

**Curriculare Vorgaben**  
**für die Klasse II der**  
**zweijährigen Fachschule**  
**- Agrarwirtschaft -**  
**Schwerpunkt Marketing**

Durch die **Curricularen Vorgaben** werden auf der Grundlage der von der Kultusministerkonferenz (KMK) beschlossenen Rahmenvereinbarung didaktische Grundzüge formuliert; diese sind keine Rahmenrichtlinie mit verbindlichen Lernzielen und Lerninhalten für die Unterrichtsfächer der Stundentafel.

Bei der Erstellung dieser curricularen Vorgaben haben folgende Lehrkräfte an öffentlichen berufsbildenden Schulen sowie Vertreter der Schulaufsicht mitgewirkt:

Dayen, Thekla, LRSD', Lüneburg

Hasemann, Dietmar, OStR, Hannover

Henkensmeier, Günter, StD, Hannover

Loer, Heidrun, StR', Stade

Mühlenhoff, Ulrich, LRSD, Osnabrück

Plieth, Dr. Heinz-Eckard, StR, Celle

Rathjen, Albert, StD, Bremervörde

Steffen, Hartmut, OStR, Aurich

Stein, Peter, OStR, Hannover

Wegener, Dr. Karl-Ernst, StR, Northeim

Diese Curricularen Vorgaben wurden nachträglich digitalisiert. Hieraus können sich optische Abweichungen gegenüber dem Original in der ursprünglichen Druckfassung ergeben.

Bezugsquelle: [www.bbs.nibis.de](http://www.bbs.nibis.de)

# Inhaltsverzeichnis

	Seite	
1	Vorbemerkungen	1
2	Berufsbild und Bildungsziel	1
3	Didaktische Struktur des Bildungsganges	2
4	Methodische Leitlinien des Bildungsganges	2
5	Studentafel, Prüfung	4
6	Zielbeschreibungen der Unterrichtsfächer	5
6.1	Betriebswirtschaft	5
6.2	Angewandte Naturwissenschaften	9
6.3	Unternehmensführung	13
6.4	Marketing	19

## 1 Vorbemerkungen

Die Curricula der Fachschulen im Agrarbereich wurden in Anlehnung an die KMK-Rahmenvereinbarung über Fachschulen mit zweijähriger Ausbildungsdauer neu geordnet.

Ziel dieser Neuordnung ist es, ein standortspezifisches bedarfsgerechtes Fachschulangebot im Agrarbereich zu ermöglichen. Dementsprechend sind die Curricula so angelegt, daß die Schulen Gestaltungsfreiräume nutzen können, um inhaltlich und organisatorisch ein entsprechendes Konzept zu entwickeln.

Von der Schule festgelegt werden

- a) inhaltlich
  - der Stundenanteil der Fächer, die mit einer Klammer versehen sind,
  - der Umfang der Handlungsfelder der Fächer innerhalb der vorgegebenen Spannbreite an Stunden,
  - die zu bearbeitenden Handlungsfelder und -bereiche,
  - ggf. weitere zu ergänzende Handlungsbereiche nach regionalen Bedürfnissen,
  - die konkrete Ausgestaltung der Lernsituationen,
- b) organisatorisch
  - Unterricht in Vollzeit- oder Teilzeitform,
  - Organisation des Unterrichts auch in Form von Modulen (Bausteinen).

Für ein Unterrichtsangebot in Form von Modulen ist zu beachten:

Die Module müssen in sich geschlossene Lernangebote darstellen und innerhalb des Bildungsganges in einem sinnvollen Zusammenhang stehen. Sie werden aufgrund von mündlichen und schriftlichen Leistungsnachweisen abschließend benotet. Erfolgreich abgeschlossene Module können zertifiziert werden. Sie gelten als erfolgreich absolviert, wenn insgesamt mindestens die Note „ausreichend“ erzielt wird.

## 2 Berufsbild und Bildungsziel

### Zweijährige Fachschule - Agrarwirtschaft - Schwerpunkt Marketing

Voraussetzung zum Besuch der zweijährigen Fachschule - Agrarwirtschaft - Schwerpunkt Marketing ist der erfolgreiche Abschluß einer einjährigen Fachschule des Berufsfeldes Agrarwirtschaft und einer insgesamt fünfjährigen geeigneten Berufspraxis.

Staatlich geprüfte Betriebswirtinnen und staatlich geprüfte Betriebswirte der Fachrichtung Agrarwirtschaft werden als führende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im mittleren Produktions- und Dienstleistungsbereich bzw. als selbständige Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter in ihrem Berufsbereich tätig. Sie bearbeiten selbständig betriebliche Probleme im Bereich der planerischen Gestaltung, der Betriebsorganisation und -finanzierung, der Wirtschaftlichkeitsprüfung und der Entwicklung und Umsetzung neuer marktabhängiger Ziele. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen neben einer fundierten Fachkompetenz auch über vertiefte kaufmännische Kenntnisse und Fähigkeiten.

Die Schülerinnen und Schüler müssen gleichermaßen befähigt werden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzuleiten, zu führen, zu motivieren und zu beurteilen. Im Rahmen ihres Kompetenzbereiches müssen sie außerbetriebliche Kontakte nutzen und pflegen. Beides setzt eine umfassende Kommunikations- und Gesprächsfähigkeit voraus.

Der gezielte Einsatz von Fremdsprachenkenntnissen in der betrieblichen Praxis gewinnt angesichts der zunehmenden internationalen Verflechtungen an Bedeutung.

