

Geprüfter Handelsfachwirt

**Modulkatalog**  
**(Kurzfassung)**

### Modul- und Studienplan

Modul-Nr.	Modulbezeichnung	Credits
HFW-01	Unternehmensführung und -steuerung	
HFW-02	Führung, Personalmanagement, Kommunikation und Kooperation	
HFW-03	Handelsmarketing	
HFW-04	Beschaffung und Logistik	
HFW-05a	Vertriebssteuerung (Wahlpflicht)	
HFW-05b	Handelslogistik (Wahlpflicht)	
HFW-05c	Einkauf (Wahlpflicht)	
HFW-05d	Außenhandel (Wahlpflicht)	

Modul-Nr. HFW-01	Modulbezeichnung <b>Unternehmensführung und -steuerung</b>
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• können bei der Erstellung von Handelsleistungen das Zusammenwirken der betrieblichen Aufgabenbereiche beurteilen,</li><li>• können unternehmerische Ziele und Entscheidungen planen, umsetzen und kontrollieren,</li><li>• sind in der Lage die Auswirkungen von volkswirtschaftlichen Entwicklungen zu bewerten, sowie daraus Schlussfolgerungen und Maßnahmenvorschläge für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Handelsunternehmens abzuleiten,</li><li>• können Qualitäts- und Umweltmanagementprozesse umsetzen und optimieren sowie das Qualitätsbewusstsein der Mitarbeiter fördern,</li><li>• sind in der Lage zentrale Prozesse für die Gründung und Übernahme eines Unternehmens zu planen,</li><li>• können rechtliche Vorschriften, Complainceregeln und Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen.</li></ul>	
<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Unternehmensführung und –steuerung<ol style="list-style-type: none"><li>1.1. Bewerten der Voraussetzungen, Chancen und Risiken unterschiedlicher Formen unternehmerischer Tätigkeit<ol style="list-style-type: none"><li>1.1.1. Vor- und Nachteile unternehmerischer Selbstständigkeit</li><li>1.1.2. Fachliche und persönliche Voraussetzung für unternehmerische Selbstständigkeit</li><li>1.1.3. Anmeldungen und Genehmigungen</li></ol></li><li>1.2. Entwickeln einer Geschäftsidee und Erstellen eines Businessplans auch unter Berücksichtigung der Besonderheiten einer Unternehmensübernahme<ol style="list-style-type: none"><li>1.2.1. Konzept einer Geschäftsidee</li><li>1.2.2. Bestandteile einer Geschäftsidee</li><li>1.2.3. Qualitative Bestandteile eines Businessplans</li><li>1.2.4. Quantitative Bestandteile eines Businessplans</li><li>1.2.5. Vor- und Nachteile einer Unternehmensübernahme</li><li>1.2.6. Unternehmen</li></ol></li><li>1.3. Gestalten der Unternehmensorganisation unter Berücksichtigung der Vor- und Nachteile von Kooperationen im Handel<ol style="list-style-type: none"><li>1.3.1. Aufgabenverteilung in der Unternehmensorganisation</li><li>1.3.2. Aufbauorganisation<ol style="list-style-type: none"><li>1.3.2.1. Aufgabensynthese im Unternehmen</li><li>1.3.2.2. Organisationsstruktur</li><li>1.3.2.3. Entscheidungssystem</li></ol></li><li>1.3.3. Ablauforganisation<ol style="list-style-type: none"><li>1.3.3.1. Erhebungsmethoden zur Organisation betrieblicher Abläufe</li><li>1.3.3.2. Ergebnisse der Erhebung</li><li>1.3.3.3. Maßnahmen</li></ol></li><li>1.3.4. Rahmenbedingungen der Information und Kommunikation für die Organisation</li><li>1.3.5. Unternehmensorganisation als Mitglied von Kooperationen</li></ol></li><li>1.4. Anwenden der Kosten- und Leistungsrechnung sowie von Controllinginstrumenten<ol style="list-style-type: none"><li>1.4.1. Kostenrechnungssysteme<ol style="list-style-type: none"><li>1.4.1.1. Vollkostenrechnung</li><li>1.4.1.2. Teilkostenrechnung</li></ol></li><li>1.4.2. Situationsbezogene Umsetzung von Ergebnissen der Kostenrechnungen</li><li>1.4.3. Aufgaben, Bereiche und Ziele des Controllings<ol style="list-style-type: none"><li>1.4.3.1. Management-Regelkreis</li><li>1.4.3.2. Controllinginstrumente</li><li>1.4.3.3. Die Ermittlung von Kennzahlen des Controllings</li><li>1.4.3.4. Die Auswertung von Kennzahlen des Controllings</li><li>1.4.3.5. Maßnahmen</li></ol></li></ol></li><li>1.5. Analysieren der Unternehmensfinanzierung und Treffen von Finanzierungsentscheidungen<ol style="list-style-type: none"><li>1.5.1. Finanzwirtschaftliche Ziele</li><li>1.5.2. Instrumente der Finanzplanung</li><li>1.5.3. Finanzierungsmöglichkeiten</li><li>1.5.4. Finanzwirtschaftliche Analysen<ol style="list-style-type: none"><li>1.5.4.1. Finanzstruktur</li><li>1.5.4.2. Finanzierungsdauer</li><li>1.5.4.3. Liquidität</li><li>1.5.4.4. Rentabilität</li><li>1.5.4.5. Maßnahmen</li></ol></li></ol></li><li>1.6. Umsetzen von Maßnahmen des Risikomanagements<ol style="list-style-type: none"><li>1.6.1. Risikomanagement in der betrieblichen Organisation<ol style="list-style-type: none"><li>1.6.1.1. Risikofelder</li><li>1.6.1.2. Risiken</li><li>1.6.1.3. Maßnahmen des Risikomanagements</li></ol></li></ol></li></ol></li></ol>	

