

1. Semester

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.3.1 Die Lernenden sind sich der Bedeutung und der Wichtigkeit des ersten Eindrucks bewusst. K1	Die Lernenden erklären, weshalb der erste Eindruck, den die Konsumenten vom Verkaufspersonal und dem Geschäft haben, für den Betriebserfolg entscheidend ist		Die Lernenden pflegen Kontakt mit den Mitmenschen, und müssen bestimmten Erwartungen an ihr Verhalten und ihre Umgangsformen gerecht werden. Die Lernenden sind mitverantwortlich für die betriebliche und schulische Atmosphäre.	U Rollenspiel Körpersprache V Verknüpfung mit dem Starttag	3
5.3.2 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der äusseren Erscheinung. K2	Die Lernenden sind sich der Bedeutung des persönlichen Erscheinungsbildes für eine erfolgreiche Beratung und Bedienung bewusst.		Die Lernenden sind sich der Wichtigkeit ihres äusseren Erscheinungsbildes auf die Mitmenschen bewusst. Sie sind bereit im Bezug auf ihr Erscheinungsbild die Verantwortung zu übernehmen (fächerübergreifende Kompetenz „Auftreten“).	U Präsentation U Interview	4

<p>5.9.1 Die Lernenden kennen die Handelskette. K1</p> <p>5.9.2 Die Lernenden kennen die Hauptaufgaben der einzelnen Glieder der Handelskette. K1</p>	<p>Die Lernenden geben die fünf Glieder der Handelskette wieder, und erkennen den Zusammenhang mit dem Warenfluss.</p> <p>Die Lernenden können die Funktionen der einzelnen Glieder der Handelskette aufzählen und wissen um die Bedeutung der einzelnen Stufen für die Wirtschaft.</p>			<p>S Schnittstelle mit dem Fachbereich Wirtschaft</p> <p>V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.7.2 und 3.1.2</p>	2
<p>5.3.3 Die Lernenden verstehen das Zusammenspiel zwischen Detailhandel und Konsument. K1</p>	<p>Die Lernenden nennen verkaufsunterstützende Massnahmen und Aufgaben des Detailhandels, die bei den Konsumenten positive Gefühle wecken und diese zum Kauf bewegen.</p>			<p>V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft.</p> <p>P Beobachtungsauftrag (DH-Betrieb)</p>	3
<p>5.3.4 Die Lernenden kennen die Erwartungen der Kundschaft an das Verkaufspersonal. K1</p>	<p>Die Lernenden zählen Erwartungen auf, welche die Kundschaft an den Betrieb und an sie stellt.</p>		<p>Die Lernenden erkennen die Anliegen und Wünsche der Mitmenschen vorausschauend.</p>	<p>H Videofilm von Samy Molcho (Körpersprache und Selbstbeobachtung in Verkaufssituationen)</p> <p>H Buch von Samy Molcho, Körpersprache, Verlag Bassermann</p> <p>V Verknüpfung mit dem Fachbereich Fremdsprachen</p>	3
<p>5.4.1 Die Lernenden kennen die Grundsätze des korrekten Umgangs mit Mitmenschen. K1</p>	<p>Die Lernenden nennen die Erwartungen der Kundschaft an das Verkaufspersonal in Bezug auf gute Umgangsformen.</p>		<p>Die Lernenden können ihre Sprache und ihr Benehmen der jeweiligen Situation und den Bedürfnissen der Gesprächspartner anpassen.</p>	<p>V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache</p>	3

