

Zielformulierung/ Kompetenzen	Zentrale Lerninhalte	Didaktisch-methodische Hinweise	Zentrale Materialien	DV- Integration
<b>LF 2, 2. Sequenz: Unternehmensleitbild, Unternehmensphilosophie, Strategie, Ziele, Zielkonflikte und Marktentwicklungen</b>				
<p><b>Auf der Grundlage von vorgegebenen Unternehmensleitbildern und eigener betrieblicher Anschauung beschreiben sie einzelne ökonomische, soziale und ökologische Ziele.</b></p> <p>Die S. klären die relevanten Fachbegriffe und grenzen sie voneinander ab.</p> <p>Die S. stellen die Fachbegriffe in einen betrieblichen Kontext und beschreiben deren Funktion für die Unternehmung und deren Unternehmenspolitik.</p>	<p>Vision, Mission, Leitbild Unternehmensphilosophie Unternehmenskultur Unternehmensidentität (Corporate Identity)</p>	<p>Als komplexe Ausgangssituation könnte eine Unternehmensgründung gewählt werden (Ausgangssituation A) Für dieses neu zu gestaltende Unternehmen muss eine Vision entworfen, die Mission festgelegt und ein Leitbild formuliert werden. Als alternative Ausgangssituation kommt die Leitbilderstellung für den Ausbildungsbetrieb in Frage (Ausgangssituation B).</p> <p>Zur Klärung der Fachbegriffe können die Informationstexte (Vision, Mission, Leitbild, Unternehmenskultur, Corporate Identity) verwendet werden. Zusätzlich können die Schülerinnen und Schüler Internetrecherchen durchführen und so weitere Informationen gewinnen und Anwendungsbeispiele aus der Praxis verwenden..</p> <p>Als weitere Alternative kann mit Informationen aus dem Modellunternehmen A&amp;S gearbeitet werden. Angaben zu dessen Leitbild können als Ausgangspunkt für die Reflexion über den Sinn und Zweck von Leitbildern dienen. Über diesen Weg lassen sich auch die</p>	<p>Fallsituation Informationstext Arbeitsaufträge Wandzeitung</p> <p><a href="#">Links:</a> s.u.</p> <p>CD-ROM A &amp; S Lernmaterialien MK/NLI</p>	<p>EDV-Raum Internet-Recherchen ggf. Powerpoint</p>

Zielformulierung/ Kompetenzen	Zentrale Lerninhalte	Didaktisch-methodische Hinweise	Zentrale Materialien	DV- Integration
<p>Die S. nennen und erläutern die Erwartungen und Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen (Stakeholder) einer Unternehmung.</p> <p>Die S. erklären die Aufgaben der Unternehmenspolitik und nennen unterschiedliche Unternehmensstrategien.</p> <p>Die S. analysieren den Zusammenhang zwischen Leitbild, Strategie und Unternehmenszielen.</p> <p><b>Sie analysieren den Zusammenhang zwischen strategischen und operativen Zielen. Dabei berücksichtigen sie mögliche Zielkonflikte.</b></p>	<p>Die Anspruchsgruppen der Unternehmung Die Ziele und Erwartungen der einzelnen Anspruchsgruppen Positionierung der Unternehmung gegenüber den Anspruchsgruppen</p> <p>Unternehmensstrategien Strategische Ziele</p> <p>Unternehmenspolitik Strategie</p> <p>Operative Ziele Ökonomische Ziele Soziale Ziele Ökologische Ziele Zielkonflikte</p>	<p>übrigen Fachbegriffe in einen betrieblichen Kontext stellen.</p> <p>Als weitere Einstiegsmöglichkeit bieten sich die Ergebnisse des Erkundungsauftrags an. Wenn bei der Erkundung auch Fragen zum Leitbild, zu den Unternehmenszielen und zu den Strategien enthalten sind, können die gewonnenen Ergebnisse nun als Basis für eine vertiefende theoretische Reflexion dienen. Schüler aus Betrieben ohne ein Leitbild können ermutigt werden, die Entwicklung eines Leitbildes in ihrem Unternehmen anzuregen (Siehe: Ausgangssituation B)</p> <p>Die Schüler müssen sich über die Anspruchsgruppen der Unternehmung im Klaren sein und entscheiden, welche Erwartungen und Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen in der Unternehmenspolitik in welcher Form Berücksichtigung finden kann und soll.</p> <p>Die Schüler müssen über die Positionierung des Unternehmens, über seine grundsätzliche strategische Ausrichtung entscheiden und entsprechende Strategien formulieren.</p>	<p>Ergebnisse Erkundungsauftrag</p> <p>Tafelbild</p> <p>Wandzeitung</p> <p>Beamer</p> <p>OHP/ Folien</p>	