- Prozessorientierung
- Auditierung und Zertifizierung
- Umweltmanagement als Werkzeug des Risikomanagements
- Aufgaben und Ziele
- Normativer und rechtlicher Rahmen

1.6.2. Abfallpolitik

Modul-Nr. HFW-02	Modulbezeichnung Führung, Personalmanagement, Kommunikation und Kooperation
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• können zielorientiert mit Mitarbeitern, Auszubildenden, Geschäftspartnern und Kunden kommunizieren und kooperieren,</li><li>• können Aus- und Weiterbildung planen, durchführen und kontrollieren,</li><li>• sind in der Lage Methoden der Kommunikation und des Konfliktmanagements lösungsorientiert einzusetzen,</li><li>• können Mitarbeiter, Auszubildende und Projektgruppen unter Beachtung der betrieblichen Rahmenbedingungen sowie der Unternehmensziele führen und motivieren,</li><li>• können Zusammenhänge zwischen Unternehmens- und Personalpolitik beurteilen und daraus entsprechend begründete Handlungsschritte ableiten und realisieren sowie Mitarbeiter individuell fördern,</li><li>• können rechtliche Vorschriften berücksichtigen.</li></ul>	
<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"><li>2. Führung, Personalmanagement, Kommunikation und Kooperation<ol style="list-style-type: none"><li>2.1. Anwenden von Führungsmethoden<ol style="list-style-type: none"><li>2.1.1. Ziele der Personalführung aus Unternehmenszielen</li><li>2.1.2. Personale und soziale Kompetenzen sowie Methoden- und Fachkompetenz bei Führungsaufgaben</li><li>2.1.3. Führungsgrundsätze</li><li>2.1.4. Führungsmethoden</li></ol></li><li>2.2. Einsetzen von Methoden des Zeit- und Selbstmanagements<ol style="list-style-type: none"><li>2.2.1. Aufgabenprioritäten</li><li>2.2.2. Instrumente des Zeitmanagements</li><li>2.2.3. Zeitplansysteme</li><li>2.2.4. Zeitdiebe und Zeitfresser</li><li>2.2.5. Leistungskurve</li><li>2.2.6. Stressauswirkungen und entsprechende Reduzierungsmöglichkeiten</li><li>2.2.7. Work-Life-Balance</li></ol></li><li>2.3. Anwenden von Konzepten des Personalmarketings, Mitwirken bei der Personalauswahl und –einstellung<ol style="list-style-type: none"><li>2.3.1. Konzepte des Personalmarketings</li><li>2.3.2. Innerbetriebliche und außerbetriebliche Personalbeschaffung</li><li>2.3.3. Personalauswahl</li><li>2.3.4. Einstellen von Mitarbeitern</li><li>2.3.5. Controlling des Auswahlverfahrens</li><li>2.3.6. Beendigung von Arbeits- und Ausbildungsverhältnissen</li></ol></li><li>2.4. Planen und Durchführen der Berufsausbildung<ol style="list-style-type: none"><li>2.4.1. Ausbildungsbedarf</li><li>2.4.2. Ausbildungsberufe für den Betrieb</li><li>2.4.3. Eignung des Betriebes und des Ausbildungspersonals</li><li>2.4.4. Zusammenarbeit mit der Berufsschule im Rahmen der dualen Ausbildung</li><li>2.4.5. Betriebliche Ausbildungspläne</li><li>2.4.6. Besonderheiten von Ausbildungsverhältnissen</li><li>2.4.7. Beschaffungsinstrumente, Auswahlverfahren und Vorstellungsgespräche</li><li>2.4.8. Durchführung der Ausbildung<ol style="list-style-type: none"><li>2.4.8.1. Anfangsphase der Ausbildung</li><li>2.4.8.2. Berufliche Handlungsfähigkeit unter Einbeziehung ausbildender Fachkräfte</li><li>2.4.8.3. Lernschwierigkeiten und Verhaltensauffälligkeiten</li><li>2.4.8.4. Leistungsstarke Auszubildende</li><li>2.4.8.5. Systematische Prüfungsvorbereitung</li><li>2.4.8.6. Ausbildungsende</li></ol></li></ol></li><li>2.5. Umsetzen von Beurteilungssystemen und Mitwirken an deren Weiterentwicklung<ol style="list-style-type: none"><li>2.5.1. Ziele und Anlässe von Beurteilungen</li><li>2.5.2. Beurteilungsverfahren</li><li>2.5.3. Fördermaßnahmen</li><li>2.5.4. Verbesserungsvorschläge</li></ol></li><li>2.6. Durchführen der Personalbedarfs-, Personalkosten- und Personaleinsatzplanung<ol style="list-style-type: none"><li>2.6.1. Schrittfolgen der Personalbedarfsplanung</li><li>2.6.2. Methoden der Personalbedarfsplanung</li><li>2.6.3. Instrumente der Personalbedarfsplanung</li><li>2.6.4. Personalkostenplanung</li><li>2.6.5. Personaleinsatzplanung</li></ol></li><li>2.7. Planen und Organisieren von Qualifizierungsmaßnahmen<ol style="list-style-type: none"><li>2.7.1. Methoden zur Ermittlung des Weiterbildungsbedarfs</li><li>2.7.2. Qualifizierungsmaßnahmen</li><li>2.7.3. Lernprozesse</li><li>2.7.4. Erfolgsmessung</li></ol></li><li>2.8. Auswerten von Personalkennziffern</li></ol></li></ol>	

