

## A. 2 Schulautonomer Erweiterungsbereich

### A. 2.2 Ausbildungsschwerpunkt International Business

#### 2.2.1 International Business

##### **Didaktische Grundsätze:**

Im Ausbildungsschwerpunkt „International Business“ ist eine Zusammenarbeit mit international tätigen Unternehmen und Institutionen anzustreben. Ebenso ist eine enge Verknüpfung der einzelnen Unterrichtsgegenstände des Zweiges anzustreben.

II. Jahrgang:

3. Semester – Kompetenzmodul 3:

##### **Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich Grundlagen des Marketings

- Marketingbegriff, Leitgedanken des Marketings und Marketingphilosophie erläutern
- Kunden- und Austauschorientierung beschreiben und Analyse der Austauschpartner durchführen
- Instrumente der Kundenorientierung, Value added Services, Waiting Lines usw. anwenden
- Grundlegende Fallstudien zum Marketing durchführen und erste Analyseinstrumente (z. B. Analyse nach Bonoma) anwenden
- Ablauf der Marketingplanung, praktische Planungskonzepte, Marketingziele kompetent einsetzen

Bereich Grundlagen und Rahmenbedingungen der internationalen Geschäftstätigkeit

- Bedeutung, Struktur sowie Chancen und Risiken der internationalen Wirtschaft für Österreich und weltweit beurteilen
- volkswirtschaftliche Begriffe wie Exportquote, Handelsbilanz, Leistungsbilanz und Zahlungsbilanz erklären und interpretieren
- Formen des Außenhandels und deren Unterschiede beschreiben.

Bereich Institutioneller Rahmen für die internationale Geschäftstätigkeit

- die Entwicklung und die Ziele der europäischen Integration in Grundzügen anführen
- die Grundlagen der Europäischen Union und des EU-Rechts beschreiben
- zur Bedeutung der europäischen Integration und Mitgestaltungsmöglichkeiten als EU-Bürgerinnen und EU-Bürger Stellung nehmen
- die Aufgaben der wichtigsten internationalen Organisationen und Abkommen nennen und aktuelle Entwicklungen reflektieren

##### **Lehrstoff:**

Grundlagen des Marketings:

Begriff und Bedeutung des Marketings, Sichtweisen des Marketings, Marketingorientierungen; Planungskonzepte im Marketing, Marketingziele

Grundlagen der internationalen Geschäftstätigkeit:

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen, volkswirtschaftliche Grundlagen

Institutioneller Rahmen für die internationale Geschäftstätigkeit:

Europäische Union und Grundzüge des EU-Recht, internationale Abkommen und Wirtschaftsorganisationen

Fallstudien zu den Bereichen

4. Semester – Kompetenzmodul 4:

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Informationsbeschaffung im Rahmen der internationalen Geschäftstätigkeit

- die für die internationale Geschäftstätigkeit wesentlichen Informationsquellen nennen und als Basis für unternehmerische Entscheidungen auswählen und analysieren
- die wichtigsten Instrumente zur Marktforschung und Datengewinnung erläutern
- Konzepte für eine Kundenbefragung entwickeln, mittels Onlinebefragung erheben (z. B. Programm Questback), die erhobenen Ergebnisse analysieren, reflektieren und zielgruppenadäquat kommunizieren

**Lehrstoff:**

Informationsbeschaffung im Rahmen der internationalen Geschäftstätigkeit:

Sekundärmarktforschung, internationale Marktforschung, Fragetechniken, Fragebogengestaltung, Konzeption einer Kundenbefragung, Durchführung einer Befragung mittels Onlinebefragung, Auswertung und Interpretation

III. Jahrgang:

5. Semester – Kompetenzmodul 5

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Vorbereitung eines Auslandsgeschäfts

- den strategischen und operativen Planungsprozess im Rahmen der Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie beschreiben
- die Einflussfaktoren der Mikro- und Makroumwelt eines international tätigen Unternehmens analysieren
- strategische Planungsinstrumente (SWOT-Analyse, Szenarioanalyse, Portfolioanalyse, Produkt-Markt-Matrix usw.) in Bezug auf die Auswahl von Auslandsmärkten anwenden und die Ergebnisse bewerten
- aus den Ergebnissen der Marktanalyse Unternehmensziele ableiten
- den Prozess der Marktauswahl beschreiben und reflektieren

