

Rahmenplan Wirtschaftsfachwirt/in (IHK)

Besonderheiten bei Buchung des Pakets „Außerordentlich“ (IHK Prüfungsvorbereitung, Abnahme der Prüfung an der IHK)	Bei Buchung des Pakets „Außerordentlich“ bereiten wir Sie in Anlehnung an den Rahmenplan der IHK auf eine Prüfung an der IHK vor. Sie erhalten an der vame ein Teilnahmezertifikat ohne Aufführung von Noten und keinen Titel / Abschluss. Sie haben die Option Einsendehausarbeiten zur Korrektur einzureichen, um Ihren Wissensstand zu überprüfen.
	Abschluss: Wirtschaftsfachwirt/in (IHK), Prüfungsvorbereitung
Zielmanagement, Coaching, NLP	Check yourself! Was will ich? Was habe ich für Ziele? Wie kann ich diese erreichen?
	Die Abläufe eines Coachingprozesses, das Repertoire eines Coachs, Gruppen- und Teamcoaching, Zielmanagement, Grundlagenwissen NLP
Lern- und Arbeitsmethodik	Die Lern- und Arbeitsmethodik in ihrer Bedeutung für das „Lernen zu lernen“ erkennen
	Subjektive und objektive Rahmenbedingungen erkennen und deren Einfluss auf das Lernen berücksichtigen: Motivation, Lerntypen, Lernrhythmus, Lernumgebung
	Lerntechniken anwenden: Lernstoff erfassen (Quellen kennen, Protokolltechniken anwenden), Lernstoff strukturieren und ordnen (Darstellungstechniken anwenden, Gliederungstechniken anwenden), Lernstoff reduzieren und zusammenfassen, Lernstoff lernen und wiederholen
	Zeit- und Themenplanung anwenden: Zeitmanagementmethoden überblicken, Möglichkeiten der Themenplanung kennen
	Lernmethoden und eingesetzte Lernmedien überblicken: Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Rollen- und Planspiele, CBT, Flip-Chart, Pinnwand, Projektoren, audiovisuelle Medien
	Gruppenarbeit praktizieren: Organisationsformen und Einsatzmöglichkeiten kennen, Probleme wahrnehmen und Lösungsmöglichkeiten beurteilen (Rollen, Kommunikationsregeln, gruppendynamische Prozesse)
	Grundlagen der Rede- und Präsentationstechniken anwenden: Sprechtechniken und Artikulation, Statements und/oder Präsentationen vorbereiten (Aufbau, Layout), Manuskripte unter Berücksichtigung der Zielgruppe erarbeiten, Vortrags- und Berichtstechniken, Diskussionstechniken

Kundenmanagement	Kunden und Zielgruppen, Kundenorientierte Strategien, Planung, Kennzahlen, Organisation, Wettbewerb, Kundenerwartungen und Angebotsrealität, Bedeutung der Kundenorientierung für ein Unternehmen und seine Mitarbeiter, Kundenbeziehungen, Kundenbindungs- und Kundenrückgewinnungsmanagement, Beschwerdemanagement, Kundenpotenzial, Kundenwertmanagement, Kundenportfoliomanagement, kundenorientierte Planung, Kundenmanagement, Kundenzufriedenheit, Servicequalität
Persönlicher Verkauf	Der Soft- und Hardselling-Ansatz, der Verkaufsprozess, Argumentation, Produktpräsentation, das Verkaufsgespräch, Kundenbesuche
Recht	Staatsorganisationen, Staatsorgane, Freiheitsrechte, Gleichheitsrechte, Rechtsgebiete, Europarecht, Strafrecht, Privatrecht / Wirtschaftsrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht, Wettbewerbsrecht, EU-Kartellrecht, Arbeitsrecht kompakt,
Psychologie	Systematische Beobachtung, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Neugierde & Involvement, Werbewirkungsmodelle, Prinzipien des Lernens, Emotionen, Formale Aspekte, Ethik, Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie
Wissens- und Informationsmanagement	Informationsbedarf, Wissens- und Informationsmanagement, organisationales Lernen, Modelle und Ansätze, Führungskonzepte, Strategien, Ansprüche, Wissensverlust, personelle Funktionen, Action Learning, Dokumentationen technologische Instrumente
Marktforschung	Marktforschung, Marktinformationen aus Sekundärquellen, Marktinformationen durch Primärforschung, Marktdaten und Informationen, Prognosetechniken, Kennzahlen zur Charakterisierung des Marktes, Marktsegmentierung, Zielgruppen und Kaufverhalten, Marktforschungsbericht und -präsentation.