### 3 Didaktische Struktur des Bildungsganges

Der Bildungsgang zielt darauf ab, berufliche Handlungskompetenz zu erweitern. Die berufliche Handlungskompetenz umfaßt u. a. Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz.

Fachkompetenz ist die Fähigkeit und Bereitschaft, Aufgabenstellungen selbständig und fachgerecht zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen.

Methodenkompetenz bezeichnet die Fähigkeit und Bereitschaft zu zielgerechtem, planmäßigem Vorgehen bei der Bearbeitung beruflicher Aufgaben und Probleme. Hierbei werden gelernte Denkmethode und Arbeitsverfahren bzw. Lösungsstrategien zur Bewältigung von Aufgaben und Problemen zunehmend selbständig angewandt und ggf. weiterentwickelt. Hierzu gehört auch der Erwerb, die Anwendung und Weiterentwicklung von Lerntechniken und Lernstrategien sowie die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen.

Sozialkompetenz ist die Fähigkeit und Bereitschaft, einerseits als Individuum die eigenen Entwicklungsmöglichkeiten in Beruf, Familie und Gesellschaft zu erfassen und umzusetzen, andererseits aber auch soziale Bedürfnisse und Interessenlagen zu verstehen und sich verantwortungsvoll damit auseinanderzusetzen. Angestrebt wird die verantwortliche Gestaltung der eigenen persönlichen Entwicklung sowie der sozialen Beziehungen in Arbeitswelt und Gesellschaft.

Demgemäß wird die didaktische Struktur des Bildungsganges bestimmt durch Handlungsfelder, in denen sich berufliches Handeln der Fachschulabsolventinnen und -absolventen vollzieht. Die Handlungsfelder werden durch Handlungsbereiche konkretisiert. Dabei stehen handlungssystematische Gesichtspunkte im Vordergrund. Die fachsystematische Anordnung der Inhalte aus den wissenschaftlichen Bezugsdisziplinen ist dem handlungssystematischen Prinzip unterzuordnen. Im Zentrum des Unterrichts stehen problemhaltige berufsrelevante Lernsituationen. An ihnen werden fachliche, methodische und soziale Kenntnisse und Fähigkeiten erworben und für die Bearbeitung neuer Praxisprobleme bereitgestellt.

Die Spannbreite an Unterrichtsstunden für die einzelnen Handlungsfelder weist darauf hin, daß diese bei entsprechender Schwerpunktsetzung in anderen Bereichen u. U. überhaupt nicht behandelt werden. Gleiches trifft für die aufgeführten Handlungsbereiche innerhalb der Handlungsfelder zu. Die Festlegung der Handlungsfelder und Handlungsbereiche sowie ihres zeitlichen Umfangs erfolgt vor Schuljahresbeginn standort- und nachfrageorientiert durch die zuständige Fachkonferenz. Es sei an dieser Stelle auch ausdrücklich darauf hingewiesen, daß es sich bei den im Abschnitt 6 ausgewiesenen Lernsituationen um beispielhafte Vorschläge handelt, die jederzeit durch andere standortspezifische und lerngruppengerechte Lernsituationen ersetzt und ergänzt werden können. In allen berufsbezogenen Fächern stellen die Lernsituationen konkrete berufliche Probleme und Situationen in den Mittelpunkt. Die Komplexität, die sich aus diesem Vorgehen ergibt, erfordert inhaltliche, organisatorische und methodische Absprachen unter den Lehrkräften der sich ergänzenden Handlungsbereiche. Entsprechende Hinweise finden sich in den „Ergänzenden Hinweisen“ zu den Handlungsfeldern der Fächer in Abschnitt 6.

### 4 Methodische Leitlinien des Bildungsganges

Um berufliche Handlungskompetenz zu fördern, sind Unterrichtsmethoden zu wählen, die zu selbständigem Problemlösen und Entscheiden, zu kooperativem Lernen sowie zu Kreativität und Innovation befähigen. Dabei kann ein zeitweises lehrerzentriertes methodisches Vorgehen sinnvoll integriert werden.

Ausgangspunkt des Lernens bildet eine konkrete berufliche Problemstellung (Lernsituation). Die Orientierung an der betrieblichen Wirklichkeit wird auch die Erarbeitung von Problemstellungen in Unternehmen erfordern. Organisatorische und methodische Absprachen der Fachlehrkräfte sind in diesem Zusammenhang unerlässlich.

Die Problemstellungen müssen an das praktische und theoretische Vorwissen der Lernenden und an deren Motivation anknüpfen. Die Komplexität der Problemstellung steigt dabei vom Anfangsniveau zu Beginn der Ausbildung, das durch die Eingangsvoraussetzungen der Lernenden bestimmt ist, entsprechend dem Bildungsziel an. Die Unterrichtsmethodik zielt in allen Fächern darauf ab, die Lernenden in der exakten Formulierung beruflicher, insbesondere betrieblicher Probleme sowie in der sachlogischen und folgerichtigen Planung, Umsetzung und Kontrolle entsprechender Problemlösungsstrategien zu schulen.

Die Nutzung von EDV-Anwender- bzw. -Simulationsprogrammen im Unterricht ist unabdingbar. Auch sollte eine zunehmend selbständige Nutzung von Informationssystemen, Fachliteratur und außerschulischen Experten (z. B. Agrarverwaltung, regionale Beratungsringe, Forschungs- und Versuchsbetriebe, Fachschulen und Fachhochschulen) durch die Lernenden angestrebt werden.

