

Fit für das Büromanagement - Band 2

Arbeitsbuch mit Lernarrangements
für die berufliche Praxis

Lehrerhandbuch

1. Auflage 2015
Copyright © 2015

by Sol-Verlag GmbH, Düsseldorf
www.sol-verlag.de

Text: Brämer/Aubertin/Bach
ISBN 978-3-942264-42-6 (Bestellnummer 426)

Druck: Caritas Werkstätten, St. Anna, 56766 Ulmen

Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne Einwilligung des Verlages eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für die Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.



Einstieg in die Lernsituationen	1
Mögliche Schülerlösungen	1
Reflexion des Lernzuwachses	1
Lernfeld 5 – Kunden akquirieren und binden	2
5.1 Lernsituation: Marktforschung betreiben, um Werbemaßnahmen zu empfehlen	2
5.1.1 Lernaufgabe	2
Wie schaffen Sie eine langfristige Kundenbindung?	2
5.1.2 Lernaufgabe	4
Wie ermitteln Sie die geeignete Zielgruppe für Ihr Produkt?	4
5.1.3 Lernaufgabe	5
Wie kommen Sie mithilfe eines quantitativ erstellten Fragebogens zu einem aussagekräftigen Ergebnis?	5
5.1.4 Lernaufgabe	8
Wie erweitern Sie mithilfe einer qualitativen Befragung die quantitativ vorliegenden Ergebnisse?	8
5.1.5 Lernaufgabe	10
Welche Marktforschungsmethoden helfen Ihnen, die Intensität der Werbemaßnahme festzulegen und zu begründen?	10
5.1.6 Lernaufgabe	10
Wodurch zeichnen sich Marktforschungsmethoden aus, die geeignet sind, eine Produktneueinführung zu empfehlen oder zu verwerfen?	10
5.2 Lernsituation:- Produktgenauen Marketing-Mix zusammenstellen	11
5.2.1 Lernaufgabe	11
Welche Anpassungen sind im Laufe der Zeit beim Bürostuhl erforderlich, damit dieser weiterhin erfolgreich verkauft wird?	11
5.2.2 Lernaufgabe	13
Welche Strategien beachten Sie bei der Festlegung des Produktpreises?	13
5.2.3 Lernaufgabe	15
Wie kommt das Produkt zum Käufer?	15
5.2.4 Lernaufgabe	17
Welche Strategien wenden Sie für Ihr Werbevorhaben an?	17
5.2.5 Lernaufgabe	19
Welche ökonomisch sinnvollen Marketingmaßnahmen eignen sich für die Einführung des gasgefederten Bürostuhls?	19
5.2.6 Lernaufgabe	20
Wie organisieren Sie eine verkaufsfördernde Werbemaßnahme, um Imagepflege für die Büromöbel Hauser & Schulte GmbH zu betreiben?	20
Lernfeld 6 – Werteströme erfassen und beurteilen	22
6.1 Lernsituation: Buchführung systematisch organisieren	22
6.1.1 Lernaufgabe	22
Welche Teilbereiche weist das betriebliche Rechnungswesen auf?	22
6.1.2 Lernaufgabe	23
Welche Arbeitsschritte löst ein Beleg aus?	23
6.1.3 Lernaufgabe	25
Welche Bedeutung hat die Inventur für ein Unternehmen?	25
6.1.4 Lernaufgabe	25
Wie ist eine Bilanz aufgebaut?	25
6.1.5 Lernaufgabe	26
Welche Aussagen sind aus einer Bilanz abzulesen?	26

