

Inhaltsverzeichnis

Lernfeld 8

Geschäftsprozesse erfassen und kontrollieren

Zugehörige Lernsituationen
im Arbeitsbuch 2

Lernsituation 55	1 Vom Inventar zur Bilanz	10
	1.1 Bilanzauswertung mit Hilfe von Kennzahlen	12
	1.2 Beispiel für einen Bilanzvergleich	13
	ALLES KLAR?	17
	2 Geschäftsprozesse erfassen und dokumentieren	18
	2.1 Betriebliche und rechtliche Notwendigkeiten	19
Lernsituation 56	2.2 Belege als Grundlage der Dokumentation	21
	2.2.1 Belegarten	21
	2.2.2 Erfassen der Belege im Journal	23
Lernsituation 57	2.3 Auswirkung der Geschäftsvorfälle auf die Bilanzwerte	24
	ALLES KLAR?	26
	3 Gewinn- und Verlustrechnung	28
Lernsituation 58	3.1 Ermittlung des Unternehmenserfolgs	30
	3.1.1 Aufbau der Gewinn- und Verlustrechnung	30
	3.1.2 Erfolgsermittlung durch Eigenkapitalvergleich	31
Lernsituation 59	3.2 Erfolg durch den Verkauf von Waren	32
	ALLES KLAR?	36
	4 Analyse des Unternehmenserfolgs	38
Lernsituation 60	4.1 Erfolgsanalyse mit Hilfe von Kennzahlen	38
	4.1.1 Umsatzrentabilität/Umsatzrendite	38
	4.1.2 Eigenkapitalrentabilität	39
	4.1.3 Weitere Umsatzkennziffern	40
Lernsituation 61	4.2 Erfolgsanalyse – grafisch darstellen	42
	4.2.1 Diagrammtypen	42
	4.2.2 Auswertung einer Grafik	46
	ALLES KLAR?	49
Exkurs	Exkurs Technik der doppelten Buchführung	51
	1 Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz	51
	2 Der Buchungssatz	54
	3 Erfolgswirksame Geschäftsvorfälle	55
	4 Buchungen beim Ein- und Verkauf von Waren	58

Lernfeld 9

Preispolitische Maßnahmen vorbereiten und durchführen

Zugehörige Lernsituationen
im Arbeitsbuch 2

1 Einflussgrößen auf die Preispolitik	60	
1.1 Betriebsinterne Einflussgrößen	60	
1.2 Betriebsexterne Einflussgrößen	60	
ALLES KLAR?	62	
2 Handelskalkulation	63	
2.1 Vorwärtskalkulation und ihre Vereinfachungen	67	Lernsituation 62–63
2.2 Rückwärtskalkulation und ihre Vereinfachungen	69	Lernsituation 64–65
2.3 Differenzkalkulation	71	Lernsituation 66
2.4 Erweiterte Limitrechnung	73	
ALLES KLAR?	74	
3 Maßnahmen der Preisgestaltung	76	Lernsituation 67
ALLES KLAR?	78	

Lernfeld 10

Besondere Verkaufssituationen bewältigen

1 Besondere Kunden	80	Lernsituation 68
1.1 Kundengruppen	82	
1.1.1 Kaufverhalten von Männern und Frauen	82	
1.1.2 Kaufverhalten von Kunden in verschiedenen Lebensaltern	82	
1.1.3 Ausländische Kunden	86	Lernsituation 69
1.2 Kundentypen	87	
2 Spätkunden	88	Lernsituation 70
3 Geschenkeverkauf	90	Lernsituation 71
ALLES KLAR? (Kapitel 1–3)	92	
4 Kunden in Begleitung	93	Lernsituation 72
5 Hochbetrieb	96	Lernsituation 73
ALLES KLAR? (Kapitel 4–5)	99	
6 Kunden überzeugen – stationär und online	100	Lernsituation 74
6.1 Digitale und klassische Vertriebswege im Einzelhandel	100	
6.1.1 Verknüpfung von Instore- und Onlinehandel	100	
6.1.2 Digitale Hilfsmittel im Verkaufsraum	102	
6.1.3 Kundengespräche am Telefon	103	
6.2 Rechtliche Besonderheiten bei Nutzung verschiedener Verkaufskanäle	104	
6.2.1 Fernabsatzgeschäfte	104	
6.2.2 Fernabsatzrecht bei kanalübergreifenden Kaufprozessen	106	
ALLES KLAR?	107	

