

Lernfeld 5: Leistungsangebot erstellen und Werbekonzeption entwickeln

1	Das Leistungsangebot erstellen	10
1.1	Das Leistungsprogramm analysieren	11
1.1.1	Die Istanalyse	11
1.1.2	Die Stärken-Schwächen-Analyse	18
1.2	Preise und Mitgliedsbeiträge zielgruppengerecht gestalten	22
2	Ein Werbekonzept entwerfen	26
2.1	Die Werbung planen	26
2.1.1	Werbung als kommunikativer Prozess	26
2.1.2	Die Phasen des Werbeprozesses	30
2.1.3	Die Werbeziele	31
2.1.4	Das Werbebudget	34
2.1.5	Die Zielgruppen	36
2.1.6	Die Werbebotschaft	36
2.1.7	Die Werbemittel und Werbeträger	39
2.1.8	Die Werbeintensität und das Streugebiet	40
2.1.9	Die Werbeerfolgskontrolle	42
2.2	Werberechtliche Bestimmungen beachten – das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb	43
2.3	Dimensionen der Planung von Marketingstrategien unterscheiden	45
2.4	Die Möglichkeiten und Grenzen der Umsetzung einer Werbekonzeption am Beispiel erörtern	48
2.4.1	Ziele des Unternehmens	48
2.4.2	Die Saisons eines Fitnessstudios	48
2.4.3	Auswahl einer Saison	49
2.4.4	Bestimmung des Marketingbudgets	49
2.4.5	Zeitplanung der Aktionen	50
2.4.6	Auswahl der Werbeträger	50
2.4.7	Beschreibung der Marketingaktivitäten	51
2.4.8	Organisationsplanung für die einzelnen Marketingaktionen	53
2.4.9	Kostenplanung der Marketingaktivitäten	54

Lernfeld 6: Sachleistungen beschaffen

1	Kaufverträge abschließen und die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien beachten	57
1.1	Rechtliche Grundlagen des Vertragsrechts beachten	58
1.1.1	Willenserklärungen und Rechtsgeschäfte überblicken	58

1.1.2	Die Rechts- und Geschäftsfähigkeit anwenden	60
1.1.3	Sachen und Rechte unterscheiden	64
1.1.4	Eigentum und Besitz analysieren	65
1.2	Verträge vorbereiten und abschließen	69
1.2.1	Die Vertragsfreiheit	70
1.2.2	Wichtige Verträge im Wirtschaftsleben	71
1.2.3	Nichtigkeit und Anfechtung von Verträgen	74
1.3	Kaufverträge abschließen und die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien beachten	77
1.3.1	Entstehung eines Kaufvertrages	77
1.3.2	Pflichten aus dem Kaufvertrag	84
1.3.3	Kaufvertragsarten	88
1.3.4	Rahmenverträge	90
2	Angebote für Sachleistungen vergleichen und geeignete Lieferanten bestimmen	93
	Bearbeitungshinweis – Karikaturen analysieren	94
2.1	Den Bedarf an Sachleistungen ermitteln	94
2.1.1	Der Bedarf	95
2.1.2	Die ABC-Analyse	98
2.1.3	Bestandsarten und Lagerkennzahlen	103
2.1.4	Die Lagerhaltung	108
2.1.5	Lagerarten	110
2.2	Eine Lieferantenauswahl durchführen	113
2.2.1	Die Einkaufskalkulation	114
2.2.2	Die Lieferantenbeurteilung mittels einer Nutzwertanalyse	115
2.3	Sachleistungen bestellen und die Bestellung überwachen	118
2.3.1	Die optimale Bestellmenge	118
2.3.2	Lieferterminüberwachung und Wareneingangskontrolle	120
3	Geschäftsbriefe gemäß DIN erstellen	123
4	Geeignete Zahlungsarten bei der Beschaffung auswählen	130
4.1	Eine Rechnungsprüfung durchführen	131
4.2	Grundlagen des Zahlungsverkehrs erläutern	131
4.2.1	Die Barzahlung	132
4.2.2	Die halbbare Zahlung	133
4.2.3	Die bargeldlose Zahlung	134
4.3	Den Zahlungsverzug bearbeiten	139
4.3.1	Das außergerichtliche Mahnverfahren	139
4.3.2	Das gerichtliche Mahnverfahren	140