Zielformulierung/ Kompetenzen	Zentrale Lerninhalte	Didaktisch-methodische Hinweise	Zentrale Materialien	DV- Integration
<p><b>Sie begründen, dass das Erreichen von Unternehmenszielen von Marktentwicklungen abhängt.</b></p> <p>Die S. begründen die Abhängigkeit der Unternehmung von Marktentwicklungen.</p> <p>Sie erläutern Interdependenzen zwischen Marktentwicklungen und der eigenen Zielerreichung.</p> <p>Die S. begründen die Notwendigkeit einer Umweltanalyse als Voraussetzung für die Festlegung von Strategien.</p> <p>Sie begründen die Notwendigkeit einer permanenten Überprüfung der Strategien und der Ziele im Hinblick auf sich verändernde Rahmenbedingungen.</p>	<p>Die Märkte einer Unternehmung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Absatzmärkte</li> <li>• Beschaffungsmärkte</li> <li>• Geld- und Kapitalmärkte</li> <li>• Arbeitsmarkt</li> </ul> <p>Branchenentwicklung Konjunkturentwicklung Politische Entwicklungen Globalisierung</p> <p>Umweltanalyse</p> <p>Ziele und Aufgaben der Strategischen Unternehmensführung</p>	<p>Sie müssen zwischen ökonomischen, sozialen und ökologischen Zielen unterscheiden und Beispiele nennen (ev. aus den Stakeholderansatz herleiten).</p> <p>Sie müssen den strategischen Zielen operative Ziele zuordnen und mögliche Maßnahmen zur Zielerreichung nennen.</p> <p>Sie erörtern Zielkonflikte und begründen normative Entscheidungen.</p> <p>Zur Klärung der Fachbegriffe und der zu analysierenden Zusammenhänge sollten die S. Internetrecherchen durchführen und konkrete Anwendungsbeispiele aus der Praxis sammeln.</p> <p>Ein Rückgriff auf die in der Erkundung gesammelten Informationen ist naheliegend.</p> <p>Als methodische Vorgehensweise kommt arbeitsteilige Gruppenarbeit mit anschließender Präsentation der Arbeitsergebnisse in Frage.</p> <p>Zur Strukturierung der grundlegenden Zusammenhänge sollte ein geeigneter Informationstext eingesetzt werden.</p>	<p>Wirtschaftszeitung</p> <p>Internetquellen  <a href="http://www.ideereich.de/DieterHerbst/Themen/ci/ci.html">www.ideereich.de/DieterHerbst/Themen/ci/ci.html</a>  <a href="http://viadrina.euw-frankfurt-o.de/~sk/SS98/IK/uk.html">http://viadrina.euw-frankfurt-o.de/~sk/SS98/IK/uk.html</a>  <a href="http://www.schweitzerinstitut.de/kultur.htm">www.schweitzerinstitut.de/kultur.htm</a>  <a href="http://www.bickmann.de/glossar.htm">www.bickmann.de/glossar.htm</a>  <a href="http://www.ci-akademie.de/abt2/fragen-an-ihre-ci.htm">www.ci-akademie.de/abt2/fragen-an-ihre-ci.htm</a>  <a href="http://www.danet.de/KNet/browse.de/node.0/d43wgnmpt">http://www.danet.de/KNet/browse.de/node.0/d43wgnmpt</a>            Konkrete Unternehmensbeispiele:  <a href="http://www.wicker.de/philosophie/druckversion.htm">www.wicker.de/philosophie/druckversion.htm</a>  <a href="http://www.sesam.ch/de/firma/unternehmensphilosophie.htm">www.sesam.ch/de/firma/unternehmensphilosophie.htm</a>  <a href="http://www.emc2.de/local/de/DE/about/philosophy/index.jsp?openfolder=all">www.emc2.de/local/de/DE/about/philosophy/index.jsp?openfolder=all</a>  <a href="http://www.canon.de/unter/jobs/inside/werte">www.canon.de/unter/jobs/inside/werte</a></p> <p>Wandzeitung Informationstext</p>	<p>EDV-Raum</p> <p>Internet-Recherchen</p>