6.1.6	Lernaufgabe	27
	Wie verändert sich eine Bilanz?	27
6.1.7	Lernaufgabe	30
	Wieso ist die Bilanz Grundlage der Konten?	30
6.1.8	Lernaufgabe	30
	Wie funktioniert das System der Umsatzsteuer?	30
6.1.9	Lernaufgabe – Reflexion	31
	Welches System erkennen Sie in der Buchführung?	31
6.2	Lernsituation: Buchungen im Absatz- und Beschaffungsbereich durchführen	32
6.2.1	Lernaufgabe	32
	Wie erfolgt die Abwicklung des Absatzbereiches buchhalterisch korrekt?	32
6.2.2	Lernaufgabe	36
	Wie erfolgt die Abwicklung des Beschaffungsbereiches buchhalterisch korrekt?	36
6.2.3	Lernaufgabe	37
	Welche buchhalterischen Auswirkungen haben nachträgliche Minderungen des Bezugspreises?	37
6.2.4	Lernaufgabe – Reflexion	41
	Wodurch zeichnen sich die Beschaffungs- und Absatzwirtschaft aus?	41
6.3	Lernsituation: Buchhalterische Wertminderung von Anlagegütern erfassen	42
6.3.1	Lernaufgabe	42
	Wie errechnen sich die Anschaffungskosten von Gegenständen des Anlagevermögens?	42
6.3.2	Lernaufgabe	45
	Wozu dienen betriebliche Abschreibungen?	45
6.3.1	Lernaufgabe – Reflexion	48
	Wodurch ist die Anlagenwirtschaft eines Unternehmens gekennzeichnet?	48
6.4	Lernsituation: Jahresabschluss erstellen und analysieren	48
6.4.1	Lernaufgabe	49
	Wie werden Geschäftsfälle zeitlich korrekt erfasst?	49
6.4.2	Lernaufgabe	53
	Wie werden unbekannte Sachverhalte buchhalterisch korrekt erfasst?	53
6.4.3	Lernaufgabe	55
	Welche Bewertungsrichtlinien sind bei der Wertfeststellung einzelner Bilanzpositionen zu beachten?	55
6.4.4	Lernaufgabe	58
	Wie analysieren und beurteilen Sie den Jahresabschluss einer Unternehmung?	58
6.4.5	Lernaufgabe – Reflexion	59
	Welche Aufgaben gehören zur Auswertung eines Jahresabschlusses?	59
6.5	Lernsituation: Lohnbuchhaltung buchhalterisch korrekt durchführen	59
6.4.1	Lernaufgabe:	59
	Wie werden Lohn- bzw. Gehaltsabrechnungen korrekt abgewickelt?	59
Lernfeld 7 – Gesprächssituationen gestalten		61
7.1	Lernsituation: Gespräche problemlösend und kundenorientiert führen	61
7.1.1	Lernaufgabe	61
	Welche Gesprächstechniken benötigen Sie für eine zielführende Kommunikation?	61
7.1.2	Lernaufgabe	65
	Wie führen Sie kundenorientierte Beratungsgespräche durch?	65
7.1.3	Lernaufgabe	67
	Wie begegnen Sie Kunden aus fremden Ländern stilvoller und professionell und kommunizieren mit ihnen gewandt in fremder Sprache?	67

7.1.4	Lernaufgabe Wie verhalten Sie sich kundenorientiert in einem Beschwerde- oder Reklamationsgespräch?	69 69
7.1.5	Lernaufgabe Was beinhaltet ein Nachschlagewerk „Umgang mit Kunden in Konfliktsituationen“?	71 71
7.1.6	Lernaufgabe Wie gestalten Sie betriebliche Gesprächssituationen, um angemessen und sachgerecht mit Geschäftspartnern zu verhandeln?	72 72

Lernfeld 8 – Personal bedarfsorientiert beschaffen **73**

8.1 Lernsituation: Personal bedarfsorientiert beschaffen **73**

8.1.1	Lernaufgabe Welche Aufgaben übernimmt die Personalabteilung?	73 73
8.1.2	Lernaufgabe Welches Personal benötigt die Büromöbel Hauser & Schulte GmbH im kommenden Halbjahr?	74 74
8.1.3	Lernaufgabe Welche Wege der Personalbeschaffung eignen sich für die Einstellung eines/einer fachlich und sozial kompetenten Kaufmanns/-frau für Büromanagement?	76 76
8.1.4	Lernaufgabe Wie erstellen Sie erfolgreiche Bewerbungsunterlagen?	78 78
8.1.5	Lernaufgabe Welche Maßnahmen eignen sich, um den passenden Mitarbeiter zu finden?	81 81
8.1.6	Lernaufgabe Welche Aufgaben gehören zur Personalbeschaffung, um kompetente Mitarbeiter zur Verfügung zu haben?	82 82