- 2.8.1. Personalinformationssysteme
- 2.8.2. Personalkennziffern
- 2.8.3. Balanced Scorecard
- 2.8.4. Maßnahmen
- 2.9. Bewerten der Vor- und Nachteile verschiedener Entgeltsysteme
  - 2.9.1. Ziele der Entgeltfindung
  - 2.9.2. Entgeltformen
- 2.10. Fördern der Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der Teamentwicklung, Durchführen und Auswerten von Mitarbeitergesprächen
  - 2.10.1. Systematische Entwicklung von Mitarbeitern
  - 2.10.2. Personalentwicklungsinstrumente on-the-job
  - 2.10.3. Mitarbeitergespräche
  - 2.10.4. Teamentwicklung
    - 2.10.4.1. Gruppendynamische Prozesse
    - 2.10.4.2. Kommunikationsstrukturen in Gruppen
    - 2.10.4.3. Verhalten in Gruppen
  - 2.10.5. Projektmanagement
    - 2.10.5.1. Projekt
    - 2.10.5.2. Projektablauf
    - 2.10.5.3. Projektergebnisse
- 2.11. Situationsgerechtes Kommunizieren mit internen und externen Partnern sowie zielgerichtetes Einsetzen von Präsentations- und Moderationstechniken
  - 2.11.1. Gesprächsführung
  - 2.11.2. Wahrnehmung und Kommunikation
  - 2.11.3. Konfliktmanagement
    - 2.11.3.1. Formen und Ursachen von Konflikten
    - 2.11.3.2. Folgen von Konflikten
    - 2.11.3.3. Lösungsansätze für Führungskräfte
    - 2.11.3.4. Konstruktive Verhaltensregeln
  - 2.11.4. Moderations- und Präsentationstechniken
- 2.12. Umsetzen der Vorgaben des Arbeits- und Gesundheitsschutzes
  - 2.12.1. Gesundheit der Mitarbeiter
  - 2.12.2. Vereinbarkeit von Beruf und Familie
  - 2.12.3. Arbeitsplatz, Arbeitsumgebung und Arbeitsmittel
  - 2.12.4. Unterweisungen und Dokumentation im Arbeits- und Gesundheitsschutz

Modul-Nr. HFW-03	Modulbezeichnung <b>Handelsmarketing</b>
<p>Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• können systematisch und entscheidungsorientiert Marktbeobachtung und –analyse durchführen sowie auf veränderte Bedingungen auf nationalen Absatzmärkten reagieren,</li><li>• können Maßnahmen zur Kundenbindung und –gewinnung erarbeiten und umsetzen,</li><li>• können Marketingmaßnahmen des Handels zielorientiert einsetzen, die Ergebnisse überprüfen und notwendige Veränderungsprozesse einleiten</li><li>• sind in der Lage marketingbezogene wettbewerbsrechtliche Regelungen zu berücksichtigen.</li></ul>	
<p>Inhalte</p> <p>3. Handelsmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"><li>3.1. Bewerten von handelsrelevanten Entwicklungen und Ableiten von Schlussfolgerungen<ul style="list-style-type: none"><li>3.1.1. Umfeldentwicklungen als Voraussetzung für die Marketingkonzepte des Handels<ul style="list-style-type: none"><li>3.1.1.1. Gesellschaftlich-soziale Trends</li><li>3.1.1.2. Technologische Trends</li><li>3.1.1.3. Ökonomische Trends im Handel</li><li>3.1.1.4. Politisch-rechtliche Entwicklungen</li><li>3.1.1.5. Ökologie und Nachhaltigkeit</li></ul></li><li>3.1.2. Stakeholder des Handelsbetriebes