In allen Fächern sind die methodischen Handlungsmuster so zu wählen, daß sich fachliche mit methodischen und sozialen Lernprozessen im Sinne des o. a. Kompetenzerwerbs verknüpfen lassen. Dem Bildungsziel entsprechend müssen die Lernergebnisse für alle drei Bereiche reflektiert und bewertet werden.

## **Projektarbeit**

Der Projektarbeit kommt im vorliegenden Bildungsgang besondere Bedeutung zu.

Projektgegenstand und Projektziel müssen mit den Schülerinnen und Schülern abgestimmt werden. Die Projektabwicklung verlangt von den Lernenden, selbständig Probleme zu erkennen, zu analysieren, zu strukturieren, zu beurteilen und Lösungsstrategien zu entwickeln sowie Lösungen zu dokumentieren und zu präsentieren.

Die Projektdurchführung kann sich an folgenden Phasen orientieren:

- Projektaufgabendefinition
- Projektplanung
- Projektsteuerung und -überwachung
- Projektinformation (Berichte)
- Projektdokumentation
- Projektpräsentation
- Projektreflexion

Für die Projektarbeit kann in den Stundenplänen ein entsprechender Zeitraum ausgewiesen werden. Sie wird von einer Lehrkraft bzw. einem Lehrerteam betreut und bewertet. Alle aktuell unterrichteten Fächer haben stützende Funktion. Die Organisation des Lehrereinsatzes sollte die für die Projektarbeit erforderliche Teamarbeit der Lehrkräfte berücksichtigen.

Die Themen der Projektarbeit werden in Besprechungen koordiniert und festgelegt.

Für jedes Projekt wird eine Dokumentation erstellt. Sie ist wesentliche Grundlage der Leistungsbewertung; dazu sind weiterhin die Projektplanung und -durchführung sowie ggf. Zwischenberichte und die Präsentation hinzuzuziehen.

## 5 Stundentafel, Prüfung

Der Unterricht der Klasse I wird nach der Stundentafel der einjährigen Fachschule  
- Agrarwirtschaft - erteilt.

Stundentafel für die Klasse II der zweijährigen Fachschule - Agrarwirtschaft - Schwerpunkt  
Marketing

Unterrichtsfächer	Zahl der Wochenstunden
Deutsch / Kommunikation	7
Fremdsprache	
Politik	
Mitarbeiterführung / Berufs- und Arbeitspädagogik	10
Betriebswirtschaft	
Angewandte Naturwissenschaften	15 <sup>2)</sup>
Unternehmensführung	
Marketing	
Unterrichtsstunden der Klasse pro Woche <sup>1)</sup>	32

1) Im Rahmen des Unterrichts werden Übungen an einer Lehranstalt für Agrartechnik (DEULA) durchgeführt.

2) mit Übungen

Fächer der schriftlichen Prüfung sind

- a) Mitarbeiterführung / Berufs- und Arbeitspädagogik
- b) Betriebswirtschaft
- c) Unternehmensführung
- d) Marketing

Wird eine Projektarbeit durchgeführt, kann der Prüfungsausschuß bestimmen, daß die Klausurarbeit in dem Prüfungsfach oder der Fächergruppe mit dem größten Projektanteil entfällt.

## **6 Zielbeschreibungen der Unterrichtsfächer**

### **6.1 Betriebswirtschaft**

#### **Unterrichtliche Einordnung**

Im Fach Betriebswirtschaft setzen sich die Schülerinnen und Schüler in den Handlungsfeldern „Unternehmensrechnung“, „Analyse und Bewertung des Unternehmens“ und „Gestaltungsmöglichkeiten zur Optimierung der Steuer- und Abgabenlast“ mit Erkenntnissen und Verfahren auseinander, die verwaltende Tätigkeiten mit wirtschaftlichem Handeln im Betrieb verbinden.

Die Analyse und Beurteilung des Unternehmens auf der Basis eines unternehmensinternen Dokumentations- und Buchführungssystems stehen im Mittelpunkt dieses Faches, wobei auch steuerliche Aspekte berücksichtigt werden.

Die in diesem Fach behandelten Handlungsfelder sind insbesondere mit denen der Fächer Unternehmensführung und Marketing abzustimmen. Die Lernsituationen stellen in der Regel komplexe Problemstellungen dar, bei deren Lösung fächerübergreifendes Arbeiten anzustreben ist.

Unterrichtliches Ziel ist es, dafür geeignete Handlungsstrategien zu entwickeln.



UNTERRICHTSFACH: <b>Betriebswirtschaft</b>		Summe Stunden 400 (incl. Angewandte Naturwissenschaften)
HANDLUNGSFELD B 1		Spannbreite an Stunden: 40 - 80
<b>Unternehmensrechnung</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
B 1.1 Dokumentation von Geld- und Güterströmen	Zusammenstellung der Anforderungen an ein ent- wicklungsfähiges und effizientes System des be- trieblichen Rechnungswesens Folgende Aspekte sind zu berücksichtigen: - allgemeine Büroorganisation - Erstellung Kontenplan - Belegorganisation - steuerliche Auflagen - Gewinnung innerbetrieblicher Kennwerte - Prüfung sowie Beurteilung des Angebotes von Buchstellen und Programmanbietern	
B 1.2 Nutzung des betrieblichen Rech- nungswesens in der Unterneh- mensführung	Gewinnung relevanter Daten mit Hilfe des Rech- nungswesens agrarischer/kaufmännischer Unter- nehmen zur Beurteilung unternehmerischer Ent- scheidungen	
Ergänzende Hinweise:  Einsatz und Auswahl des EDV- gestützten Dokumentations- und Buchführungssystems kann auch mit entsprechenden Lernsituationen anderer Fächer und Handlungsbereiche kombiniert werden.		

