

Lehrplanübersicht

| Schuljahr | Lehrplaneinheiten | | Zeitrichtwert | Gesamtstunden |
|-----------|---|--|---------------|---------------|
| | | | | |
| 1 | 1 | Internationale Wirtschaftsbeziehungen analysieren | 15 | |
| | 2 | Exportprozesse kundenorientiert organisieren | 15 | |
| | 3 | Importprozesse organisieren | 15 | |
| | 4 | Verhandlungen erfolgsorientiert vorbereiten und führen | 15 | |
| | Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung | | 20 | 80 |
| | | | | |
| 2 | 5 | Internationales Wirtschaftsrecht anwenden | 45 | |
| | 6 | Selbstmanagement entwickeln | 15 | |
| | Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung | | 20 | 80 |
| | | | | |
| 3 | 7 | Internationales Personalmanagement unterstützen | 20 | |
| | 8 | Internationales Marketing gestalten | 20 | |
| | 9 | Zukunftsmanagement entwickeln | 20 | |
| | Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung | | 20 | 80 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | 240 |

Vorwort

Die Internationalisierung der Wirtschaft hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. In einer globalisierten Welt werden Unternehmen ständig mit dem Erhalt ihrer Wettbewerbsfähigkeit – auch im globalen Kontext betrachtet - konfrontiert. Der steigende internationale Wettbewerbsdruck zwingt die Unternehmen, ihre Erfolgsfaktoren kontinuierlich zu überdenken und ihre Strukturen zum Erhalt der internationalen Wettbewerbsfähigkeit zu verändern.

Intention des Fachs „International Management“ ist es, Aspekte internationaler Wirtschaftsbeziehungen aus unterschiedlichen Perspektiven zu vermitteln, um den Schülerinnen und Schülern einen umfassenden Einblick in die Thematik zu geben. Die einzelnen Themen und Inhalte sollen praxisorientiert vermittelt werden und zum beruflichen Handeln befähigen. Die Schülerinnen und Schüler erwerben Einsichten und Qualifikationen, um die an sie gestellten Aufgaben im Rahmen unternehmerischer Zielsetzungen selbstständig, kooperativ und kundenorientiert auszuführen. Neben der Vermittlung von fachlichen Kenntnissen sollen im Unterricht auch überfachliche Qualifikationen gefördert werden. Um der Vielfalt der Anforderungen des „International Managements“ Rechnung zu tragen, ist das Unterrichtsfach in neun thematische Einheiten gegliedert.

Internationale Wirtschaftsbeziehungen analysieren: Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über volkswirtschaftliche Entwicklungen des Außenhandels und analysieren diese hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf ihr Unternehmen. Sie kennen die Grundlagen internationaler Wirtschaftsbeziehungen, beurteilen Marktregulierungsmechanismen sowie Aspekte der europäischen Integration und der Globalisierung. Die Schülerinnen und Schüler analysieren verschiedene Formen des Außenhandels und schätzen deren Auswirkungen für den Binnen- und Welthandel ein.

Export- und Importprozesse kundenorientiert organisieren: Die Schülerinnen und Schüler bereiten Grundsatzentscheidungen für Export- und Importgeschäfte vor und wählen geeignete Geschäftsarten aus. Sie wenden die zur Durchführung von internationalen Handelsgeschäften relevanten Rechtsbestimmungen der Aus- und Einfuhrkontrolle an. Die Schülerinnen und Schüler kennen die speziellen Risiken von Auslandsgeschäften und entwickeln Möglichkeiten zu deren Absicherung. Bei der Bearbeitung von Absatz- und Beschaffungsvorgängen aus EU- und Drittländern wählen die Schülerinnen und Schüler fallbezogen und interessengeleitet international anerkannte Liefer- und Zahlungsbedingungen aus.

Verhandlungen erfolgsorientiert vorbereiten und führen: Die Schülerinnen und Schüler können ihren rechtlichen und wirtschaftlichen Handlungsspielraum sicher einschätzen und in schwierigen Verhandlungssituationen mit den Geschäftspartnern situationsgerecht kommunizieren. Sie bereiten mit unterschiedlichen Planungstools Verhandlungen vor und strukturieren die Ausgangsbasis. Die Schülerinnen und Schüler wählen richtige Argumente aus, bauen Argumentationslinien auf und überzeugen ihre Verhandlungspartner. Sie entkräften Gegenargumente, gehen mit Einwänden zielorientiert um und erkennen Manipulationen. Zur Durchsetzung eigener Ziele wenden sie kompetitive Verhandlungstechniken an. Die Schülerinnen und Schüler entwickeln kooperative Verhandlungsstrategien nach Prinzipien des Harvard-Konzeptes und nutzen Strategien zur Verhinderung eines Verhandlungsabbruchs. Angriffe auf ihre Person und unfaire Argumente wehren sie ab.