- Total 18 Lektionen

2. Semester

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.4.2 Die Lernenden wissen, was zu erfolgreicher Teamarbeit führt. K1	Die Lernenden zählen Regeln für eine erfolgreiche Zusammenarbeit auf.	Die Lernenden beschreiben Störfaktoren und zeigen Vor- und Nachteile der Gruppenarbeit auf.	Die Lernenden sind fähig, im Team zu arbeiten, sie kennen die Regeln erfolgreicher Teamarbeit. Sie sind bereit Verantwortung füreinander zu übernehmen.	S Schnittstelle mit dem Fachbereich –Sport.	3
5.3.5 Die Lernenden verstehen die verschiedenen Formen der Kundenbedienung. K2	Die Lernenden können die Bedienungsformen Vollbedienung, Selbstbedienung, Vorwahl und aktuelle elektronische Formen sowie Automat erklären und, mit Hilfe der Betriebsformen und der Branchen, unterscheiden.	Die Lernenden können eindeutige Verhaltensweisen der verschiedenen Bedienungsformen darstellen.		P Rollenspiel V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.1.3.	3
5.6.1 Die Lernenden können ein Verkaufsgespräch eröffnen. K3	Die Lernenden können die gelernten Merkmale der Begrüßung auf die jeweilige Situation übertragen. sie treten in jeder Kaufsituation interessiert und sicher auf.	Die Lernenden kennen verschiedene Wahrnehmungskanäle und setzen diese bewusst bei der Eröffnung des Verkaufsgesprächs ein.	Die Lernenden können offen und spontan auf Mitmenschen zugehen. Sie sind gesprächsbereit und halten dabei die Regeln einer erfolgreichen verbalen und nonverbalen Kommunikation ein.	U Verschiedene verkaufseröffnende Gespräche spielen und die Reaktionen und Meinungen dazu sammeln. V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache 1.2.1.	3
5.6.2 Die Lernenden können die verschiedenen Frageformen anwenden. K3	Die Lernenden setzen in jeder Verkaufssituation die passende Frageform ein.	Die Lernenden setzen die Wahrnehmungskanäle in der Fragetechnik situativ richtig ein.	Die Lernenden sind sich der Wirkung der verschiedenen Frageformen auf ihre Mitmenschen bewusst.	U Verkaufssituationen auch mit den „falschen“ Frageformen spielen lassen und die Erfahrungen dazu sammeln. L Wauttring, Wahrnehmungskanäle.	2

5.6.3 Die Lernenden kennen die Aufgabe der Bedarfsermittlung. K1	Die Lernenden unterscheiden den Kaufwunsch vom Kaufmotiv. Sie können diese mit Hilfe von geeigneten Hilfsmitteln (z.B. Frageformen) ermitteln.	Die Lernenden stellen das abstrakte Thema „Kaufwunsch/Kaufmotiv“ bildlich dar (Scribbeln).	Die Lernenden nehmen unterschiedliche Bedürfnisse wahr und können darauf eingehen.	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.7.1. U Rollenspiel	2
5.6.4 Die Lernenden kennen den Ablauf des Verkaufsgesprächs. K1	Die Lernenden kennen den Ablauf des Verkaufsgesprächs.	Die Lernenden dokumentieren mittels geeigneter Technik (Notiztechnik) Verkaufsabläufe, die sie in der Praxis beobachten.	Die Lernenden machen sich selbständig den Ablauf eines Verkaufsgesprächs bewusst.	P Die Lernenden beobachten verschiedene Verkaufssituationen in der Praxis und berichten darüber.	3
5.2.1 Die Lernenden kennen die Grundsätze der Warenpräsentation. K1	Die Lernenden wissen um die Wichtigkeit das Warensortiment übersichtlich und ordentlich zu zeigen. Sie zählen die Auswirkungen aufs Einkaufsverhalten der Sicht-, Griff-, Bück- und Reckzone auf.	Die Lernenden bauen die Merkmale der Warenpräsentation zeichnerisch auf Warenträger ein.	Die Lernenden behandeln die Waren sorgfältig und bringen diese möglichst gut zur Geltung.	P Aktive Warenpräsentation.	8
5.2.2 Die Lernenden können die verschiedenen Warenpräsentationsmöglichkeiten beschreiben. K2	Die Lernenden beschreiben die verschiedenen Positionen der Warenpräsentation (stehend, hängend, liegend). Die Lernenden verstehen die Wirkung der Zweitplatzierung und Bedarfsgruppenpräsentation. Sie kennen die verschiedenen Points of sale.			P Mit Dekorationsmaterial eine ansprechende Warenpräsentation erstellen.	
5.2.3 Die Lernenden kennen verkaufsunterstützende Massnahmen und deren Ziele. K1	Die Lernenden zählen verschiedene verkaufsunterstützende Massnahmen auf und nennen deren Wirkung und Ziele. Verkaufsunterstützende Massnahmen wie: <ul style="list-style-type: none"> • Dekoration • Licht • Farben • Musik, usw. 	Die Lernenden erstellen eine freie Dokumentation aller verkaufsunterstützenden Massnahmen im Lehrbetrieb.		V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft.	2