5	Beschaffungs-, Verkaufs- und Zahlvorgänge buchen	142
5.1	Die Beschaffung und den Verkauf von Waren buchen.	143
5.1.1	Das gemischte Warenkonto	143
5.1.2	Warenbestand, Wareneinkauf und Warenverkauf	145
5.1.3	Bezugskosten und Rücksendungen	148
5.1.4	Nachlässe und Boni	152
5.1.5	Skontobuchungen	154
5.2	Die Beschaffung von Betriebsmitteln buchen	158
5.2.1	Die Beschaffung von Betriebsmitteln.	158
5.2.2	Die planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen	160
5.2.3	Die außerplanmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen	167
5.2.4	Geringwertige Wirtschaftsgüter	168

Lernfeld 7: Dienst- und Sachleistungen anbieten

1	Die Grundlagen der Kommunikation kundenorientiert anwenden	173
1.1	Die Kommunikationsbereiche unterscheiden.	175
1.1.1	Die nonverbale Kommunikation	177
1.1.2	Die paraverbale Kommunikation	186
1.1.3	Die verbale Kommunikation	191
1.2	Die Rollen in der Kommunikation reflektieren	195
1.3	Kommunikationsmodelle.	199
1.3.1	Die Kommunikationssituation	200
1.3.2	Bedeutungen einer Nachricht	202
1.4	Ich-Botschaften formulieren und aktiv zuhören.	207
2	Das Verkaufsgespräch kundenorientiert führen	213
2.1	Kundenansprüche und Kaufmotive identifizieren	213
2.2	Die Phasen des Verkaufsgesprächs gestalten	218
2.2.1	Die Vorbereitungsphase – Einstimmung und vorhandene Kundendaten nutzen.	218
2.2.2	Die Gesprächseröffnung – Vertrauen bilden	219
2.2.3	Die Bedarfsanalyse – Kundenwünsche erfragen.	220
2.2.4	Produkt- oder Dienstleistungspräsentation – Präsentation des Angebots. Methodischer Hinweis – Rollenspiel.	221 225
2.2.5	Die Einwandbehandlung – Befürchtungen des Kunden ernst nehmen	227
2.2.6	Abschlussphase – Kaufbestätigung und Verabschiedung.	230
2.2.7	Nachbereitung – Reflexion des Verkaufsgesprächs	231
2.3	Die Inhalte des Verkaufsgesprächs vorbereiten	233
2.3.1	Die Beitragsgestaltung	233

2.3.2	Dienstleistungen und Waren anbieten.	234
2.3.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen und Vereinssatzung	234
2.3.4	Qualitätssicherungssysteme und Zertifikate als Verkaufsargument	236
3	Das Konflikt- und Beschwerdemanagement kundengerecht durchführen	245
3.1	Das Beschwerde- bzw. Reklamationsgespräch führen	245
3.1.1	Die richtige Fragetechnik im Beschwerde- und Reklamationsgespräch	250
3.2	Kunden langfristig binden.	252
3.3	Mitglieder zurückgewinnen.	255

Lernfeld 8: Sportliche und außersportliche Veranstaltungen organisieren

1	Sportliche und außersportliche Veranstaltungen planen.	259
1.1	Das Projektmanagement als Planungshilfe anwenden	260
1.1.1	Die Projektdefinition	262
1.1.2	Die Projektplanung	264
1.1.3	Die Projektdurchführung und der Projektabschluss	268
1.2	Organisatorische, technische und rechtliche Rahmenbedingungen beachten .	269
1.2.1	Organisationsplanung sportlicher und außersportlicher Veranstaltungen	270
1.2.2	Rechtliche Planung sportlicher und außersportlicher Veranstaltungen	270
1.2.3	Technische Planung sportlicher und außersportlicher Veranstaltungen	277
1.3	Sportliche und außersportliche Veranstaltungen kalkulieren	278
2	Sportliche und außersportliche Veranstaltungen durchführen	282
2.1	Mit Kooperationspartnern kommunizieren	283
2.2	Informationsmaterial für die Öffentlichkeit erstellen	284
2.3	Einen geeigneten Versicherungsschutz auswählen	285
2.4	Einen Personaleinsatzplan konzipieren	287
2.5	Aufbau, Ablauf und Abbau am Veranstaltungstag durchführen.	287
3	Sportliche und außersportliche Veranstaltungen nachbereiten	289
3.1	Die kurzfristige Nachbereitung durchführen	291
3.2	Die Veranstaltung zukunftsorientiert analysieren.	292
	Aufstellung interessanter Internetseiten	296
	Bildquellenverzeichnis	299
	Sachwortverzeichnis	300