Lernsituation 75	7 Finanzierungskauf	108
	7.1 Raten- oder Abzahlungskauf	109
	7.2 Finanzkauf	111
	ALLES KLAR?	112
Lernsituation 76	8 Beschwerden	113
	8.1 Gründe	113
	8.2 Rechtslage bei fehlerfreier Ware	114
	8.3 Rechtslage bei fehlerhafter Ware	115
	8.4 Bearbeitung der Beschwerde	116
	8.5 Beschwerden dokumentieren und auswerten	118
	ALLES KLAR?	119
Lernsituation 77	9 Ladendiebstähle	120
	9.1 Methoden und Tricks der Ladendiebe	121
	9.2 Präventivmaßnahmen	122
	9.2.1 Übersichtliche Verkaufsräume	122
	9.2.2 Einsatz von Technik	122
	9.2.3 Verhalten des Personals	124
	9.3 Rechtliche Auswirkungen für den Ladendieb	125
	ALLES KLAR?	126

Lernfeld 12

Mit Marketingkonzepten den Kunden gewinnen und binden

	1 Was ist Marketing?	128
Lernsituation 86	2 Marktforschung	129
	2.1 Bereiche	130
	2.2 Methoden	132
	2.2.1 Primärforschung	132
	2.2.2 Sekundärforschung	134
	ALLES KLAR? (Kapitel 1 und 2)	135
	3 Standortwahl	137
	ALLES KLAR?	140
	4 Marketinginstrumente	141
	4.1 Sortimentspolitik	141
	4.1.1 Einflussfaktoren	141
	4.1.2 Sortimentskontrolle	142
	4.1.3 Sortimentsanpassungen	144
	4.2 Preispolitik	149
	4.3 Servicepolitik	150
	4.3.1 Einflussfaktoren	150
	4.3.2 Beispiele für Servicekonzepte im Laden	150

4.4	Kommunikationspolitik	152
4.4.1	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	153
4.4.2	Sponsoring	154
4.4.3	Direktmarketing	154
4.5	Customer-Relationship-Management (CRM)	155
4.6	Corporate Identity (CI)	156
5	Marketingmix	158
	ALLES KLAR? (Kapitel 4 und 5)	159
6	E-Business und Online-Marketing	163
6.1	E-Business (Electronic Business)	163
6.1.1	B2A (Business-to-Administration)	163
6.1.2	B2B (Business-to-Business)	163
6.1.3	B2C (Business-to-Consumer)	163
6.2	Onlinehandel	164
6.2.1	Distributionsalternativen im Onlinehandel	164
6.2.2	Rechtliche Aspekte im Onlinehandel	165
6.2.3	Wirtschaftliche Kennzahlen im Onlinehandel	166
6.3	Online-Marketing	167
6.3.1	Werbemöglichkeiten im Internet	167
6.3.2	Social-Media-Marketing	168
6.3.3	Data Mining und Big Data	169
	ALLES KLAR?	170

Lernsituation 87

Lernsituation 88

Anhang

1	Grundsätzliches zum Thema „Lernen“	172
1.1	Eine Einstellung zur Schule entwickeln	172
1.2	Gedächtnisarten	173
1.3	Lerntypen	173
1.4	Konzentration	174
1.5	Zeitplanung	175
1.6	Arbeits- und Organisationsmittel	176
1.7	Informationsquellen	177
2	Lese- und Schreibtechniken	178
2.1	Fünf-Schritt-Lese- und Erarbeitungstechnik	178
2.2	Mitschriften und Protokolle	179
3	Lerntechniken	180
3.1	Lernkartei	180
3.2	Mindmap	181
4	Kreativitätstechniken	182
4.1	Brainstorming	182
4.2	Brainwriting (Methode 635)	182

5 Vortrags- und Präsentationstechniken	183
5.1 Merkmale und Ziele	183
5.2 Planung	183
5.3 Gestaltung und Einsatz unterstützender Medien	184
5.4 Vortragstechnik	186
6 Arbeitsmethoden	187
6.1 Rollenspiel	187
6.2 Pro-und-Kontra-Diskussion	188
6.3 Kartenabfrage	189
6.4 Gruppenarbeit	189
6.5 Feedback	191
7 Teamarbeit	192
7.1 Merkmale der Teamarbeit	192
7.2 Konfliktlösung	193
Arbeitsaufträge	195
8 Sprachkompetenz Englisch – How to say it in English	197
8.1 Useful vocabulary	200
Stichwortverzeichnis	201
Bildquellenverzeichnis	205