und ihre Anforderungen</li><li>3.1.3. Entwicklungen und Perspektiven der Betriebsformen</li><li>3.1.4. Entwicklungen und Perspektiven der Kooperationen</li></ul></li><li>3.2. Auswerten von Markt- und Zielgruppenanalysen und Bewerten von Marketingstrategien<ul style="list-style-type: none"><li>3.2.1. Daten zur Beschreibung von Märkten</li><li>3.2.2. Methoden der Marktforschung<ul style="list-style-type: none"><li>3.2.2.1. Befragung</li><li>3.2.2.2. Beobachtung</li><li>3.2.2.3. Experiment</li><li>3.2.2.4. Panel</li></ul></li><li>3.2.3. Situation des Unternehmens auf den Märkten</li><li>3.2.4. Marketingstrategien</li><li>3.2.5. Marktsegmentierung</li><li>3.2.6. Marketingstrategien im Kontext der Internationalisierung</li></ul></li><li>3.3. Einsetzen von Marketinginstrumenten unter Berücksichtigung von Standort und Zielgruppen<ul style="list-style-type: none"><li>3.3.1. Marketinginstrumente des Handelsbetriebs</li><li>3.3.2. Einfluss der Marketinginstrumente des Produktionsbetriebs auf den Handelsbetrieb</li><li>3.3.3. Positionierung und Profilierung</li><li>3.3.4. Standortmarketing<ul style="list-style-type: none"><li>3.3.4.1. Standortwahl und Standortfaktoren</li><li>3.3.4.2. Standortkooperationen</li></ul></li><li>3.3.5. Auswirkungen von Markt- und Preismechanismen auf die Preispolitik des Unternehmens</li><li>3.3.6. Preispolitik</li><li>3.3.7. Zielgruppenansprache</li></ul></li><li>3.4. Gestalten des Sortiments<ul style="list-style-type: none"><li>3.4.1. Struktur des Sortiments</li><li>3.4.2. Sortimentspolitische Maßnahmen unter Berücksichtigung von Unternehmenszielen</li><li>3.4.3. Markenpolitik</li><li>3.4.4. Produktlebenszyklus</li></ul></li><li>3.5. Planen und Umsetzen von verkaufsfördernden Maßnahmen und einer kundenorientierten Servicepolitik<ul style="list-style-type: none"><li>3.5.1. Maßnahmen der Verkaufsförderung innerhalb der Stufen des Distributionsprozesses</li><li>3.5.2. Serviceangebote in Abhängigkeit zur Betriebsform</li><li>3.5.3. Instrumente des CRM</li><li>3.5.4. Beschwerdemanagement</li></ul></li><li>3.6. Gestalten von Verkaufsflächen und der Warenpräsentation unter Berücksichtigung von Visual Merchandising<ul style="list-style-type: none"><li>3.6.1. Verkaufsflächen</li><li>3.6.2. Warenpräsentation</li><li>3.6.3. Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern</li></ul></li><li>3.7. Planen, Umsetzen und Bewerten von Werbekonzepten<ul style="list-style-type: none"><li>3.7.1. Werbeplanung</li><li>3.7.2. Direktwerbung</li><li>3.7.3. Sonderformen</li></ul></li><li>3.8. Umsetzen standortbezogener Öffentlichkeitsarbeit<ul style="list-style-type: none"><li>3.8.1. Zielgruppe der Öffentlichkeitsarbeit</li><li>3.8.2. Kommunikationsinstrumente des PR</li><li>3.8.3. PR im Krisenfall</li><li>3.8.4. Sonderinstrumente der Kommunikationspolitik</li></ul></li></ul>	