Bereich Markteintrittsentscheidungen für internationale Märkte

- die unterschiedlichen Markteintrittsmethoden erläutern und deren Vor- und Nachteile gegenüberstellen
- die Bedeutung der Direktinvestition als Marktbearbeitungsstrategie darlegen und die Bedeutung aus der Sicht des Investitionslandes bzw. des investierenden Unternehmens erläutern

Bereich innerbetriebliche Rahmenbedingungen für Auslandsgeschäfte

- Konsequenzen auf das Management sowie die Gestaltung der Funktionsbereiche eines Unternehmens in der Folge unterschiedlicher Internationalisierungsstrategien ableiten,
- Maßnahmen für die Organisation eines Unternehmens anhand verschiedener Kriterien reflektiert entwickeln.

Bereich ethische Grundsätze in einer globalen Wirtschaft

- zur ethischen Verantwortung in einer globalen Wirtschaft Stellung nehmen,
- Chancen und Risiken der Globalisierung und deren Auswirkungen auf Unternehmen, Arbeitnehmer und Konsumenten beurteilen,
- Maßnahmen eines Unternehmens unter ethischem Gesichtspunkt kritisch bewerten,
- den Zusammenhang zwischen Marketingphilosophien und deren Auswirkung auf unternehmerisches Handeln in der globalen Wirtschaft reflektieren.

**Lehrstoff:**

Vorbereitung eines Auslandsgeschäfts:

Strategische und operative Planung für internationale Märkte, Analyse internationaler Märkte

Markteintrittsentscheidungen für internationale Märkte:

Eintrittsmethoden in den Auslandsmarkt, Direktinvestition

Innerbetriebliche Rahmenbedingungen für Auslandsgeschäfte:

Exportorientierte Aufbauorganisation, Projektorganisation, Besonderheiten im Personalmanagement

Ethische Grundsätze in einer globalen Wirtschaft:

Nachhaltigkeit und CSR, Marketingphilosophien

Fallstudien zu den Bereichen

## 6. Semester – Kompetenzmodul 6

### **Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Cross Cultural Management

- die Unterschiedlichkeit von Kulturkreisen erläutern
- unterschiedliche Kulturmodelle anführen,
- kulturelle Rahmenbedingungen und deren Ausprägungsformen identifizieren und einem Kulturmodell zuordnen.

Bereich Käuferinnenverhalten und Käuferverhalten in internationalen Märkten

- Faktoren des Käuferinnenverhaltens und des Käuferverhaltens im internationalen Kontext analysieren.

Bereich Durchführung eines Auslandsgeschäfts

- die für den Ablauf internationaler Geschäfte notwendigen Entscheidungsfelder definieren,
- die für internationale Geschäfte relevanten vertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten anführen und reflektiert empfehlen,
- die für internationale Geschäfte notwendigen Dokumente analysieren,
- die im Außenhandel üblichen Zahlungsmethoden und deren Unterschiede beschreiben,
- die Bedeutung der Bankgarantie im Auslandsgeschäft erläutern
- Hinweis: Die für die Geschäftsanbahnung und Kundenakquise notwendigen Verkaufs- und Verhandlungstechniken unter Berücksichtigung interkultureller Unterschiede werden im 3. Jg. in einem eigenen Ausbildungsbereich „Internationale Messen und Verhandlungstechniken“ angeboten.

Bereich Risikomanagement

- Risiken im Außenhandel identifizieren und geeignete risikopolitische Instrumente empfehlen.

Bereich Finanzmanagement

- die wichtigsten außenhandelspezifischen Finanzierungsformen beschreiben,

Bereich Exportförderung

- die im Rahmen des staatlichen Exportrisikogarantiesystems grundlegenden Möglichkeiten nennen.