<p>5.2.4 Die Lernenden können verschiedene Hilfsmittel der Warenpräsentation erklären. K2</p>	<p>Die Lernenden beschreiben die Vor- und Nachteile der verschiedenen Warenträger im Bezug auf den Verkauf.</p>	<p>Die Lernenden zeigen auf, wie mit verkaufsunterstützenden Massnahmen die einzelnen Wahrnehmungskanäle angesprochen werden können.</p>			1
<p>5.9.3 Die Lernenden kennen Massnahmen zur Sicherstellung der Produktequalität. K1</p>	<p>Die Lernenden zählen verschiedene Massnahmen der Warenpflege auf. Sie wissen um die Wichtigkeit der Lagerorganisation.</p>	<p>Die Lernenden notieren die angewendeten Massnahmen zur Sicherstellung der Produktequalität im Lehrgeschäft.(Notiztechnik)</p>		<p>V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.1.3.</p>	4
<p>5.1.1 Die Lernenden verstehen die Strukturen des Detailhandels und kennen die verschiedenen Marktanbieter. K2</p>	<p>Die Lernenden beschreiben den steten Strukturwandel im Detailhandel. Sie beschreiben, wie sich die Bedürfnisse der Konsumenten verändert haben. Sie erläutern die verschiedenen Detailhandelsformen.</p>				4
<p>5.5.1 Die Lernenden verstehen die relevanten Kennzahlen des Detailhandels Schweiz. K2</p>	<p>Die Lernenden verstehen was die einzelnen Kennzahlen aussagen. Relevante Kennzahlen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anteil der Beschäftigten im Detailhandel • BIP • Absatzkennzahlen • Marktanteil / Marktvolumen / Marktpotential • Gemeinkosten <p>Anzahl Verkaufsstellen</p>				4

- Total 36 Lektionen

3. Semester

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.9.4 Die Lernenden verstehen die Bedeutung der Handelskette und die Rolle des Detailhandels. K2	Die Lernenden erklären den direkten / indirekten Absatzweg. Sie beschreiben die Entwicklung vom Selbstversorger zur Massenproduktion.			V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.9.1 und 5.9.2. V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.9.1 und 3.1.2.	2
5.4.3 Die Lernenden verstehen die Wertschöpfungskette. K2	Die Lernenden können die verschiedenen Aufgabenbereiche des Detailhandels umschreiben und eine logische Abfolge der Wertschöpfungskette erstellen.				2
5.9.5 Die Lernenden können die Begriffe Produktion, Distribution und Logistik im Grundsatz erklären. K2	Die Lernenden können den Begriff der Produktion für den Detailhandel einordnen. Die Lernenden können die Ziele und den Aufbau der Logistik (effiziente Versorgung mit Gütern und Informationen) aufzeigen. Die Lernenden können Beispiele der Distribution in verschiedenen Detailhandelsbetrieben aufzeigen.				3
5.9.6 Die Lernenden verstehen, dass es verschiedene Beschaffungswege gibt. K2	Die Lernenden können den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Beschaffungswegen und den Betriebsgrößen bzw. -formen herstellen.			P Selbständige Vertiefungsarbeit P Matrix H Gruppenarbeit	6
5.4.4 Die Lernenden kennen und verstehen die vier Handelsfunktionen. K2	Die Lernenden können die Handelsfunktionen beschreiben und der Wertschöpfungskette zuordnen. Die Lernenden verbinden die Handelsfunktionen mit Tätigkeiten im (eigenen) Detailhandelsbetrieb.			V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.10.2.	2

5.10.1 Die Lernenden können den Begriff Warenbewirtschaftung erklären. K2	Die Lernenden erkennen die verschiedenen Aufgaben der Warenbewirtschaftung im Detailhandelsbetrieb. Sie können die vier verschiedenen Lagerarten umschreiben.				2
5.10.2 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der Warenbewirtschaftung. K2	Sie unterscheiden die betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Aufgabe der Warenbewirtschaftung. Die Lernenden können mit den Lagerkennzahlen (Mindestbestand, Meldebestand, Bestellmenge und Lagerumschlag einfache Berechnungen vornehmen.	Protokoll über die Warenbewirtschaftung im Lehrbetrieb über eine definierte Zeitspanne.		V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.10.1.	5
5.5.2 Die Lernenden kennen Massnahmen zur Sicherstellung der Produktequalität. K1	Die Lernenden ordnen die verschiedenen Tätigkeiten zur Werterhaltung der Produkte einzelnen Branchen zu. Die Lernenden beschreiben die Massnahmen zur Prüfung der Ware (äussere und innere Kontrolle) und zeigen die Vorgehensweise (Mängelrüge) bei offenen und versteckten Mängeln auf.	Die Lernenden ermitteln die anfallenden Tätigkeiten zur Sicherung der Produktequalität (Warenannahme und Produktpflege) im DH.			2
5.10.3 Die Lernenden kennen die Aufgabe des Warenlagers und können die Risiken beurteilen. K4	Die Lernenden leiten die Aufgabe der Warenlagerung (Verkaufsbereitschaft, Überbrückung von Produktions-, Nachfrageschwankungen, Produkteveredelung und Kostenoptimierung durch optimale Bezugsmenge) ab. Die Lernenden erkennen die Abhängigkeiten und Zielkonflikte der einzelnen Aufgaben der Warenlagerung.	Die Lernenden untersuchen die Lagerkosten in einem DH-Betrieb.			5
5.6.5 Die Lernenden wissen wie sich ein Verkaufspreis zusammensetzt. K1	Die Lernenden können die Verkaufskalkulation als kostenorientierte Preisbildung vollständig darstellen. Sie bezeichnen die verschiedenen Rabattarten der Verkaufskalkulation. Sie benennen die preisrelevanten Kosten.			V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.5.5.	4