- 3.9. Weiterentwickeln von Vertriebskonzepten unter besonderer Berücksichtigung von E-Commerce
  - 3.9.1. Strategische Geschäftsmodelle im E-Commerce
  - 3.9.2. E-Commerce-Strategie
  - 3.9.3. Einflüsse der Systemarchitektur auf den Geschäftsprozess
  - 3.9.4. Vertriebswege im E-Commerce
  - 3.9.5. E-Commerce-Marketingsinstrumente
  - 3.9.6. Besondere Controllinginstrumente des E-Commerce
  - 3.9.7. Besondere rechtliche Rahmenbedingungen im E-Commerce
- 3.10. Analysieren und Bewerten der Entwicklung von Märkten, des Wettbewerbs und gesamtwirtschaftlicher Nachfragestrukturen, Ableiten von Marktstrategien
  - 3.10.1. Auswirkungen unterschiedlicher Wettbewerbssituationen auf die Marketingstrategie
  - 3.10.2. Unternehmensplanungen entsprechend der Konjunkturzyklen
  - 3.10.3. Auswirkungen der Globalisierung
  - 3.10.4. Auswirkungen der Europäischen Union
  - 3.10.5. Marketingaktivitäten anhand des Marketing-Mix
  - 3.10.6. Controlling der Marketingaktivitäten