Internationales Wirtschaftsrecht anwenden: Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die Anwendung der Regelungen des Internationalen Privatrechts bei Verträgen mit Auslandsbezug. Im Rahmen der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes un-

terscheiden die Schülerinnen und Schüler verschiedene Rechtsquellen des Gemeinschaftsrechts und bestimmen das Verhältnis von nationalem Recht zum Gemeinschaftsrecht. Die Schülerinnen und Schüler erfassen und analysieren die Bedeutung der Unionsbürgerschaft. Sie kennen die Aufgaben, Zuständigkeiten und Verfahren des Europäischen Gerichtshofes. Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten Inhalte und Ausnahmen der einzelnen Grundfreiheiten in einer fallbezogenen Vorgehensweise. Die Schülerinnen und Schüler reflektieren ihre zukünftige Rolle als Arbeitnehmer auf einem europäischen Arbeitsmarkt. Sie kennen die Regelungen zur Arbeitnehmerfreizügigkeit und wenden Bestimmungen zum Schutz vor unzulässigen Benachteiligungen an. Sie erkennen die Bedeutung des vereinheitlichten Kaufrechts der Vereinten Nationen für Geschäfte des weltweiten Handelsverkehrs, klären den Anwendungsbereich, erkennen die Problematik von Regelungslücken und lösen diese mithilfe der Regelungen des Internationalen Privatrechts. Die Schülerinnen und Schüler bestimmen die jeweiligen Pflichten der Vertragsparteien, identifizieren verschiedene Formen von Vertragsstörungen und wenden entsprechende Rechtsbehelfe der Vertragspartner in einer fallbezogenen Vorgehensweise an. Die Schülerinnen und Schüler analysieren Regelungen, wie das zuständige Gericht in grenzüberschreitenden Streitigkeiten ermittelt wird. Sie stellen fest, wie sich Urteile aus dem Ausland vollstrecken lassen.

Selbstmanagement entwickeln: Die Schülerinnen und Schüler übernehmen bewusst Verantwortung für sich und andere. Sie sind empathisch gegenüber soft skills, die im zwischenmenschlichen Bereich unerlässlich sind. Ausgehend von einer kritischen Auseinandersetzung mit Hilfe von Stärken-Schwächen-Analysen wenden sie situationsbezogenen Selbstmanagement-Tools an. Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über Ursachen und Wirkung von Stress. Dabei erkennen sie, dass Stress nicht immer und unbedingt negativ zu sehen ist. Durch den Einsatz von praxisbezogenen Situationen analysieren sie den eigenen Stresstyp. Sie entwickeln individuell abgestimmte Strategien zur Stressbewältigung und reflektieren ihr Verhalten. Die Schülerinnen und Schüler ermitteln ihre Bedürfnisse und bestimmen ihren Motivationstyp. Sie kennen motivationsfördernde sowie motivationshemmende Faktoren und konzipieren Vorgehensweisen zur Förderung einer positiven Motivation. Die Schülerinnen und Schüler analysieren ihr Beziehungsgeflecht und verstehen ihre Wirkung auf Andere. Sie wenden Techniken zur Förderung des Aufbaus und der Vertiefung von Beziehungen an. Die Schülerinnen und Schüler bauen berufliche Netzwerke auf und lösen Beziehungsprobleme situationsbezogen.

Internationales Personalmanagement unterstützen: Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die Besonderheiten des internationalen Personalmanagements im Vergleich zu einem national ausgerichteten Personalmanagement. Die Schülerinnen und Schüler analysieren die institutionellen Rahmenbedingungen, planen den Personaleinsatz und ergreifen Maßnahmen zur Personalbeschaffung. Sie unterstützen im Rahmen der internationalen Stellenbesetzung die betrieblichen Prozesse der Rekrutierung sowie der Auswahl. Die Schülerinnen und Schüler entwickeln Konzepte für die Mitarbeitermotivation, Mitarbeiterführung und Personalqualifizierung.

Internationales Marketing gestalten: Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Besonderheiten des internationalen Marketings im Vergleich zu einem national ausgerichteten Marketing. Sie informieren sich über Bedeutung, Aufgaben und Informationsgrundlagen des internationalen Marketings. Sie treffen systematische Entscheidungen über den Markteintritt und gestalten den Einsatz von Marketinginstrumenten unter besonderer Berücksichtigung internationaler Unternehmensaktivitäten.

Zukunftsmanagement entwickeln: Die Schülerinnen und Schüler sind sensibilisiert, kommende Veränderungen und die darin liegenden Chancen des Markt-, Arbeits- und Lebensumfeldes zu einem frühen Zeitpunkt wahrzunehmen und zu nutzen. Sie erkennen die

Chancen, eine Zukunft in der Gegenwart zu sehen und aktiv zu gestalten. Sie nutzen die Erkenntnisse der Zukunfts- und Trendforschung, um auch in Zukunft kompetent und fit für den Wettbewerb zu sein. Die Schülerinnen und Schüler analysieren und reflektieren neben den Zielen und Nutzenaspekten auch die Problemfelder eines Zukunftsmanagements. Sie entwickeln Konzepte, bei denen zukunftsorientierte Erwägungen in die aktuellen Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden.

Die Zeitangaben sind Richtwerte für die Anzahl der Unterrichtsstunden. Sie geben den Lehrerinnen und Lehrern einen Anhaltspunkt, wie umfangreich die Lehrplaninhalte behandelt werden sollen. Die Zeitrichtwerte sind Bruttowerte, sie sind unabhängig von der Länge des Schuljahres und enthalten auch die Zeit für Leistungsfeststellungen sowie zur Vertiefung bzw. Wiederholung.

Lern- und Leistungskontrollen sollen die im Unterricht angestrebten Lernziele möglichst umfassend abdecken und handlungs- und entscheidungsorientierte Aufgabenstellungen enthalten.