5.6.6 Die Lernenden verstehen Einflussfaktoren, die sich auf die Preisgestaltung auswirken. K2	Die Lernenden beschreiben die Elemente der Preisbildung (Angebot/Nachfrage), Einfluss der Konkurrenz, lieferantenorientierte Verkaufspreise. Sie können einfache Mischkalkulationen durchführen. Sie beschreiben Beispiele von Preisabsprachen.			V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.5.5.	4
5.3.6 Die Lernenden verstehen, dass es verschiedene Kundensegmente gibt und unterschiedliche Bedürfnisse. K2	Die Lernenden unterscheiden Individual- und Kollektivbedürfnisse sowie wirtschaftliche und nichtwirtschaftliche Bedürfnisse. Sie können über die Marktsegmentierung verschiedene Kundengruppen (Kundensegmentierung) unterscheiden. Sie umschreiben die Kriterien (geografische, verhaltens-typische, soziopsychologische, demographische) der Kundensegmentierung.		Die Lernenden erkennen die eigenen Bedürfnisse und können die Entwicklung ihrer Bedürfnisse beschreiben. Sie können ihre eigenen Bedürfnisse zu Gunsten von Kollektivbedürfnissen zurückstecken.	V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft.	7
5.6.7 Die Lernenden kennen die Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation. K1	Die Lernenden erkennen die interaktive Rolle von Sender und Empfänger in der Kommunikation. Sie beschreiben die Bedeutung des Feedbacks. Sie können die Elemente der nonverbalen Kommunikation wie Mimik, Gestik darstellen.		Die Lernenden erkennen die Eigenheiten ihrer verbalen und nonverbalen Kommunikation und können diese gezielt verbessern.	S Schnittstelle mit dem Fachbereich lokale Landessprache.	3
5.6.8 Die Lernenden verstehen einige Argumentationstechniken. K2	Die Lernenden kennen die Möglichkeiten unterschiedlicher Argumentationstechnik. Sie können die Argumentationstechnik in Fallbeispielen verdeutlichen.	Die Lernenden beobachten die verschiedenen Argumentationstechniken in der Praxis und stellen diese systematisch zusammen.		V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache 1.1.1. V Verknüpfung mit dem Fachbereich Gesellschaft.	4

- Total 56 Lektionen

4. Semester

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.6.9 Die Lernenden können Preisargumente im Verkaufsgespräch einbauen. K3	Die Lernenden können den Produktwert als Preisargument verdeutlichen. Sie können mit der Preisargumentation die Abschlussphase eines Verkaufsgesprächs einleiten.	Die Lernenden können die angewandten Argumentationstechniken erkennen und zuordnen.	Die Lernenden kennen ihre eigene Reaktion im Verkaufsgespräch als Käufer und Verkäufer.	U Fallbeispiele V Verknüpfung mit dem Fachbereich lokale Landessprache 1.1.1.	6
5.6.10 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der Zusatz- und Anschlussverkäufe. K2	Die Lernenden kennen den Einfluss ihrer Fachkompetenz für den erfolgreichen Abschluss von Zusatz- und Anschlussverkäufen. Sie schildern die Vorgehensweise um Anschluss- bzw. Zusatzverkäufe inszenieren zu können.	Die Lernenden ergänzen ihre Dokumentation eigener und fremder Erlebnisse (positiv und negativ) zum Thema Anschluss- und Zusatzverkäufe.			5
5.6.11 Die Lernenden können den Ablauf eines Verkaufsgesprächs positiv beeinflussen. K3	Die Lernenden können das Gesprächsklima positiv beeinflussen. Sie können auf die unterschiedlichen Einwände situationsgerecht reagieren. Sie lösen „schwierige“ Kunden- und Verkaufssituationen angemessen.		Die Lernenden erkennen ihre Reaktionen in schwierigen Situationen und entwickeln individuelle Strategien zu deren Bewältigung.		10
5.6.12 Die Lernenden können ein Verkaufsgespräch erfolgreich abschliessen. K3	Die Lernenden können den Abschluss eines Verkaufsgesprächs mit richtig angewandter Gesprächstechnik herbeiführen. Sie werten den Kauf mit geschickter Formulierung auf. Sie können die Risiken einer unvollständigen Zahlungsabwicklung abschätzen.		Die Lernenden erkennen ihr Durchsetzungsvermögen. Sie ermitteln die Grenze zwischen unterstützender, positiver Beeinflussung und Manipulation (Bedrängung).	U Rollenspiel	6
5.1.2 Die Lernenden können die verschiedenen Dienstleistungen aufzählen und deren Bedeutung für den Betrieb erklären. K2	Die Lernenden kennen die Unterschiede zwischen Kundendiensten, Serviceleistungen und Dienstleistungen.				4