UNTERRICHTSFACH: <b>Betriebswirtschaft</b>		Summe Stunden 400 (incl. Angewandte Naturwissenschaften)
HANDLUNGSFELD B 2		Spannbreite an Stunden: 80 - 120
<b>Analyse und Bewertung des Unternehmens als Grundlage operativer und strategischer Entscheidungen</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
B 2.1 Detaillierte Analyse vorgeschriebener Jahresabschlüsse	Überprüfen der Entwicklungsfähigkeit / Kreditwürdigkeit des Unternehmens Prüfen einer Beteiligung des Unternehmens an einer Vermarktungsorganisation / Kooperation	
B 2.2 Controlling als Steuerungsinstrument	Entwickeln und anwenden eines für das Unternehmen spezifischen Kennzahlen- und Leistungs-Kostenrechnungssystems Anwenden von Controllinginstrumenten als Mittel zur Entwicklung von Absatz und Beschaffungsstrategien sowie zur Optimierung des Zahlungsverkehrs Erstellen und auswerten von Deckungsbeitragsrechnungen und Betriebszweigabrechnungen (Kosten- und Erlöscontrolling) zur Entwicklung von Handlungsplänen	
Ergänzende Hinweise:		
Der Einsatz und die Entwicklung von Anwendungen auf der Basis von Standardsoftware ist sinnvoll.		
Die Auswertung der Buchführungsergebnisse und der Produktions- und Kostenkontrolle sind mit den Fächern Marketing und Unternehmensführung abzustimmen.		

UNTERRICHTSFACH: <b>Betriebswirtschaft</b>		Summe Stunden 400 (incl. Angewandte Naturwissenschaften)
HANDLUNGSFELD B 3		Spannbreite an Stunden: 40 - 120
<b>Gestaltungsmöglichkeiten zur Begrenzung der Steuer- und Abgabelasten</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
B 3.1 Optimierung persönlicher Steuern und Sozialabgaben	Erfassen und Bewerten steuerlicher und rechtlicher Wirkungen (Einkommensteuerprüfung / -erklärung). Die Gestaltungsbereiche der Bewertung und Abzugsmöglichkeiten stehen dabei im Mittelpunkt. Ermitteln der optimalen Kombination aus Steuer- und Sozialbeitragslasten für einen Mehrgenerationen - Unternehmerhaushalt (Einkommensverteilung bei Arbeitsvertrag, Mitunternehmerschaft, Pachtvertrag, ...)	
B 3.2 Lohn- und Gehaltsabrechnung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Durchführung von Lohn- und Gehaltsabrechnungen für vollzeit-, teilzeit- und saisonal beschäftigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ableiten von Produktivitätskennzahlen	
B 3.3 Umsatzbesteuerung	Abrechnen der Umsatzsteuer und Möglichkeiten der Gestaltung an einem konkreten Beispiel	
B 3.4 Spezielle Fragen der Unternehmensbesteuerung	Abgrenzung nichtgewerblicher von gewerblichen Betriebszweigen am Beispiel einer Wirtschaftlichkeitsprüfung (Ausdehnung der Direktvermarktung als tragenden Betriebszweig) Feststellen der voraussichtlichen Steuerlast und der Zahlungsmodalitäten Erfassen der Anrechnungsmodalitäten bei Körperschaftssteuern für Mitglieder von Kapitalgesellschaften und Genossenschaften	
Ergänzende Hinweise: Verknüpfung mit U 1.3 und U 2		

## **6.2 Angewandte Naturwissenschaften**

### **Unterrichtliche Einordnung**

Der Unterricht im Fach Angewandte Naturwissenschaften baut auf den Kenntnissen und Fähigkeiten auf, die die Schülerinnen und Schüler in ihrer beruflichen Erstausbildung und nachfolgender Berufspraxis sowie in der einjährigen Fachschule - Agrarwirtschaft - erworben haben.

Naturwissenschaftliche Kenntnisse und Fähigkeiten werden im Unterricht erweitert und vertieft, um sie zur Entwicklung betrieblicher Handlungsstrategien zu nutzen. Hierbei wird berücksichtigt, daß neben betrieblichen Produktionsstrategien das Schwergewicht auf die Verarbeitung und den Absatz der Erzeugnisse zu legen ist.

UNTERRICHTSFACH: <b>Angewandte Naturwissenschaften</b>		Summe Stunden 400 (incl. Betriebswirtschaft)
HANDLUNGSFELD AN 1		Spannbreite an Stunden: 0 - 160
<b>Qualitätsmanagement bei der Erstellung pflanzlicher Produkte</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
AN 1.1 Qualitätssicherung bei der Erzeugung pflanzlicher Produkte	<p>An ausgewählten Beispielen sollen die Vor- und Nachteile bei der Herstellung standardisierter, am Markt ausgerichteter Produkte sowie Möglichkeiten der Qualitäts- und Vermarktungsverbesserung durch Einsatz von Qualitätssicherungssystemen in Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung verglichen werden.</p> <p>Berücksichtigt werden sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung von Qualitätszielen nach Markterfordernissen sowie betriebliche und rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>- Produktions- und Verarbeitungsstandardisierung</li> <li>- Dokumentation</li> <li>- Betriebliche und überbetriebliche Organisationsformen der Qualitätssicherung</li> <li>- Zertifizierung des Betriebes</li> <li>- Statische und dynamische Formen der Qualitätssicherung: Qualitätsmanagementsysteme und Total-Quality-Management</li> </ul>	
AN 1.2 Qualitätssicherung bei der Verarbeitung pflanzlicher Produkte		
AN 1.3 Qualitätssicherung bei der gärtnerischen und floristischen Verarbeitung pflanzlicher und nichtpflanzlicher Werkstoffe		
Ergänzende Hinweise:		