8.2 Lernsituation: Personal rechtskonform verwalten **83**

8.2.1	Lernaufgabe Welche Formalitäten fallen bei einer Neueinstellung an?	83 83
8.2.2	Lernaufgabe Wie ermitteln Sie das Brutto-/Nettoentgelt?	84 84
8.2.3	Lernaufgabe Welche arbeitsrechtlichen Termine und Fristen sind zu überwachen, damit keine Unannehmlichkeiten entstehen?	86 86
8.2.4	Lernaufgabe Wie erstellen Sie eine Personalstatistik?	87 87
8.2.5	Lernaufgabe – Reflexion Welche Aufgaben fallen der Personalverwaltung zu?	87 87

8.3 Lernsituation: Personal fördern und motivieren **92**

8.3.1	Lernaufgabe Welche Maßnahmen eignen sich für die Förderung/Motivation der Mitarbeiter?	92 92
8.3.2	Lernaufgabe Welche Förder- bzw. Motivationsmaßnahmen könnten Sie sich für sich selbst vorstellen?	92 92

8.4 Lernsituation: Arbeitsverhältnis beenden **94**

8.4.1	Lernaufgabe Welchen Stellenwert nimmt ein Arbeitszeugnis ein – welche Rechte hat ein Arbeitnehmer?	94 94
8.4.2	Lernaufgabe Wie verhält sich die Büromöbel Hauser & Schulte GmbH rechtlich korrekt, wenn sich Mitarbeiter falsch verhalten?	95 95
8.4.3	Lernaufgabe Wie werden Arbeitsverhältnisse im Sinne der Mitarbeiter rechtlich korrekt beendet?	96 96

Einstieg in die Lernsituationen

Die Lernsituationen beginnen jeweils mit einem **Arbeitsplan** mit den zu erreichenden Kompetenzen, Inhalten, Methoden/Lernstrategien und einem ungefähren Zeitanatz.

Das **Warm-up** dient als vorbereitende Organisationshilfe für selbstorganisierte Lernprozesse. Der Lernende soll den Lernstoff im Kontext sehen und neue Informationen in sein bestehendes Wissen integrieren. Er erhält schnell einen Überblick, welches Vorwissen er aktivieren muss, um den Lernstoff möglichst effizient zu bearbeiten. Die Leitfragen zum Einstieg dienen zur Lernanbahnung. Mithilfe von Brainstorming, Kartenabfrage oder Klassengesprächen können die Lernenden ihr Vorwissen und ihre Erwartungen zur Lernsituation äußern.

Beim Warm-up kann nichts Falsches von den Lernenden genannt werden. Gegebenenfalls werden die Lernenden darauf hingewiesen, dass sie ihre Antworten in ganzen Sätzen formulieren sollen. So legen Sie einen Grundstein für die Förderung der Kommunikationskompetenz. Genauso ist bei der Kartenabfrage zu beachten, dass die Lernenden die Medienkarten anpinnen, sich zur Klasse wenden und in einem vollständigen Satz einen Kommentar dazu abgeben.

Beim Beschriften der Medienkarten sollen die Schüler Schlagwörter notieren, die Medienkarten in Druckschrift, und zwar mit Groß- und Kleinbuchstaben, beschriften und ausreichend groß schreiben (ca. 5 cm). Die Medienkärtchen sollten thematisch sortiert werden (clustern). Gleiche Schlagwörter werden nicht verworfen, sondern übereinandergepinnt, um jeden Beitrag zu honorieren.