5.1.3 Die Lernenden verstehen die Wichtigkeit der Dienstleistungen in Bezug auf den Verkauf. K2	Sie beschreiben die Bedeutung von Zusatzleistungen zur Profilierung gegenüber den Mitbewerbern.				4
5.6.13 Die Lernenden können Vor- und Nachteile der verschiedenen Zahlungsarten erklären. K2	Die Lernenden kennen die Entwicklung vom barzahlenden zum bargeldlosen Kunden. Sie erläutern die Vorgänge der Barzahlung. Sie kennen die verschiedenen bargeldlosen Zahlungsmöglichkeiten (Debitkarten, Kreditkarten, Cashkarten, Kundenkarten) und können den Ablauf einer entsprechenden Zahlung schildern.			V Verknüpfung mit dem Fachbereich Wirtschaft 3.5.3 und 3.5.4.	8
5.7.1 Die Lernenden verstehen den Zweck der Kundenbindung. K2	Die Lernenden kennen die Bedeutung der Kundenbeziehung und mit welchen Mitteln diese gepflegt werden können.				4
5.7.2 Die Lernenden können verschiedene Möglichkeiten der Kundenbindung erklären. K2	Die Lernenden beschreiben verschiedene Möglichkeiten der Kundenbindung im Detailhandel.				5
5.4.5 Die Lernenden erklären Vor- und Nachteile der Teamarbeit. K2	Die Lernenden verdeutlichen die Teambildung als permanenten Prozess. Sie kennen die Bedeutung der Eigenverantwortung. Sie können die Regeln für eine gute Teamarbeit erläutern.			V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit dem Leistungsziel 5.4.2. S Schnittstelle mit dem Fachbereich Sport.	4

- Total 56 Lektionen

5. Semester Beratung

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.12.1 Die Lernenden können die Wirkung der verbalen und nonverbalen Kommunikation erklären. K2	Die Lernenden können die verbale und nonverbale Sprache als Arbeitsinstrument ihres Betriebsalltages einordnen. Sie beschreiben verschiedene Formen von Kommunikationsstörungen und können die Kommunikation mit Kunden und im Team gezielt fördern.	Die Lernenden erkennen anhand Verhaltensmuster der nonverbalen Kommunikation (Augen, Mimik, Gestik, Körperhaltung, Gang) den augenblicklichen Zustand der Kundenschaft.	Die Lernenden unterscheiden in verschiedenen Kommunikationssequenzen (Rollenspiel, Mediendiskussion, Kundengespräch) Hören, Hinhören und Zuhören. Sie können die unterschiedlichen Auswirkungen dank der Wahrnehmungskanäle in ihrem eigenen Verhalten erkennen und sich darauf einstellen.	U Rollenspiel U Videoaufnahmen und deren Analyse.	6
5.14.1 Die Lernenden können die verschiedenen Frageformen situationsgerecht anwenden. K3	Die Lernenden begründen den unterschiedlichen Einsatz der verschiedenen Frageformen. Sie setzen Frageformen situationsgerecht ein.	Die Lernenden setzen die verschiedenen Frageformen im Verkaufsgespräch bewusst und zielgerecht ein. (Wie die Fragen so die Antworten).	Die Lernenden wenden die Frageformen und Fragetechniken nach den Regeln für Diskussionen als Leiter bzw. Teilnehmende an.	P Produzieren einer Power Point Präsentation oder Plakate über eine Gruppenarbeit. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 8. Diskussion.	6
5.14.2 Die Lernenden können ihre Fragetechnik beurteilen. K4	Die Lernenden analysieren die eigene Fragetechnik und erkennen Verbesserungsmöglichkeiten in der Fragetechnik.		Siehe 5.14.1. Beurteilung der Sozialkompetenzen.	L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 8. Diskussion.	6