UNTERRICHTSFACH: <b>Angewandte Naturwissenschaften</b>		Summe Stunden 400 (incl. Betriebswirtschaft)
HANDLUNGSFELD AN 2		Spannbreite an Stunden: 0 - 120
<b>Qualitätsmanagement bei der Erstellung tierischer Produkte</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
AN 2.1 Qualitätssicherung bei der Erzeugung tierischer Produkte	Analysieren und Bewerten von Vor- und Nachteilen der Qualitätszertifizierung eines fleischerzeugenden / milcherzeugenden Betriebes	
AN 2.2 Qualitätssicherung bei der Verarbeitung tierischer Produkte	Landwirtschaftliche Qualitätsfleischprogramme mit Qualitätszertifikat? Qualitätszertifizierung in der Fleischverarbeitung und ihre Konsequenzen für tierhaltende Betriebe Entwickeln eines Qualitätssicherungssystems in einem milchverarbeitenden Betrieb	
Ergänzende Hinweise:		

UNTERRICHTSFACH: <b>Angewandte Naturwissenschaften</b>		Summe Stunden 400 (incl. Betriebswirtschaft)
HANDLUNGSFELD AN 3		Spannbreite an Stunden: 0 - 160
<b>Verwendung und Verwertung von Reststoffen unter Berücksichtigung ökonomischer und ökologischer Rahmenbedingungen</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
AN 3.1 Einsatz und Verwertung von Reststoffen in der Landwirtschaft	Einsetzen organischer Reststoffe (z. B. Gülle, Klärschlamm, Prozeßwasser) im Pflanzenbau Einsetzen organischer Reststoffe (z. B. Schlempe, Sägespäne) in der tierischen Produktion Aufbereiten kommunaler Abfälle unter Beachtung qualitativer, hygienischer, ökonomischer und rechtlicher Aspekte	
AN 3.2 Einsatz und Verwertung von Reststoffen im Gartenbau	Analysieren und Bewerten des Einsatzes von Müllkomposten im Gartenbau	
AN 3.3 Verwendung floristischer Werkstoffe	Beurteilen des Einsatzes verschiedener Werkstoffe beim Kranzbinden unter Beachtung der Reststoffentsorgung	
Ergänzende Hinweise:		

## **6.3 Unternehmensführung**

### **Unterrichtliche Einordnung**

Im Fach Unternehmensführung setzen sich die Schülerinnen und Schüler zum einen mit Wirtschaftlichkeitsberechnungen von Betriebsteilen, der Analyse des Unternehmens im Wettbewerb sowie der Planung der Unternehmensentwicklung einschließlich Investitions- und Finanzierungsfragen auseinander. Darüber hinaus sind in den Handlungsfeldern U 4 und U 5 Möglichkeiten einer ziel- und funktionsorientierten Unternehmensorganisation sowie logistische Entscheidungen agrarwirtschaftlicher Unternehmen zu bearbeiten.

Ebenso sollen durch Trainingsverfahren zur Persönlichkeitsbildung solche persönlichen Fähigkeiten von Unternehmerinnen und Unternehmern sowie von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gefördert werden, durch die sich Unternehmenserfolg und Unternehmensentwicklung positiv beeinflussen lassen.

Eine Abstimmung mit den entsprechenden Handlungsbereichen, insbesondere der Fächer Betriebswirtschaft und Marketing, ist erforderlich, da das Fach Unternehmensführung auch der Erarbeitung von Entscheidungsalternativen im Fach Marketing dient.

Die Lernsituationen stellen in der Regel komplexe Problemstellungen dar, bei deren Lösung fächerübergreifendes Arbeiten anzustreben ist.

Unterrichtliches Ziel ist es, dafür geeignete gesamtbetriebliche Handlungsstrategien zu entwickeln.