Bei einem Klassengespräch gibt es verschiedene Vorgehensweisen: Die Lernenden können zum Beispiel aufgefordert werden, aus den Fragewörtern oder ihren eigenen Erfahrungen einen zusammenhängenden Beitrag zu formulieren, oder durch Zuwurf eines Balls können sich die Lernenden spontan zu den Begriffen äußern.

Mögliche Schülerlösungen

In diesem Heft sind mögliche Schülerergebnisse mit  gekennzeichnet.

Reflexion des Lernzuwachses

Jede Lernsituation schließt mit einer Reflexion ab. Die Schüler reflektieren ihren Lernfortschritt und motivieren sich wieder mit dem neuerworbenen Lernzuwachs. Durch die Wiederholung der Fachkompetenz und des Bewusstwerdens des zurückliegenden Lernprozesses der einzelnen Lernaufgaben festigt sich intensiv das Gelernte. Außerdem stecken die Lernenden sich neue Ziele, um ihr persönliches Weiterkommen zu erreichen.

Die Vorgehensweise wird ausführlich in der Lernaufgabe 1.1.6 beschrieben und sollte in diesem Stil durchgängig ausgeführt werden. Nach jeder Lernsituation werden die Lernenden in einer separaten Lernaufgabe aufgefordert, mithilfe des Arbeitsplanes der jeweiligen Lernsituation den Lernzuwachs zu reflektieren.

Nach der ersten Reflexion ist es sinnvoll und hilfreich für die Schüler, ein oder mehrere gut gelungene Ergebnisse mit Einverständnis des jeweiligen Schülers vorlesen zu lassen. Somit erhalten die Mitschüler Anregungen für ihre nächste Reflexion.

5.1 Lernsituation: Marktforschung betreiben, um Werbemaßnahmen zu empfehlen

Warm-up

Zu Beginn des gesamten Themengebietes „Marketing“ ist es sinnvoll, den Lernenden zu zeigen, welchen Wandel die Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer einerseits genommen hat. Andererseits aber auch wie alltäglich die sich daraus ergebenden Konsequenzen für uns sind, wie beispielsweise das intensive Umwerben des Kunden. Um ein Bewusstsein für beide Bereiche zu schaffen, gehen die Lernenden zunächst arbeitsteilig vor. Ein Schwerpunkt dieser Lernaufgabe soll in der Plenumsdiskussion bestehen, bei der die Lernenden konkrete Beispiele finden, um so die Merkfähigkeit zu verbessern und das Bewusstsein zu intensivieren.

5.1.1 Lernaufgabe

Wie schaffen Sie eine langfristige Kundenbindung?

1. und 2. Arbeitsschritt

Die Lernenden lesen in Partnerarbeit entweder den Abschnitt „Vom Verkäufer- zum Käufermarkt“ oder die „Kundenbindung“. Jeder bereitet die Lerninhalte optisch auf, um sie seinem Tandempartner entsprechend vorzustellen. Über den mündlichen Austausch hinaus ergänzt jeder Lernende seine Unterlagen durch entsprechende Notizen.