<p>5.11.1 Die Lernenden verstehen die Wirkung einer Warenvorlage auf den Betriebserfolg. K2</p>	<p>Die Lernenden vergleichen die Wirkungen verschiedener Vorlagetechniken auf den Kunden. Sie begründen die Notwendigkeit professioneller Warenvorlage als Voraussetzung für den Betriebserfolg.</p>			<p>P Eigene, mitgebrachte Waren präsentieren</p>	<p>4</p>
<p>5.11.2 Die Lernenden können verschiedene Argumentationstechniken situationsgerecht einsetzen. K3</p>	<p>Die Lernenden übertragen verschiedene Argumentationstechniken auf konkrete Beratungssituationen. Sie erkennen die Zielsetzungen.</p>	<p>Die Lernenden wenden die Argumentationstechnik bewusst und auf den Kaufwunsch und das Kaufmotiv gezielt an.</p>	<p>Die Lernenden setzen einzelne Regeln der offenen Kommunikation als Unterstützung der Argumentationstechnik um.</p>	<p>P Die Lernenden entwickeln einen strukturierten Argumentationskatalog für verschiedene Verkaufssituationen. U Rollenspiele U Gruppenarbeit mit anschließender Analyse.</p>	<p>6</p>
<p>5.14.3 Die Lernenden können Zusatz- und Anschlussverkäufe im Verkaufsgespräch einbauen. K3</p>	<p>Die Lernenden formulieren Kriterien für den geschickten Einsatz von Anschluss- und Zusatzverkäufen.</p>	<p>Die Lernenden erwähnen und/oder zeigen mögliche Zusatz- und Anschlussverkäufe im Hinblick auf den Nutzen für die Kunden.</p>	<p>siehe 5.11.2 Die Lernenden sind in der Lage Zusatzverkäufe kundengerecht einzusetzen.</p>	<p>P Die Lernenden entwickeln einen strukturierten Katalog möglicher Zusatz- und Anschlussverkäufe verschiedener Sortimentsbereiche P Liste notwendiger und ergänzender Zusatzverkäufe erstellen lassen (branchenbezogen).</p>	<p>4</p>
<p>5.13.1 Die Lernenden können den Einfluss ihrer Persönlichkeit auf den Erfolg des Verkaufsgesprächs beurteilen. K4</p>	<p>Die Lernenden analysieren ihr Verhalten in Verkaufsgesprächen und können daraus ihre eigene Verkaufspersönlichkeit skizzieren. Sie erkennen die Anforderungen an die Beratungsperson im Umgang mit Personen mit besonderen Bedürfnissen (Behinderte, Kinder, alte Menschen usw.).</p>		<p>Die Lernenden legen Einsatzmöglichkeiten des positiven Denkens im Verkaufsgespräch dar. Sie setzen diese Technik bewusst in Beratungsübungen ein.</p>	<p>P Rollenspiele und Analyse.</p>	<p>8</p>

- Total 38 Lektionen

6. Semester Beratung

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.11.3 Die Lernenden verstehen es mit unterschiedlichen Kaufsituationen erfolgsorientiert umzugehen. K3	Die Lernenden entwickeln Strategien für den Abschluss eines erfolgreichen Verkaufsgespräches und im Umgang mit Reklamationen.		Die Lernenden realisieren das Konfliktpotenzial in einem Verkaufsgespräch Sie bestimmen Konflikte im Verkaufsgespräch nach der Ursachenanalyse.	U Rollenspiele P Fallbeispiele mit Analyse.	8
5.15 Die Lernenden verstehen es mit verschiedenen Arbeitssituationen richtig umzugehen. K3	Die Lernenden verstehen es mit Arbeitssituationen wie Konflikte im Team, Mobbing und Stress umzugehen.		Die Lernenden bestimmen persönliche Stressfaktoren und entwickeln persönliche Strategien zur Stressbewältigung.	P Fallbeispiele analysieren. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 10. Stress. L Handbuch Handlungskompetenzen, Teil 2, 7. Feedback.	6
5.14.4 Die Lernenden kennen ihre Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg und können diese beurteilen. K4	Die Lernenden legen ihre persönlichen Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg dar. Sie erkennen die Auswirkungen von kostenbewusstem Verhalten. Sie analysieren die unterschiedlichen persönlichen Verhaltensweisen im Betrieb und können diese nutzbringend anpassen.	Die Lernenden analysieren den Betriebserfolg anhand einzelner Verkaufssequenzen, wie Begrüssung, Kaufmotiv-erkennung usw. anhand pers. Erfahrungen.	Die Lernenden beobachten sich gegenseitig am Arbeitsplatz und geben sich Feedback in dem sie sich an die Feedbackregeln halten.	P Die Lernenden erstellen eine systematisches Protokoll (Baumstruktur, Netzwerkmodell oder Mischformen) einer Eigen- und einer Fremdbeobachtung im Betrieb (siehe Sozialkompetenz).	5
5.16.1 Die Lernenden verstehen den Nutzen des Marketings im Detailhandel. K2	Die Lernenden unterscheiden die verschiedenen Ziele des Marketings (Umsatz, Kundenzufriedenheit, Marktanteil, Kundenfrequenz). Sie zeigen die systematische Vorgehensweise des Marketings auf.			U MindMap Technik	5

