| Angestrebte Kompetenzen des Lehrplans | Integrierbare KMK-Kompetenzen | Exemplarische Einstiegsszenarien |
| --- | --- | --- |
| Die Studierenden leiten aus den Unter­nehmenszielen Ziele der Beschaffung und Bereitstellung von Gütern und Dienst­leistungen ab und operationalisieren diese. Sie analysieren alternative Konzepte der Beschaffung und Bereit­stellung und wenden geeignete Dispositions- und Optimierungsverfahren an.  Die Studierenden beschaffen auch fremd­sprachige Informationen über Güter und Dienstleistungen und bereiten diese für die Auswertung auf. Sie erstellen ein Konzept für die Beurteilung von Liefer- und Dienstleistungsunternehmen, und führen die Auswertung durch.  Sie informieren Lieferanten und Dienst­leister über veränderte Anforderungen und andere Rahmenbedingungen der Beschaffung und Bereitstellung und verhandeln über Lösungen bis zum Vertragsabschluss auch in einer Fremd­sprache. Sie berücksichtigen die rechtlichen Rahmenbedingungen auch auf ausländischen Märkten. Sie wenden die Regeln des kunden- bzw. adressaten­orientierten Schriftverkehrs an.  Sie identifizieren ökonomische, rechtliche, ökologische und politische Risiken der Beschaffung bzw. Bereitstellung auf in- und ausländischen Märkten, bewerten diese und vertreten ihre Entscheidung. Sie planen den Arbeitsablauf vom Eingang der Güter bis zur Bereitstellung. Sie sind beteiligt an der Entwicklung und Umsetzung von Entsorgungskonzepten.  Sie greifen typische Leistungsstörungen bei der Beschaffung bzw. Bereitstellung schon in der Vertragsgestaltung auf und gestalten deren Rechtsfolgen im Rahmen der rechtlichen Dispositionsmöglichkeiten aus Käufersicht zielorientiert.  Sie bewerten Konzepte der Beschaffung und Bereitstellung. Mit Hilfe geeigneter Kriterien nehmen sie eine qualitative und quantitative Kontrolle vor. | **1.2.B** Chancen in Geschäftsfeldern darstellen und neue Leistungsangebote für Geschäftsmodelle konzipieren Chancen und Risiken von Plattformökonomien beurteilen  **2.1.E** Vernetzte Wertschöpfungs­prozesse ganzheitlich analysieren, modellieren und Potenziale zur Digitalisierung beurteilen | **ES 4.1: Nutzwertanalyse durchführen**  Ein Hersteller für Nuss-Nougat-Brotaufstrich steht vor der Entscheidung, das bisher genutzte Palmöl in der Rezeptur zu substituieren, da Palmöl im ökologisch-globalen Zusammenhang sowohl in den Medien als auch bei den Konsumenten zunehmend in der Kritik steht. Eine Mitarbeiterin/ein Mitarbeiter wird damit beauftragt, eine Nutzwertanalyse zu erstellen, um eine fundierte Entscheidung zu treffen. |
| **1.1.E** Analysen bestehender digitaler Märkte für Geschäftsfelder konzipieren, durchführen und beurteilen  **3.1.B** Daten aus verschiedenen Funktionsbereichen des Unternehmens erheben, beschaffen, aufbereiten und für verschiedene Aufgaben nutzbar machen | **ES 4.2: Marktforschung auf dem Beschaffungsmarkt**  Ein mittelständischer Händler von Gewürzen hat in der Vergangenheit immer wieder Schwierigkeiten bei der Versorgung mit Rohstoffen. Um zukünftig Lieferengpässe bei gleichbleibenden Qualitätsanforderungen zu vermeiden, wird eine Mitarbeiterin bzw. ein Mitarbeiter damit beauftragt, Marktforschung über den Rohstoff- und Lieferantenmarkt für Gewürze zu betreiben. Dazu sollten Primär- und Sekundärquellen begründet ausgewählt und ausgewertet werden, um daraus ein entsprechendes Dossier als Grundlage zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen (Notfallplan) zu erstellen. |