### **Lehrstoff:**

Cross Cultural Management:

Kulturkreise, Kulturmodelle

Käuferverhalten auf internationalen Märkten

Durchführung eines Auslandsgeschäfts:

Vorbereitung und Anbahnung von Auslandsgeschäften, Verkaufs- und Verhandlungstechniken, Angebotserstellung (Vertragsgestaltung, Liefer- und Zahlungsbedingungen), Auftragsabwicklung, Zahlungsabwicklung

Risikomanagement:

Risiken im Außenhandel und risikopolitische Instrumente

Finanzmanagement:

Instrumente der Außenhandelsfinanzierung

Exportförderung:

Exportgarantiesystem

Fallstudien zu den Bereichen

IV. Jahrgang:

7. Semester – Kompetenzmodul 7

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Internationales Marketing und Marketing-Mix

- Segmentierung und Positionierung erläutern und anwenden
- Analysen im Bereich der Produkt- und Kontrahierungspolitik auswählen und durchführen
- verschiedene Maßnahmen der Produkt- und Kontrahierungspolitik beschreiben und anhand von Praxisbeispielen analysieren und argumentieren
- verschiedene Maßnahmen der Markenpolitik beschreiben und anhand von Praxisbeispielen analysieren und argumentieren
- die Bedeutung von Kundendienst und Verpackung beschreiben und anhand von Praxisbeispielen analysieren und argumentieren
- die Bedeutung der Kontrahierungspolitik erklären und unterschiedliche Preisstrategien und deren Einsatz argumentieren
- eine Import- bzw. Exportkalkulation durchführen

**Lehrstoff:**

Segmentierung und Positionierung

Leistungsprogrammpolitik, Kontrahierungspolitik

Analysen, Instrumente, Markenpolitik, Kundendienst und Verpackung, Preismechanismen und Preisstrategien, Import-/Exportkalkulation

Fallstudien

8. Semester – Kompetenzmodul 8

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Internationales Marketing und Marketing-Mix

- verschiedene Maßnahmen und Instrumente der Distributions- und Kommunikationspolitik beschreiben und anhand von Praxisbeispielen analysieren und argumentieren
- die Bedeutung der Absatzkanäle erklären und unterschiedliche Vertriebsstrategien und deren Einsatz argumentieren
- am konkreten Beispiel eine distributionspolitische Strategie unter Berücksichtigung von kulturellen Unterschieden auf Auslandsmärkten analysieren und argumentieren
- am konkreten Beispiel eine kommunikationspolitische Strategie unter Berücksichtigung von kulturellen Unterschieden auf Auslandsmärkten analysieren und argumentieren
- am konkreten Beispiel einen internationalen Geschäftsfall hinsichtlich Transport, Transportversicherung, Schadensabwicklung und Verzollung analysieren
- wichtige Kennzahlen zu allen Marketing-Mix-Bereichen definieren und berechnen
- Hinweis: Das Messemanagement (Planung und Teilnahme an einer Messe) wird im 3. Jg. in einem eigenen Ausbildungsbereich „Internationale Messen und Verhandlungstechniken“ angeboten.

**Lehrstoff:**

Internationales Marketing und Marketing-Mix:

Distributionspolitik (Absatzkanalstrategien, Import-/Exportlogistik, Verzollung),

Kommunikationspolitik (Kommunikationsplanung, Instrumente und Strategien, Social Media und Online Marketing)

Kennzahlen im (internationalen) Marketing

Fallstudien

V. Jahrgang:

9. Semester – Kompetenzmodul 9

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Internationales Marketing

- die Ziele, Maßnahmen und Instrumente des Key Account Managements erläutern und anwenden

Bereich Patent-, Marken- und Musterschutz

- die rechtlichen Rahmenbedingungen erläutern und anhand von konkreten Praxisbeispielen argumentieren

Bereich Fremdwährungsmanagement

- die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdwährungsmanagements für Unternehmen erläutern,

- Kurssicherungsentscheidungen argumentieren und sinnvolle Kurssicherungsmethoden beschreiben.