Marketingmanagement	Unternehmensphilosophie und Corporate Identity, Marketingziele und -situation in Bezug auf Ergebnisse der Umfeldanalyse, Marketingstrategie, alternative Marketingstrategien, Integration der Marketingstrategie in die Marketingorganisation, Corporate-Social-Responsibility-Konzept, produktspezifische- bzw. dienstleistungsbezogene Ziele und Zielgruppen, Marketingmaßnahmen, Planungs- und Steuerungstechniken, Teilziele, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogene Marketingorganisation, Produkt- bzw. Dienstleistungsmanagement, Arten des Marketing, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogener Marketing-Mix, Instrumentarium des Marketing-Mix, Produkt-, Programm- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik, Prozesspolitik, Zielerreichungsgrad, Planungs- und Steuerungstechniken zur Kontrolle, Ursachenanalyse unter Berücksichtigung der Zielhierarchien, Optimierungsmaßnahmen, Marketingprozesse, Qualitätsmanagement im Marketing, am betrieblichen Umsetzungsprozess mitwirken
Int. Marketing	Internationalität, das strategische int. Marketingmanagement, Motive der Internationalisierung, Teilbereiche des int. Marketingmanagements, Grundorientierungen, Barrieren, der Planungsprozess, int. Zielplanung, Auslandsmärkte, Standardisierung oder Differenzierung?
Kommunikation	Situationsbezogene Kommunikation, der Kommunikationsbegriff, Kommunikationsmodelle, Kommunikation & Sprache, integrierte Unternehmenskommunikation, Analysen im Rahmen der Kommunikationsstrategie, das Kommunikationskonzept, Copy Strategy, kritische Beurteilung von Kommunikationsstrategien
Präsentation & Moderation	Die Kunst der guten Rede, erfolgreich präsentieren, Regeln für ein faires Feedback, Präsentationen gestalten, Zielgruppen, Drehbuch, Körpersprache, Lampenfieber & Blackout, die Rede, das Gespräch, Grundlagen der Visualisierung, Grafiken & Symbole, Rhetorik, Präsentationstechniken und -formen
Projektmanagement	Organisation des Projektes, Ziele definieren - Ziele erreichen, Projektplanung, Projektstrukturplan, Ablauf- und Terminmanagement, Aufwandschätzung, Projektsteuerung, Kostenpläne, Risiken, Projektdurchführung Kontrolle

Controlling	Marketingcontrolling als Instrument der Unternehmensführung, Übereinstimmung von strategischen und operativen Marketingprozessen, Controllinginstrumente, Marketing-Audio, Aufgaben, Steuerung, Früherkennungssysteme, Aufbau eines Controllingkonzeptes, Ergebnisse, Schlussfolgerungen, Marketingkonzeption, -organisation und -prozesse, Vertriebscontrolling: Aufgabengebiete, Funktionen, Informationen, Planung, Koordination, Kontrolle
Direktmarketing	Erscheinungsformen, Instrumente, Möglichkeiten des Direktmarketings im Internet, Konzeption, Planung, Kundenclubs, Telefonmarketing, Aufbau einer Datenbank
Public Relations & Text	Texte verfassen und analysieren, Public Relations, das Geschäft um die Aufmerksamkeit, der Kontakt zu Journalisten, Instrumente der Presse- und Medienarbeit, Verbände, AKTION-Formel, PR Evaluation in der Praxis, Medienethik, Lügenpresse, Erfolgsgarantien
Vertriebsmanagement	Grundlagen, Vertriebssysteme, der Kaufentscheidungsprozess des Kunden, potenzialorientierte Kundensegmentierung, Analyse der aktuellen Vertriebssituation nach innen / außen, Entwicklung und Planung von Vertriebszielen, Zielvereinbarungssysteme, Vertriebsprozesse, Vertriebsaktivitäten, die Angebotserstellung, Trends und Benchmarks im Vertrieb, Tools / Methoden und Techniken im Vertriebswesen, die Vertriebsfunktion im internationalen Umfeld, Vertrieb und Verkauf als Schnittstelle zum Kunden, Vertriebsmanagement, Customer Relationship Management, Entwicklung von Strategien (z. B. Marktdurchdringung, Marktentwicklung), Einflussfaktoren, Kommunikation im Vertrieb, Verhandlungen führen, Vertriebswegemanagement, Innendienst, Außendienst, Vergütungsformen
Logistikmanagement	Begriff und Bedeutung, Beschaffung und Einkauf, Auftragsabwicklung, Disposition, Beschaffungslogistik, Verpackung, Materialfluss & Lagerhaltung, Kommissionierung, Lieferservice, Transport und Verkehrstechnik, Land / Straßengüterverkehr, Land / Schienenverkehr, intermodaler Verkehr, Wasser. Luft, Recycling & Entsorgung, Logistikziele, Logistikkorgane, Standortplanung in der Planung von Knoten logistischer Netze, Optimierungsmöglichkeiten der Logistik, Distributionsstrategien, Warenwirtschaftssysteme
Sponsoring	Möglichkeiten, Entwicklung, Bereiche, Sponsorenakquisition, Typen, Artenunterschiede, Product Placement, Konzeption, Sponsoringverträge