Modul-Nr. HFW-04	Modulbezeichnung <b>Beschaffung und Logistik</b>
Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"><li>• können beschaffungs- und logistikbezogene Aufgaben im Handel systematisch und entscheidungsorientiert bearbeiten und umsetzen sowie kennzahlenorientiert steuern und dabei rechtliche Vorschriften berücksichtigen.</li></ul>	
Inhalte 4. Beschaffung und Logistik 4.1. Ermitteln des Bedarfs an Gütern und Dienstleistungen unter Berücksichtigung von Quantität und Qualität 4.1.1. Analyse des Warenbedarfs 4.1.2. Analyse des Bedarfs an Dienstleistungen 4.1.3. Bedarfsmengen unter Berücksichtigung von betrieblichen Qualitätsanforderungen 4.2. Umsetzen und Optimieren von Beschaffungs- und Logistikprozessen unter Berücksichtigung von Schnittstellen, E-Procurement und Konditionenpolitik 4.2.1. Organisationsformen der Beschaffungs-, Lager- und Logistikprozesse 4.2.2. Beschaffungsprozesse 4.2.2.1. Beschaffungsmarktforschung 4.2.2.2. Beschaffungskonzepte 4.2.2.3. Beschaffungskonditionen 4.2.2.4. Bezugsquellen und -wege 4.2.3. Beschaffungs- und Logistikcontrolling 4.3. Analysieren der Wirkungen beschaffungs- und logistikbezogener Entscheidungen auf die Wertschöpfungskette (Supply Chain Management) und Entwickeln von Verbesserungsmaßnahmen 4.3.1. Supply Chain Managementsystem in betrieblichen Prozessen 4.3.1.1. Beschaffungs- und logistikbezogene Entscheidungen 4.3.1.2. Identifikationstechnologien 4.3.1.3. Standardprozesse 4.3.1.4. Warenflusssteuerung 4.3.2. Maßnahmen zur Verbesserung der Wertschöpfungskette 4.4. Bewerten des kunden- und lieferantenbezogenen Waren- und Datenflusses einschließlich Efficient Consumer Response 4.4.1. Einsatz von Category Management 4.4.2. Strategien des Efficient Consumer Response 4.5. Steuern von Transport- und Entsorgungsprozessen unter Berücksichtigung wirtschaftlicher und ökologischer Aspekte 4.5.1. Transportprozesse 4.5.1.1. Planung und Organisation unter Berücksichtigung spezifischer Warenanforderungen 4.5.1.2. Transportkosten 4.5.2. Entsorgungsprozesse 4.6. Steuern von Lagerprozessen 4.6.1. Entscheidungen für Lagerprozesse 4.6.2. Lagerorganisation unter Berücksichtigung spezifischer Warenanforderungen 4.6.3. Wirtschaftlichkeit der Lagerwirtschaft	

Modul-Nr. HFW-05a	Modulbezeichnung <b>Vertriebssteuerung</b>
Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"><li>• können absatzbezogene Aufgaben, insbesondere im Warengruppen-Management (Category Management) und Kundenbindungsmanagement, kundenorientiert planen, analysieren und kennzahlenorientiert steuern,</li><li>• sind in der Lage, Vertriebsmaßnahmen im Spannungsfeld zwischen Unternehmens-, Umsatz- und Ertragszielen erfolgsorientiert zu entwickeln und umzusetzen und dabei rechtliche Vorschriften zu berücksichtigen.</li></ul>	
Inhalte 5. Vertriebssteuerung <ul style="list-style-type: none"><li>5.1. Bewerten und Umsetzen von Vertriebs- und Sortimentsstrategien<ul style="list-style-type: none"><li>5.1.1. Entscheidungskriterien für Vertriebsstrategien im Einzel- und Großhandel</li><li>5.1.2. Vertriebsstrategie-Konzept</li><li>5.1.3. Ausdifferenzierung der Vertriebsstrategien unter dem Aspekt Kundengewinnung bzw. –bindung</li><li>5.1.4. Sortimentsstrategien unter Berücksichtigung von Hersteller- und Händlerinteressen</li><li>5.1.5. Sortimentsstrategien unter Berücksichtigung der Ziele der Kundengewinnung und –bindung</li></ul></li><li>5.2. Planen und Durchführen von Maßnahmen zur Flächenoptimierung<ul style="list-style-type: none"><li>5.2.1. Kundenlaufstudien</li><li>5.2.2. Ergebnisse aus Kundenlaufstudien</li><li>5.2.3. Verkaufsraumgestaltung</li><li>5.2.4. Maßnahmen des Visual Merchandising</li><li>5.2.5. Ertrags- und umsatzoptimierte Flächenaufteilung</li></ul></li><li>5.3. Berücksichtigen von Kundenbedürfnissen und Kundenverhalten bei Vertriebs- und Beschaffungsprozessen<ul style="list-style-type: none"><li>5.3.1. CRM-Strategie<ul style="list-style-type: none"><li>5.3.1.1. CRM als Marketinginstrument</li><li>5.3.1.2. Erfassung von Kundenreaktionen beim Vertriebsprozess</li><li>5.3.1.3. Maßnahmen zur Verbesserung der Prozessqualität</li></ul></li><li>5.3.2. Prozess des Category Management im Unternehmen</li></ul></li><li>5.4. Beurteilen und Umsetzen der absatzbezogenen Preis- und Konditionenpolitik<ul style="list-style-type: none"><li>5.4.1. Preispolitische Strategien im Handel</li><li>5.4.2. Konditionenpolitische Strategien</li><li>5.4.3. Konditionenpolitische Instrumente</li><li>5.4.4. Integration von Preis- und Konditionenpolitik</li></ul></li></ul>	