Bereich Internationale Geschäftstätigkeit

- Trends in der internationalen Geschäftstätigkeit

**Lehrstoff:**

Key Account Management

Strategien und Instrumente

Rechtsfragen im internationalen Geschäft:

Patent-, Marken- und Musterschutz

Fremdwährungsmanagement:

Kurssicherung

Fallstudien zu den Bereichen

## 2.2.2 Französisch eine Weltsprache

### Didaktische Grundsätze:

Die sprachlichen Aktivitäten sind so zu wählen, dass die Lebens- und Erfahrungswelt der Jugendlichen berücksichtigt wird und insbesondere die mündliche Kommunikation in den Bereichen „Zusammenhängend Sprechen“ und „An Gesprächen teilnehmen“ anhand vielfältiger Situationen trainiert wird.

### III. Jahrgang:

#### 5. Semester – Kompetenzmodul 5

##### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- verstehen Fragen und Auskünfte, einfache Dialoge über vertraute Themen, wenn deutlich gesprochen wird
- können einfache Informationen in einem erweiterten Themenspektrum schriftlich wie mündlich austauschen und wiedergeben
- können einen begrenzten Wortschatz zur Bewältigung konkreter Situationen anwenden
- können ein einfaches, direktes Gespräch über vertraute Themen beginnen, in Gang halten und beenden

##### Lehrstoff:

Domainenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen anhand ausgewählter Themen:

Informationsbeschaffung über Transportmittel und Unterkünfte  
einfache Alltags- und Sachtexte (Prospekte, Anzeigen, kurze einfache Texte in sozialen Netzwerken)  
Orts- Preis – und Zeitangaben  
Reservierung von Unterkünften  
Landeskunde von Frankreich

##### Schularbeiten:

1 Schularbeit

#### 6. Semester – Kompetenzmodul 6

##### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- verstehen und präsentieren einfache Sachtexte, wenn Bilder oder Grafiken den Inhalt unterstützen
- verstehen und verfassen einfache berufliche Standardkorrespondenz, die einem häufig verwendeten Schema folgt und sich auf vertraute Situationen bezieht
- können mündlich eine einfache Beschreibung von Arbeitsbedingungen geben
- können Ratschläge annehmen und erteilen, Einladungen annehmen oder ablehnen
- können über Pläne, Vorfälle und Ereignisse berichten

##### Lehrstoff:

Domainenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen anhand ausgewählter Themen:

berufsbezogene Bekleidung (business look)  
Organisation von Geschäftsessen (Einladung, Reservierung)  
Alltagsgespräche bei Geschäftsessen, Konferenzen  
Vokabular Internet  
Stadt- und Regionenbeschreibungen

##### Schularbeiten:

1 Schularbeit

V. Jahrgang:

9. Semester – Kompetenzmodul 9

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler

- können zu vertrauten beruflichen Themen die eigene Meinung einbringen und auf einfache Art begründen
- können Vor- und Nachteile eines Sachverhalts angeben, zustimmen oder widersprechen und andere Vorschläge einbringen
- können im privaten wie beruflichen Bereich Arbeitsabläufe, Sachverhalte usw. detailliert beschreiben
- können ein berufliches Gespräch beginnen, länger in Gang halten und beenden

**Lehrstoff:**

Domainenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen anhand ausgewählter Themen:

Besonderheiten der französischen Arbeitswelt  
Bewerbungsgespräche  
internationale Organisationen  
aktuelle Entwicklungen im Tourismus  
Medien und Werbung

10. Semester – Kompetenzmodul 10

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler

- können Präsentationen über Firmen, Produkte, Arbeitsabläufe, Sachverhalte halten und ihnen folgen
- können Informationen in verschiedenen längeren Texten finden, die sie brauchen, um im beruflichen Alltag Aufgaben zu lösen
- können umfassende Informationen in Medien verstehen und wiedergeben

**Lehrstoff:**

Domainenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen anhand ausgewählter Themen:

Firmen- und Produktpräsentation  
Werbeslogans  
Tourismus in den DROM (départements d'outre mer)  
Internationale Messen

### 2.2.3 Prüfungsformate internationaler Zertifikate

**Didaktische Grundsätze:**

Die Schülerinnen und Schüler trainieren und erweitern ihre Kompetenzen in den Bereichen „Zuhören“, „Sprechen“, „Lesen“, und „Schreiben“ in beruflichen Situationen und machen sich mit den prüfungsrelevanten Testformaten vertraut.