5.16.2 Die Lernenden können die Marketing-Instrumente ihres Lehrbetriebes erklären. K2	Die Lernenden beschreiben den Einsatz der Marketing-Instrumente im Lehrbetrieb und begründen deren Einsatz.			U Vortrag U Betriebsbesichtigung	5
5.16.3 Die Lernenden können aktuelle Erkenntnisse der Marktforschung auf ihre Betriebe übertragen. K3	Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	Die Lernenden können eine Primärerhebung selbständig vornehmen oder eine Sekundärerhebung analysieren und auf den Betrieb adaptieren.	Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	U Die Lernenden erstellen mit der Fragebogentechnik einen Fragebogen, den sie in einer praktischen Kundenbefragung einsetzen.	5

- Total 34 Lektionen

5. Semester Bewirtschaftung

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.17.1 Die Lernenden verstehen das Zusammenspiel zwischen Produktion, Distribution und Logistik. K2	Die Lernenden ordnen die Elemente der Versorgungskette. Sie unterscheiden das Pull- und Pushprinzip und können die Auswirkungen der Lieferzeit umschreiben.			L Film Versorgungskette „Bananen“ U Beispiele anhand Blumen, Lebensmitteln, Kleidern usw. U Test (Joghurt) und Verbindung zu Lebensmittelverordnung	5
5.18.1 Die Lernenden kennen und verstehen Bewirtschaftungssysteme. K2	Die Lernenden beschreiben die Auswirkungen der Bewirtschaftungssysteme auf den Warenbestand und die Kosten. Sie beschreiben die Aufgaben der Warenbewirtschaftungssysteme. Sie verdeutlichen wie der Datentransfer zwischen Handel und Industrie mittels Scanning-Systemen vereinfacht wird.			V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit den Leistungszielen 5.17.2 und 5.20.1. U Bewirtschaftung anhand einer Betriebsbesichtigung. Bezug zu eigenem Bewirtschaftungssystem Vor-/Nachteile, Austausch in der Klasse.	5
5.17.2 Die Lernenden können die Wichtigkeit der Logistik erklären. K2	Die Lernenden beschreiben die Hauptziele der Logistik und unterscheiden die Bereiche Beschaffungs-, Lagerhaltungs- und Distributionslogistik. Sie beschreiben Cross Docking. Sie erklären die Wirkung von Cross Docking und zeigen die Auswirkungen auf die Kostenstruktur im Unternehmen auf.			Fragebogen Logistik im eigenen Betrieb. Auswertung U Diskussion im Plenum.	5

<p>5.20.1 Die Lernenden können Möglichkeiten erklären, die zur gewünschten Verkaufsbereitschaft führen. K2</p>	<p>Die Lernenden verdeutlichen die internen und externen Einflussfaktoren auf die Verkaufsbereitschaft. Sie erkennen die Bedeutung der Verkaufsförderungsmassnahmen und Personaleinsatzplanung auf die Verkaufsbereitschaft. Sie vergleichen verschiedene Softwareprogramme zur Unterstützung der Lieferbereitschaft.</p>	<p>Die Lernenden erarbeiten in Gruppen ein Projekt zu den Warenbewirtschaftungssystemen in welchem das Zusammenspiel zwischen Industrie und Handel aufgezeigt wird.</p>		<p>U Gruppenarbeit: Massnahmen zur Verkaufsbereitschaft anhand spezieller Situation dokumentieren (saisonal=Ostern, temporär=Aktion).</p>	<p>10</p>
<p>5.21.1 Die Lernenden können Zusatz- und Anschlussverkäufe bei der Warenpräsentation berücksichtigen. K3</p>	<p>Die Lernenden umschreiben die Voraussetzungen für eine wirkungsvolle Warenpräsentation.</p>	<p>Die Lernenden setzen die verschiedenen Kreativitätstechniken zur Erstellung eines Ideenkataloges für Warenpräsentationen ein.</p>		<p>U Brainstorming</p>	<p>6</p>
<p>5.21.2 Die Lernenden verstehen die Auswirkungen der Warenpräsentation auf den Verkaufserfolg. K2</p>	<p>Die Lernenden beschreiben das Kundenverhalten in einem Detailhandelsgeschäft und zeigen Mittel zur Kundensteuerung auf.</p>			<p>A Auftrag Kundenbeobachtung, Tageszeiten beachten, auswerten. Arbeitsblatt dazu. P Evtl. Vortrag von Ladenbauer der Migros.</p>	<p>5</p>