UNTERRICHTSFACH: <b>Unternehmensführung</b>		Summe Stunden 600 (incl. Marketing)
HANDLUNGSFELD U 1		Spannbreite an Stunden: 40 - 120
<b>Entscheidungen zur Unternehmensgründung und -entwicklung</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
U 1.1 Systematische Standort- und Bedingungsanalyse der eigenen Situation und der der Mitbewerber	<p>Anhand eines Unternehmens</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- betriebliche und regionale Ressourcen erfassen und hinsichtlich ihrer Bedeutung für eine mögliche Unternehmensentwicklung bzw. -gründung beurteilen</li> <li>- eine Checkliste als Soll-Ist-Vergleich in den Bereichen Bilanz, Produktions- und Vertriebs-erfolg unter Berücksichtigung kritischer Variablen entwickeln und anwenden</li> <li>- die Situation der Mitbewerber erfassen und analysieren</li> </ul>	
U 1.2 Methoden und Instrumente der strategischen Planung zur Entwicklung von Unternehmensperspektiven unter Berücksichtigung der Risiken	<p>Ausgehend von der</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stärke-Schwächen-Analyse zur Position des eigenen Unternehmens und der der Mitbewerber</li> <li>- Ressourcen-Analyse (sachliche, finanzielle, personale Mittel)</li> </ul> <p>mittel- und langfristige Unternehmensvisionen entwickeln und ökonomische sowie persönliche Unternehmensziele anhand ausgewählter Situationen formulieren, hierarchisieren und abstimmen</p> <p>Geeignete Planungsmethoden fachgerecht auf Fallbeispiele anwenden</p> <p>Chancen und Risiken für konkrete Entscheidungssituationen im Rahmen einer Chancen-Risiko-Analyse qualitativ und quantitativ erfassen</p>	
U 1.3 Gründung und Aufbau eines Unternehmens, Teilbetriebes oder Betriebszweiges	<p>In einem Projekt die notwendigen planerischen Schritte für die Gründung eines Unternehmens (Teilbetriebes, Betriebszweiges, ...) und die nachfolgende Aufbauphase entwickeln und dokumentieren</p>	
Ergänzende Hinweise:		
Der Einsatz von Tabellenkalkulationsprogrammen zur Kalkulation und Simulation ist sinnvoll.		

UNTERRICHTSFACH: <b>Unternehmensführung</b>		Summe Stunden 600 (incl. Marketing)
HANDLUNGSFELD U 2		Spannbreite an Stunden: 40 - 160
<b>Entscheidungen über Investitionen und Finanzierungsformen</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
U 2.1 Strukturierung des Investitionsplanungsprozesses	<p>An dem konkreten Fall eines umfassenden Investitionsvorhabens die Phasen der Planung von der Anregung der Investition bis zu ihrer Realisierung und Kontrolle durchlaufen</p> <p>Anwenden von qualitativen (z. B. Nutzwertanalyse) und quantitativen (z. B. Investitionskostenkalkulationsmethoden) Auswahlkriterien unter Berücksichtigung steuerlicher Aspekte</p>	
U 2.2 Entwicklung alternativer Finanzierungskonzepte	<p>Finanzierungsquellen analysieren sowie bewerten und für ein konkretes Beispiel in einen abgestimmten Finanzplan einbringen</p> <p>Überprüfen der Kreditwürdigkeit, der Kreditsicherheit und der Liquiditätsentwicklung</p>	
Ergänzende Hinweise:		

UNTERRICHTSFACH: <b>Unternehmensführung</b>		Summe Stunden 600 (inci. Marketing)
HANDLUNGSFELD U 3		Spannbreite an Stunden: 0 - 120
<b>Personalmanagement</b>		
HANDLUNGSBEREICHE		LERNSITUATIONEN (Beispiele)
U 3.1 Persönlichkeitsbildung für Unternehmerinnen und Unternehmer sowie für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter		<p>Für konkrete Problemstellungen aus dem Arbeitsfeld und sozialem Umfeld der Teilnehmerinnen und Teilnehmer Lösungsstrategien entwickeln und anwenden</p> <p>Methoden der Konfliktlösung zur Verbesserung der Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit kennenlernen und umsetzen</p> <p>Spezielle, persönlichkeitsfördernde Trainingsverfahren (Streßmanagement, Zeitmanagement, Förderung der Sicherheit im Denken und Handeln, Entwicklung der Lernfähigkeit, Einsatz von Kreativitätstechniken zur Lösung betrieblicher Probleme, ...) an konkreten Beispielen bzw. Anlässen durchführen</p>
U 3.2 Entwicklung eines Unternehmensleitbildes		In einem agrarwirtschaftlichen Betrieb die Unternehmerfamilie und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Methoden des Persönlichkeitstrainings auf ein gemeinsames Unternehmenskonzept (Kundenorientierung, Produktqualität, Firmenimage, Kooperationsbereitschaft, ...) hin orientieren
Ergänzende Hinweise:		
Eine Abstimmung mit den Fächern Deutsch / Kommunikation und Mitarbeiterführung / Berufs- und Arbeitspädagogik ist sinnvoll.		

UNTERRICHTSFACH: <b>Unternehmensführung</b>		Summe Stunden 600 (incl. Marketing)
HANDLUNGSFELD U 4		Spannbreite an Stunden: 40 - 80
<b>Ziel- und funktionsorientierte Unternehmensorganisation</b>		
HANDLUNGSBEREICHE		LERNSITUATIONEN (Beispiele)
U 4.1 Erfassen und Fortentwicklung der Aufbauorganisation ausgewählter Unternehmen		Für ein konkretes Beispielunternehmen des vor- und nachgelagerten Bereiches der Agrarwirtschaft die Stellen und Abteilungen sowie die Leitungs- und Kommunikationssysteme erfassen und analysieren  Für ein expandierendes Unternehmen der Agrarwirtschaft eine optimale Aufbauorganisation entwickeln
U 4.2 Verbesserung der Ablauforganisation durch Abstimmung von Personal, Raum und Zeit für die Erreichung spezifischer ökonomischer und sozialer Ziele		Für das o. a. Unternehmen mit Hilfe geeigneter Instrumente der Standardisierung, der Arbeitszerlegung / Spezialisierung und ganzheitlicher Ansätze eine optimierte Ablauforganisation entwickeln und mit der Aufbauorganisation abstimmen
U 4.3 Möglichkeiten der Organisation von Produktion und Dienstleistung		Organisationstypen der Fertigung für die Agrarproduktion prüfen
U 4.4 Verfahren der Materialwirtschaft		Für das o. a. Unternehmen die Aufgaben- und Entscheidungsfelder Beschaffung, Transport und Lagerhaltung bearbeiten und aufeinander abstimmen
Ergänzende Hinweise:  Die Handlungsbereiche sind mit dem Handlungsfeld U 1 und den Handlungsfeldern in den Fächern Angewandte Naturwissenschaften und Marketing abzustimmen.		