IV. Jahrgang:

7. Semester – Kompetenzmodul 7:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können

- in vertrauten berufsrelevanten Situationen detaillierte Informationen geben und detaillierte Forderungen vorbringen
- ihren Standpunkt über vertraute berufliche Themen überzeugend darlegen
- mit unvorhersehbaren Schwierigkeiten in vertrauten beruflichen Situationen umgehen
- Korrespondenz auch in nicht standardgemäßer Sprache verstehen
- in relativ kurzer Zeit gängige berufsrelevante Berichte und Anweisungen verstehen
- zweckmäßige Notizen machen und Briefe/Emails und Berichte in einem berufsrelevanten Kontext schreiben

**Lehrstoff:**

Persönliche Angaben:

- Geschäftspartner begrüßen (Small Talk)
- sich und andere vorstellen
- persönliche Angaben machen und danach fragen
- bestimmte Jobs und Verantwortlichkeiten beschreiben
- eine Firma und ihre Organisationsstruktur beschreiben
- Formulare mit persönlichen Daten und Angaben über die Firma ausfüllen
- Briefe mit persönlichen Daten verstehen und verfassen

Büro, geschäftliches Umfeld und Bewältigung von Routineaufgaben:

- Termine und Treffen vereinbaren
- zukünftige Aufgaben und Termine planen
- Pläne bestätigen oder neu konzipieren
- Instruktionen geben und entgegennehmen
- zukünftige Optionen vorhersehen und beschreiben
- Meinungen erfragen bzw. kundtun, zustimmen oder widersprechen
- Vorschläge oder Empfehlungen abgeben bzw. sie ablehnen
- Entscheidungen und bereits erfolgte Handlungen rechtfertigen
- Protokolle von Besprechungen verstehen
- Betriebliche Kommunikation (Berichte, Briefe, Memorandum, etc.) bewältigen

Kundenbetreuung in der Freizeit, Verhältnis zu Kollegen und Kunden:

- Interessen und Freizeitaktivitäten besprechen
- Angebote und Einladungen aussprechen, akzeptieren und ablehnen
- Dank und Wertschätzung ausdrücken
- einen Besucher aus dem Ausland betreuen
- über die eigene Region oder das eigene Land sprechen

**Schularbeiten:**

- 1 Schularbeit, bei Bedarf zweistündig



**8. Semester – Kompetenzmodul 8:****Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können

- Korrespondenz auch in nicht standardgemäßer Sprache verstehen
- in relativ kurzer Zeit gängige berufsrelevante Berichte und Anweisungen verstehen
- zweckmäßige Notizen machen und Briefe/Emails und Berichte in einem berufsrelevanten Kontext schreiben

**Lehrstoff:**

Telefongebrauch:

Zahlenangaben machen und interpretieren, allgemeine Abkürzungen und international gebräuchliche Akronyme verstehen und verwenden

Informationen austauschen

Nachrichten entgegennehmen

Gesundheit und Sicherheit:

Regeln der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz verstehen

Instruktionen und Mitteilungen verstehen

Kaufen und verkaufen:

Preisangaben und Liefertermine verstehen

Angebote unterbreiten und entgegennehmen

Geschäftsabschlüsse verhandeln

Unternehmensstruktur und Systemabläufe:

Unternehmensstrukturen und -abläufen präsentieren und beschreiben

Informationen über betriebliche Einrichtungen der Produktion eines Unternehmens, Auftragserteilung und Liefersysteme verstehen und erläutern

Produktionsabläufe verstehen und beschreiben

Unternehmensabläufe verstehen und beschreiben (einschließlich Personalauswahl, Beförderung etc.)