Modul-Nr. HFW-05b	Modulbezeichnung <b>Handelslogistik</b>
Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"><li>• können Logistikprozesse planen, analysieren und kennzahlenorientiert steuern,</li><li>• sind in der Lage Entscheidungen im Spannungsfeld zwischen Unternehmens-, Kosten- und Ertragszielen erfolgsorientiert zu treffen und zu begründen und dabei rechtliche Vorschriften zu berücksichtigen.</li></ul>	
Inhalte 6. Handelslogistik 6.1. Planen, Steuern, Kontrollieren und Optimieren von Elementen der Logistikkette 6.1.1. Abläufe in der Logistikkette <ul style="list-style-type: none"><li>6.1.1.1. Beschaffungslogistik</li><li>6.1.1.2. Transportlogistik</li><li>6.1.1.3. Lagerlogistik</li><li>6.1.1.4. Inhouse-Logistik</li><li>6.1.1.5. Informationslogistik</li></ul> 6.1.2. Logistikcontrolling 6.1.3. Logistikkette 6.2. Aushandeln von Vertragskonditionen und Vergabe von Aufträgen <ul style="list-style-type: none"><li>6.2.1. Verhandlungsstrategien</li><li>6.2.2. Verhandlungen</li><li>6.2.3. Auftragsvergabe unter Berücksichtigung betrieblicher Regelungen</li></ul> 6.3. Umsetzen der Transportsteuerung und von logistischen Lösungen <ul style="list-style-type: none"><li>6.3.1. Transportsteuerung</li><li>6.3.2. Waren-Identifikationsnummer-Systeme</li></ul> 6.4. Bewerten von logistischen Investitionen <ul style="list-style-type: none"><li>6.4.1. Logistische Investitionen</li><li>6.4.2. Investitionsalternativen</li></ul>	