UNTERRICHTSFACH: <b>Unternehmensführung</b>		Summe Stunden 600 (incl. Marketing)
HANDLUNGSFELD U 5		Spannbreite an Stunden: 40 - 80
<b>Entscheidungen in der Logistik agrarwirtschaftlicher Unternehmen</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
U 5.1 Verfahren der Beschaffungslogistik	Entwickeln einer Beschaffungsstrategie, bei der sowohl die Elemente der marktgerichteten Beschaffungspolitik als auch alternative strategische Verhaltensweisen im Bereich der Beschaffung integriert sind	
U 5.2 Transportsysteme	Die Vielzahl der Fördermittel und Transportmethoden für die Ablaufsteuerung der Gütermengen koordinieren, um einen hohen Servicegrad und kurze Transportzeiten in der gesamten Abwicklungskette zu erreichen	
U 5.3 Lager und Kommissioniersystem	Für die Strukturen und den Materialfluß des Gesamtsystems Entscheidungstatbestände entwickeln, die u. a. den Wareneingang, die Identifikation, das Ein- und Auslagern sowie das Kommissionieren bis zum Warenausgang umfassen	
U 5.4 Produktionslogistik	Entwickeln einer materialflußgerechten Struktur, in der die Ziele, die Einflußfaktoren und der Ablauf der (Fabrik-)Planung aufeinander abgestimmt werden müssen  Die Funktion der Produktionsplanung und Steuerung (PPS) und die dazu nötigen Systeme erarbeiten	
U 5.5 Distributionslogistik	Entwicklung eines Konzeptes, um die richtige Ware in der richtigen Menge und Qualität zum richtigen Zeitpunkt an den richtigen Ort gelangen zu lassen	
U 5.6 Entsorgung	Ökologische und ökonomische Ziele bei den notwendigen Aufbereitungs- und Entsorgungsprozessen in Einklang bringen	
Ergänzende Hinweise:  Ganzheitliches Logistiksystem (GLS) zu den vor- bzw. nachgelagerten Bereichen muß die Lernbereiche übergreifen.		

## **6.4 Marketing**

### **Unterrichtliche Einordnung**

Im Fach Marketing soll der Schwerpunkt auf der Entwicklung eines umfassenden Marketingkonzeptes für ein größeres Unternehmen der Agrarwirtschaft, des Ernährungs- bzw. Dienstleistungsgewerbes liegen.

UNTERRICHTSFACH: <b>Marketing</b>		Summe Stunden 600 (incl. Unternehmensführung)
HANDLUNGSFELD M 1		Spannbreite an Stunden: 40 - 80
<b>Erstellung von Entscheidungsgrundlagen und des Zielkataloges für die Marketingkonzeption</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
M 1.1 Analyse von Markt- und Wettbewerbsverhältnissen im Rahmen der Erfassung der externen Rahmenbedingungen (Umweltanalyse)	<p>Für ausgewählte Teilmärkte (Produkte) Instrumente der ökoskopischen und demoskopischen Marktforschung anwenden und optimieren wie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Datengewinnung über Sekundärforschung und Primärforschung (Befragung, Beobachtung, Panel)</li> <li>- Datenanalyse (Prognosen) mit Hilfe ausgewählter Verfahren (Regressionsanalyse, Portfolio-Analyse, ...)</li> </ul> <p>Zum Zweck der Marktpositions-Analyse geeignete Instrumente bezüglich folgender Aspekte anwenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilmärkte / Marktsegmente / Marktanteile</li> <li>- Stückkosten-Marktpreisrelationen / Wertschöpfung</li> <li>- Produkt- / Innovationsvorteile</li> <li>- Phasenstellungen im Produktionslebenszyklus/ Altersprofil</li> <li>- Produktmix (Sortiment), Rentabilitätsprofil</li> </ul>	
M 1.2 Erstellen von Marketingzielen auf der Basis von Umwelt- und Unternehmensanalysen	<p>Anhand der Ergebnisse externer und interner Analysen (Stärken-Schwächen-Analyse, Chancen-Risiken-Analyse) strategische Marketingziele des Unternehmens formulieren und abstimmen</p> <p>Zielkonflikte erfassen und Lösungsmöglichkeiten aufzeigen</p>	
Ergänzende Hinweise:		
Die Handlungsbereiche sind mit dem Handlungsfeld U 1 abzustimmen und werden von dort ergänzt.		