Fehler erkunden und erklären

Produkte und Dienstleistungen:

Produkte beschreiben und präsentieren

Funktionsabläufe erklären

Informationen über Produkte und Dienstleistungen geben und danach fragen

Vergleiche anstellen, Meinungen und bevorzugte Optionen ausdrücken

Beschwerden einlegen und entgegennehmen

Entschuldigungen vorbringen und akzeptieren

Leistungen und Ergebnisse:

Leistungen und Erfolge eines Unternehmens beschreiben und erklären, Trends und Wandel erkennen

Unternehmensfragen:

Allgemeine wirtschaftliche Angelegenheiten verstehen und darüber sprechen, wie zum Beispiel Management-Skills, Beförderungsstrategien, Ausbildungskurse, Serviceleistungen

Weitere Themenbereiche:

Eine Reihe anderer Themenbereiche von allgemeinem Interesse wie zum Beispiel Lebensmittel und Getränke, Bildung (Ausbildung), Konsumgüter, Einkaufen und Preise, aktuelle Ereignisse, Orte und Wetter können ebenfalls vorkommen

**Schularbeiten:**

1 Schularbeit, bei Bedarf zweistündig

**Externe Prüfung:** Business Vantage, CEFR-Niveau B2

## 2.2.4 Interkulturelle und internationale Kommunikation und Präsentation

### Didaktische Grundsätze:

Der Unterricht ist so zu gestalten, dass die Schülerinnen und Schüler in den Bereichen “Sprechen”, “Lesen”, “Sprachbewusstsein” und “Reflexion kommunikativer Prozesse im interkulturellen und internationalen Bereich”, die für den Beruf, das Studium, die Weiterbildung und die individuelle Entwicklung notwendige rezeptive und produktive Sprachkompetenz erwerben.

### III. Jahrgang:

#### 5. Semester – Kompetenzmodul 5:

#### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich „Sprechen“

- mündliche Kommunikationssituationen im persönlichen, beruflichen und öffentlichen Bereich sprachlich adäquat bewältigen
- sich unmittelbar, klar und unmissverständlich artikulieren
- unterschiedliche Kommunikationsmodelle anwenden und reflektieren
- kommunikative Kompetenzen anwenden
- Grundlagen des Präsentierens berücksichtigen
- verschiedene Präsentationstechniken anwenden
- sensibel mit Gesprächspartnern interagieren und kulturelle Unterschiede bewusst wahrnehmen

Bereich „Lesen“

- lineare und nichtlineare Texte formal und inhaltlich erschließen, indem sie Texten Informationen entnehmen und relevante von irrelevanten Informationen unterscheiden
- schriftliche Äußerungen erfassen, verarbeiten und wiedergeben

Bereich „Schreiben“

- schriftliche Kommunikationssituationen im persönlichen, beruflichen und öffentlichen Bereich sprachlich adäquat bewältigen
- Präsentationstexte mit unterschiedlicher Intention verfassen
- Texte adressaten- und anlassorientiert formulieren
- einen Vortrag sinnvoll aufbauen und gliedern
- Strukturen sinnvoll einsetzen, um die Lesbarkeit und Orientierung zu erhöhen

Bereich „Sprachbewusstsein“

- sprachliche Kreativität unter Beachtung der Sprech- und Schreibrichtigkeit entwickeln
- auf unterschiedliche Kulturstandards reagieren
- Sprachnormen auf Präsentationstexte und Kommunikationstexte anwenden, indem sie Fertigkeiten und Kenntnisse in der Text- und Satzgrammatik umsetzen
- die Regeln der Orthographie und Zeichensetzung anwenden
- Kommunikationsstrategien anwenden
- kommunikationsfördernde und kommunikationshemmende Faktoren im Umgang mit anderen Menschen berücksichtigen
- Präsentationskonzepte umsetzen
- klar und deutlich formulieren
- Sprache situationsadäquat und wertschätzend einsetzen
- rhetorische Mittel erkennen und bewusst einsetzen

Bereich „Reflexion kommunikativer Prozesse im Sozialbereich“

- die Bedeutung professioneller Kommunikation im Bereich sozialer Arbeit erkennen
- ihre Kreativität und Fähigkeiten bewusst für den persönlichen Ausdruck und die visuelle Kommunikation einsetzen sowie als Möglichkeit zum Handeln nutzen