Modul-Nr. HFW-05c	Modulbezeichnung <b>Einkauf</b>
Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden ... <ul style="list-style-type: none"><li>• können nationale und internationale Beschaffungsmärkte systematisch beobachten und beurteilen,</li><li>• können kennzahlenorientiert Einkaufsprozesse steuern, Einkaufsentscheidungen treffen sowie Einkaufsvorgänge abwickeln,</li><li>• können Lieferantenbeziehungen gestalten, Einkaufsverhandlungen führen und Verträge erfolgsorientiert abschließen,</li><li>• sind in der Lage, rechtliche Vorschriften, Complianceregeln, Aspekte der Nachhaltigkeit und außenwirtschaftliche Entwicklungen zu berücksichtigen.</li></ul>	
Inhalte 7. Einkauf <ul style="list-style-type: none"><li>7.1. Entwickeln von Einkaufsstrategien aus den Vorgaben der Unternehmenspolitik sowie externer Einflussgrößen<ul style="list-style-type: none"><li>7.1.1. Strategische Einkaufskonzeption</li><li>7.1.2. Marktbedingungen</li><li>7.1.3. Einkaufskonzeption</li></ul></li><li>7.2. Umsetzen und Weiterentwickeln der Sortimentsstrategie unter Berücksichtigung von Hersteller- und Handelsmarken<ul style="list-style-type: none"><li>7.2.1. Sortimentsstrategien</li><li>7.2.2. Sortiments-Einkaufsstrategie</li><li>7.2.3. Herstellermarken</li><li>7.2.4. Entwicklung von Handelsmarken</li></ul></li><li>7.3. Analysieren der Einkaufsmärkte und Auswählen von Lieferanten und Beschaffungswegen<ul style="list-style-type: none"><li>7.3.1. Einkaufsmärkte</li><li>7.3.2. Lieferanten</li><li>7.3.3. Beschaffungswege</li></ul></li><li>7.4. Entwickeln und Umsetzen von Verhandlungsstrategien zur Optimierung von Liefer- und Zahlungskonditionen<ul style="list-style-type: none"><li>7.4.1. Verhandlungsstrategien</li><li>7.4.2. Verhandlungen</li></ul></li><li>7.5. Entwickeln von Lieferantenbeziehungen unter Berücksichtigung von Lieferantenbewertungen<ul style="list-style-type: none"><li>7.5.1. Lieferantenbeziehungskonzept</li><li>7.5.2. Lieferantenbewertung</li></ul></li></ul>	

Modul-Nr. HFW-05d	Modulbezeichnung Außenhandel
Qualifikationsziele / Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"><li>• können systematisch internationale Marktentwicklungen beobachten und auswerten sowie Import-, Export- und Transithandelsgeschäfte anbahnen und abwickeln,</li><li>• können unter Beachtung der spezifischen Risiken um Außenhandel Entscheidungen vorbereiten,</li><li>• sind in der Lage, die kalkulatorische, finanztechnische und logistische Durchführbarkeit sowie die Berücksichtigung der entsprechenden Dokumente zu prüfen und dabei rechtliche Vorschriften und außenwirtschaftliche Entwicklungen zu berücksichtigen.</li></ul>	
Inhalte 8. Außenhandel 8.1. Anbahnen von Außenhandelsgeschäften unter Nutzung von Quellen und Organisationen zur Beratung und Unterstützung 8.1.1. Außenhandelsgeschäfte 8.1.2. Unterstützungsstrukturen 8.1.3. Aufbau von Niederlassungen im Ausland 8.2. Bewerten von Außenhandelsrisiken und Beurteilen von Geschäften zur Risikominderung 8.2.1. Risiken im Auslandsgeschäft 8.2.2. Risikoabsichernde Maßnahmen 8.2.3. Bestimmungen nach AWG/AWV 8.2.4. Weitere rechtliche Bestimmungen 8.3. Steuern von Transport und Lagerung, Zertifizierung und Versicherungen 8.3.1. Incoterms 8.3.2. Außenhandelsspezifische Besonderheiten der Lagerhaltung 8.3.3. Zertifizierung der Waren 8.3.4. Transportversicherungen 8.4. Bewerten von Zahlungsbedingungen, Zöllen, Verbrauchersteuern und Handelshemmnissen sowie der Finanzierung von Außenhandelsgeschäften, Abwickeln des Zahlungsverkehrs 8.4.1. Nichtdokumentärer Zahlungsverkehr 8.4.2. Dokumentärer Zahlungsverkehr 8.4.2.1. Zahlungsauslösende Dokumente 8.4.2.2. Internationale Richtlinien 8.4.2.3. Zahlungsarten 8.4.3. Bankgarantien 8.4.4. Lieferantenkredit, Bestellerkredit, AKA-Finanzierung 8.4.5. Ausfuhrkreditversicherungen 8.4.6. Tarifäre Handelshemmnisse 8.4.7. Nicht-tarifäre Handelshemmnisse 8.4.8. Internationale Organisationen zum Abbau von Handelshemmnissen	