Messe- und Kongressmanagement	Messen im Marketing-Mix, Messeziele, die Bedeutung des Wettbewerbs, Messeplanung, die rechnerische Planung & Nacharbeit, Versicherungen, Messestände & Standplätze, Organisatorisches, Messerfolgskontrolle, der Trend zum Event, Messedekorationen, Verkäufermeetings und Tagungen
Online- und Mobilemarketing / Neue Medien	E-Commerce, Online-Werbung, E-Mail-Marketing, Mobile-Marketing
Social Media Management / Neue Medien	Social Media Strategie, Konzeption, Monitoring, Tools
Verkaufsförderung & Promotion	Die Bedeutung der Verkaufsförderung, Mittel und Maßnahmen, Planung, Konzeption, Durchführung, Kontrolle
Int. Kompetenz, Außenwirtschaft	Kulturen, Interkulturelle Kommunikationsmodelle, Mediation auf internationaler Ebene, Regeln für internationale Kommunikation, Sprache, Critical incidents, nationale und internationale Wirtschaftsbeziehungen, die Stellung Deutschlands in der Weltwirtschaft, Veränderungen der Arbeitsmärkte, Aufbau und Realisierung von Außenwirtschaftsbeziehungen, Abwickeln der außenwirtschaftlichen Transaktionen in verschiedenen Währungsgebieten, Auslandszahlungsverkehr, Dokumente im Außenhandel, das Dokumenteninkasso, das Dokumentenakkreditiv, Garantien im Auslandsgeschäft, Devisenhandel, Finanzierung des Außenhandels, Abwicklung des internationalen Warenverkehrs, Grundfreiheiten, Risikomanagement, Incoterms
BWL / VWL	Aufgaben der BWL, Betriebe und Unternehmen, Unternehmensführung, Managementaufgaben, Informationswirtschaft, betriebswirtschaftliche Ansätze, Finanzwirtschaft, Gewinnschwelle, Gewinngrenze, Betriebsoptimum und kurzfristige Preisuntergrenze, der Qualitätsbegriff, Produktionswirtschaft, Einführung in die VWL, Mikro- und Makroökonomie, Bedürfnisse, Bedarf, Knappheit, das Ökonomische Prinzip, Güter & Dienstleistungen, Produktionsfaktoren, der Wirtschaftskreislauf, der Markt und sein Mechanismus, Geld & Geldmarkt, der Arbeitsmarkt, soziale Sicherung, Wirtschaftsordnungen, die Konjunktur, das gesamtwirtschaftliche Gleichgewicht, Instrumente der Wirtschaftspolitik, internationale Wirtschaftsbeziehungen & Globalisierung

Finanzwirtschaftliche Steuerung	Controlling, Budgetierung, Aufbau eines kennzahlengesteuerten Managementinformationssystems, Steuerung und Beschaffung von Mitteln, Kapitalbedarfsermittlung, Kapitalbedarfsdeckung, Lenkung der Mittelverwendung, Prozesskostenrechnung
Organisation	Unternehmensorganisation, Marketingorganisation, Arbeitsorganisation, Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Büroorganisation, die persönliche Arbeitsmethodik, Organisationsstrukturen international tätiger Unternehmen, Ablauforganisationen im Vertrieb
Personalwesen	Aus den Unternehmenszielen die Anforderungen an das Personalmanagement ableiten, Personalbedarf im eigenen Aufgabenbereich, Anforderungsprofile für erforderliches Personal im eigenen Aufgabenbereich, Prozesse der Personalbeschaffung, Personalauswahl, Planen und Steuern des Personaleinsatzes
Steuerwesen	Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuerklassen, Lohnsteuerpflichten, Buchführungspflichten, Unternehmenssteuern
Unternehmens- und Menschenführung	Anwenden von situationsgerechten Führungsmethoden, Führungsaufgaben, Führungstechniken und Führungsinstrumente, Planen und Durchführen der Berufsausbildung, Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeitern, Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes
Rechnungswesen	Geld & Währung, die grundlegenden Aspekte des Rechnungswesens, Bilanzierung und Bewertung, Finanzbuchhaltung, die Kosten- und Leistungsrechnung, Kostenstellenrechnung, Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen, Veranstaltungskalkulation
Konfliktmanagement	Konfliktarten, Konflikte in Unternehmen, Verhaltensweisen in Konflikten, Eskalation / Deeskalation, Tools