- Total 36 Lektionen

6. Semester Bewirtschaftung

Leistungsziel	Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz Selbstkompetenz	Unterrichtsmethoden Lehrmittel/Hilfsmittel Schnittstellen Produkte	Lektion
5.19.1 Die Lernenden können die Absatz- und Lagerkennzahlen interpretieren. K4	Die Lernenden tragen die benötigten Grundlagen zur Arbeit mit Betriebskennzahlen zusammen. Sie interpretieren die Kennzahlen und zeigen die Auswirkungen der verschiedenen Werte auf den Betrieb.	Sie treffen systematisch mit der Kosten-Nutzenberechnung oder Nutzwertanalyse Entschiede mit welchen Kennzahlen sie in einem Betrieb arbeiten.			9
5.22.1 Die Lernenden kennen ihre Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg und können diese beurteilen. K4	Die Lernenden legen ihre persönlichen Einflussmöglichkeiten auf den Betriebserfolg dar. Sie erkennen die Auswirkungen von kostenbewusstem Verhalten. Sie analysieren die unterschiedlichen persönlichen Verhaltensweisen im Betrieb und können diese nutzbringend anpassen.	Die Lernenden erstellen eine systematisches Protokoll (Baumstruktur, Netzwerkmodell oder Mischformen) einer Eigen- und einer Fremdbeobachtung im Betrieb (siehe Sozialkompetenz).	Die Lernenden beobachten sich gegenseitig am Arbeitsplatz und geben sich Feedback in dem sie sich an die Feedbackregeln halten.	H Mitarbeitergesprächsbogen (Protokoll, Feedbackregeln) V Verknüpfung zu lokaler Landessprache. • Ökonomisches Prinzip • Vorschlagswesen eines Betriebes beachten.	8
5.23.1 Die Lernenden verstehen den Nutzen des Marketings für den Detailhandel. K2	Die Lernenden unterscheiden die verschiedenen Ziele des Marketings (Umsatz, Kundenzufriedenheit, Marktanteils, Kundenfrequenz). Sie zeigen die systematische Vorgehensweise des Marketings auf.			V Fachgruppeninterne Verknüpfung mit den Leistungszielen 5.23.2 und 5.23.3. • Methoden zum Berechnen des Einzugsgebietes kennen lernen (Kreis-/Distanz-, Grenzmethodologie usw.). • Standortwahlkriterien: Marktpotential, -volumen, -anteil.	5
5.23.2 Die Lernenden können die Marketing-Instrumente ihres Lehrbetriebes erklären. K2	Die Lernenden beschreiben den Einsatz der Marketing-Instrumente im Lehrbetrieb und begründen deren Einsatz.			P Paar-/oder Einzelarbeit. Präsentation der MI des Lehrgeschäftes. Einsatz. Nutzen.	5

5.23.3 Die Lernenden verstehen das Zusammenspiel zwischen Werbung und verkaufsfördernden Massnahmen. K2	Sie umschreiben die Auswirkungen von Marketingmassnahmen auf den Handelsbetrieb. Sie zeigen den Marketingmix auf und übertragen einzelne Elemente auf ihren Lehrbetrieb.	Die Lernenden erarbeiten mit der Reizwortmethode einen Marketingplan einer fiktiven Firma.		V Schnittstelle mit dem Fachbereich Wirtschaft (ev. Zusammen eine fiktive Firma gründen).	5
5.23.4. Die Lernenden können aktuelle Erkenntnisse der Marktforschung auf ihre Betriebe übertragen. K3	Die Lernenden erstellen eine Kundensegmentierung ihres Lehrbetriebes. Sie unterscheiden die wichtigsten Methoden der Primär- und der Sekundärforschung.	Die Lernenden erstellen mit der Fragebogentechnik einen Fragebogen, den sie in einer praktischen Kundenbefragung einsetzen.		<ul style="list-style-type: none"> • Kundenumfrage – Zufriedenheit, Einkaufsgründe usw. • Nielsen- und IHA-Studien 	5

- Total 37 Lektionen