	
Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung	
Abgrenzungstabelle	
Gemeinkostenzuschlagssätze	
Finanzplan, Liquidität 1. und 2. Grades	
Cashflow	
Eigenkapital-, Gesamtkapital- und Umsatzrentabilität	
Branchenvergleich	

ANHANG

Mitglieder der Lehrplankommission:

Clemens Binder
Oskar Fischer
Hans Niedermaier
Dr. Marko Hunger

Berufliches Schulzentrum Forchheim
Staatl. BS Regen
Berufliches Schulzentrum Forchheim
ISB, München