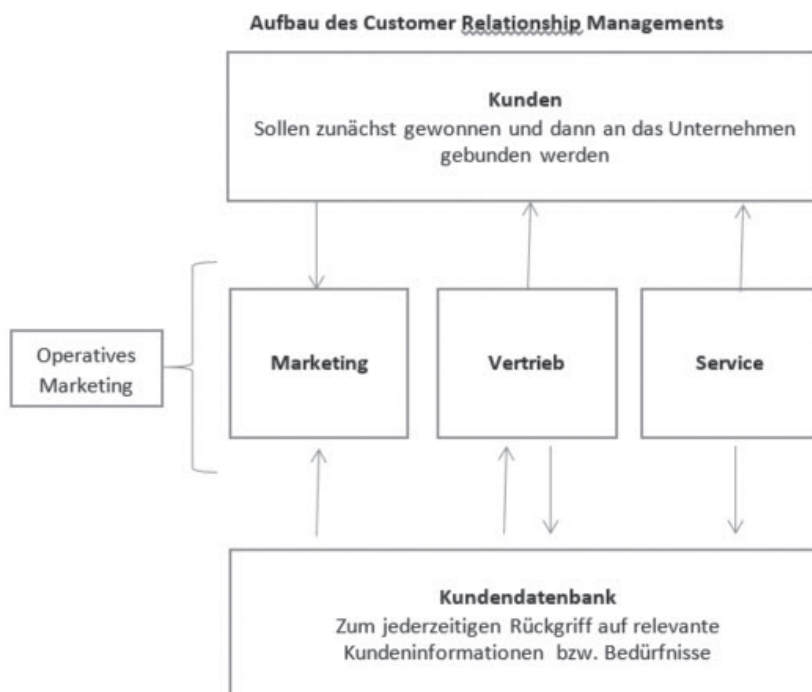
Mögliche Lösung „Vom Käufer- zum Verkäufermarkt“

Merkmal	Verkäufermarkt	Käufermarkt
	früher: bis ca. nach dem 2. Weltkrieg	heute
Verhältnis von Angebot und Nachfrage	Nachfrage > Angebot, d. h. - Anbieter hatten die stärkere Marktposition	Nachfrage < Angebot, d. h. Nachfrager haben die stärkere Marktposition
Merkmal der Wirtschaft	Knappheitswirtschaft bzw. ungesättigte Märkte Nachfrager standen Schlange Engpass war die Produktion der Produkte	Überflusswirtschaft bzw. gesättigte Märkte Technisch ausgereifte, fast homogene Produkte Engpass ist der Absatz (Verkauf)
Herausforderung an die Unternehmen	Herstellung des Produktes mit dem Ziel der Ausweitung der Produktionskapazität, um die Nachfrage künftig befriedigen zu können	Nachfrage bzw. Bedürfnisse bei den Kunden zu wecken, um Absatz des Produktes zu erreichen

Mögliche Lösung „Kundenbindung (CRM)“



3. und 5. Arbeitsschritt



Im Plenum stellt mindestens ein, z. B. mithilfe des Losverfahrens gewähltes Tandem seine Arbeitsergebnisse vor. Die übrigen hören aufmerksam zu und korrigieren bzw. ergänzen gegebenenfalls. Nach der Kurzpräsentation tauschen sich die Lernenden insbesondere über aktuelle Beispiele von Unternehmen aus, wie diese versuchen Bedürfnisse bei den Kunden zu wecken und eine langfristige Kundenbindung zu erzielen.

6. und 7. Arbeitsschritt

Die Lernenden ergänzen ihre Unterlagen um fehlende Beispiele und recherchieren im Internet weitere Maßnahmen, die Unternehmen versuchen als Wettbewerbsvorteil einzusetzen, um Kunden zu gewinnen und insbesondere zu halten. Dafür bieten sich z. B. Elektrofachmärkte, Smartphoneanbieter, im Generellen Unternehmen mit einer hohen Servicebereitschaft an.

8. und 10. Arbeitsschritt

In Partnerarbeit tauschen die Lernenden sich aus, welche Merkmale sie bei den verschiedenen Unternehmen ermittelt haben, auch, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede sie festgestellt haben. Anschließend erstellen sie einen Maßnahmenkatalog für die Teamsitzung zusammen und bereiten sich auf die Präsentation vor.

11. und 13. Arbeitsschritt

Der Katalog wird begründet vorgestellt, konstruktiv kritisiert und ergänzt. Um das Bewusstsein der Lernenden für den Konkurrenzkampf nach Kunden zu schärfen, ist es denkbar, ihre individuelle Meinung in den Vordergrund zu stellen, beispielsweise darüber abzustimmen, bei welchem Unternehmen sie persönlich kaufen würden und warum.