UNTERRICHTSFACH: <b>Marketing</b>		Summe Stunden 600 (incl. Unternehmensführung)
HANDLUNGSFELD M 2		Spannbreite an Stunden: 40 - 80
<b>Die Konzipierung von Marketingstrategien</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
M 2.1 Verfahren zur Strategiebestimmung	Auf der Basis der gewonnenen Analysedaten Entscheidungshilfen (Lebenszyklusanalyse, Erfahrungskurvenanalyse, Portfolioanalyse, wettbewerbsstrategische Analyse) erstellen und auswerten	
M 2.2 Arten und Ausprägungen von Marketingstrategien	An ausgewählten Teilmärkten Marktstimulierungsstrategien und Kooperationsstrategien erarbeiten Möglichkeiten der Integration von ökologischen Aspekten in die Marketingstrategie berücksichtigen	
M 2.3 Strategiewahl	Auswählen der Marketingstrategie unter Berücksichtigung der Unternehmensziele und der Ergebnisse der Unternehmensanalyse mit Hilfe von Nutzwertanalysen, Stärke-Schwäche- bzw. Chancen-Risikenanalyse	
Ergänzende Hinweise: Berücksichtigung von Handlungsbereichen aus U 1		



UNTERRICHTSFACH: <b>Marketing</b>		Summe Stunden 600 (incl. Unternehmensführung)
HANDLUNGSFELD M 3		Spannbreite an Stunden: 120 - 200
<b>Die Konzipierung des Marketingmix</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
M 3.1 Angebotspolitik zur Schaffung eines marktfähigen Produkts (Produktleistung)	<p>An Fallbeispielen Entscheidungen zur Produktgestaltung und zur Sortimentsbildung vorbereiten</p> <p>Bedingungen und Möglichkeiten der Produktdifferenzierung und -elimination analysieren</p> <p>Analysieren der</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantieleistungs- und Servicepolitik zur Gestaltung von Preisspielräumen</li> <li>- Preisfindung</li> <li>- Preisdifferenzierung</li> <li>- Rabatte und Konditionen</li> </ul>	
M 3.2 Distributionspolitik für ausreichende Verfügbarkeit des Produkts	<p>Die distributiven Beziehungen zwischen Unternehmen der Hersteller- und Handelsstufe für ausgewählte Teilmärkte erfassen und im Hinblick auf die Gründe für die Wahl der Absatzwege und des Einsatzes von Absatzvermittlern analysieren</p> <p>Stimulierungsstrategien mit Hilfe von Rabatten und Kontraktstrategien (Vertragshändler, ...) anhand eines konkreten Falls ableiten</p> <p>Das Retrodispositionssystem (Recycling, ...) als kostenintensives, aber auch als verkaufsförderndes bzw. ertragbringendes Problemlösungskonzept analysieren</p>	
M 3.3 Kommunikationspolitik zur Erarbeitung eines marktadäquaten Profils für das angebotene Produkt	<p>An Fallbeispielen Werbezielgruppen analysieren, adäquate Werbebotschaften entwerfen, zielgerichtet Werbemittel gestalten und mit Hilfe ausgewählter Werbeträger in zeitlicher Abstimmung einsetzen</p> <p>Überprüfen der Wirksamkeit derartiger Maßnahmen durch eine Kosten-Nutzen-Analyse</p> <p>Möglichkeiten der Verkaufsförderung als wesentliches Instrument des Marketing an konkreten Beispielen anwenden</p> <p>Maßnahmen der Public Relation, z. B. Informationsveranstaltungen, Pressegespräche, Vorträge, Stände, Sponsoring, planen und ihre absatzfördernde Wirkung abschätzen</p>	

UNTERRICHTSFACH: <b>Marketing</b>		Summe Stunden 600 (incl. Unternehmensführung)
HANDLUNGSFELD M 3		Spannbreite an Stunden: 120 - 200
<b>Die Konzipierung des Marketingmix</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
M 3.4 Kombination der Marketinginstrumente zum Marketingmix	<p>Marketinginstrumente für ausgewählte Absatzstrategien aufeinander abstimmen</p> <p>Einen Marketingplan mit folgenden Bestandteilen erstellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktsituation des Unternehmens</li> <li>- Marketingziele</li> <li>- Marketingstrategien</li> <li>- Marketingmaßnahmen</li> <li>- Marketingkosten</li> </ul>	
M 3.5 Marketingkontrolle	<p>Fortführen unternehmensinterner und -externer Analysen zum Abgleich mit den gesetzten Unternehmenszielen</p> <p>Prüfung der „Robustheit“ der Marketingkonzeption bezüglich der Unempfindlichkeit gegenüber Änderungen in den Umweltkonstellationen und gegenüber Fehlern beim Einsatz der Marketinginstrumente</p>	
<p>Ergänzende Hinweise:</p> <p>Der Einsatz der Marketinginstrumente sollte auch aus der Sicht der Beschaffung beurteilt werden.</p> <p>Das Marketingkonzept soll mit Hilfe der Projektmethode erstellt werden.</p>		

UNTERRICHTSFACH: <b>Marketing</b>		Summe Stunden 600 (incl. Unternehmensführung)
HANDLUNGSFELD M 4		Spannbreite an Stunden: 0 - 80
<b>Marketingkonzeption und gesamtunternehmerische Zusammenhänge</b>		
HANDLUNGSBEREICHE	LERNSITUATIONEN (Beispiele)	
M 4.1 Förderung von Marketingkonzepten auf nationaler und europäischer Ebene aus betrieblicher Sicht	Fördermöglichkeiten für Beispiele aus dem Einzugsbereich der Schule erfassen (z. B. Ziel 5-b-Mittel, CMA, ...)	
M 4.2 Auswirkungen einer konsequenten Marktorientierung auf das Unternehmensmanagement	Diskussion des Total Quality Managements und der Lean Production mit seinen Auswirkungen auf Unternehmen der Agrarwirtschaft	
Ergänzende Hinweise:		