- sich mit der eigenen und mit anderen Kulturen auseinandersetzen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede erkennen und sie besitzen die Fähigkeit zur interkulturellen Kommunikation
- Konsequenzen landestypischer Verhaltensmuster auf den beruflichen Kontext einschätzen

**Lehrstoff:**

**Sprechen:**

Kommunikationstechniken, verbale, paraverbale und nonverbale Kommunikation, rhetorische Mittel, Soft-Skills, Gesprächsführung, Referat, Präsentation

**Lesen:**

Festigung der Lesekompetenz, Lesestrategien

**Schreiben:**

Kommunikative, informierende und meinungsbildende Textsorten wie E-Mails, Brief, Bericht, Newsletter

Schreibhandlungen: Informieren, Analysieren

Teilschritte des Schreibprozesses (Planen, Formulieren, Schreiben, Überarbeiten)

**Sprachbewusstsein:**

Sicherung der grammatischen, orthographischen und stilistischen Kenntnisse, Erweiterung des Wortschatzes, berufsbezogene Fachbegriffe und Fremdwörter, Tonalität richtig einsetzen, Textkultur verbessern

**Reflexion kommunikativer Prozesse im internationalen und interkulturellen Bereich:**

Förderung der interkulturellen Kompetenz (Eigenarten und Verhaltensweisen fremder Kulturen wahrnehmen und respektieren),

sachlich kritische Auseinandersetzung mit zwischenmenschlichen Umgangsformen, Sensibilisierung für die eigene und fremde Kultur

**6. Semester – Kompetenzmodul 6:**

**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich „Sprechen“

- übliche Kommunikationssituationen im persönlichen, beruflichen und öffentlichen Bereich sprachlich adäquat bewältigen
- sich unmittelbar, klar und unmissverständlich artikulieren
- unterschiedliche Kommunikationsmodelle anwenden und reflektieren
- kommunikative Kompetenzen anwenden
- Grundlagen des Präsentierens berücksichtigen
- publikumswirksam und empathisch agieren
- multimedial präsentieren
- sensibel mit Gesprächspartnern interagieren und kulturelle Unterschiede bewusst wahrnehmen
- Sachverhalte auch auf internationaler Ebene adressatenbezogen und situationsgerecht darstellen und argumentieren
- auf unterschiedliche Kulturstandards reagieren
- als Sprachmittler/innen im begrenzten Ausmaß die Kommunikation zwischen Gesprächspartner/innen, die einander nicht direkt verstehen, ermöglichen

Bereich „Lesen“

- lineare und nichtlineare Texte formal und inhaltlich erschließen, indem sie Texten
- Informationen entnehmen und relevante von irrelevanten Informationen unterscheiden
- schriftliche Äußerungen erfassen, verarbeiten und wiedergeben

- Informationen aus verschiedenen Quellen, auch aus anderen Ländern, beschaffen, filtern, evaluieren und gezielt einsetzen

Bereich „Schreiben“

- schriftliche Kommunikationssituationen im persönlichen, beruflichen und öffentlichen Bereich sprachlich adäquat bewältigen
- Präsentationstexte mit unterschiedlicher Intention verfassen
- Texte adressaten- und anlassorientiert formulieren
- einen Vortrag sinnvoll aufbauen und gliedern
- Strukturen sinnvoll einsetzen, um die Lesbarkeit und Orientierung zu erhöhen
- Kriterien der Präsentationsgestaltung im internationalen und interkulturellen Kontext berücksichtigen
- aussagekräftige, verständliche Botschaften formulieren

Bereich „Sprachbewusstsein“

- sprachliche Kreativität unter Beachtung der Sprech- und Schreibrichtigkeit entwickeln
- auf unterschiedliche Kulturstandards reagieren
- Sprachnormen auf Präsentationstexte und Kommunikationstexte anwenden, indem sie Fertigkeiten und Kenntnisse in der Text- und Satzgrammatik umsetzen
- die Regeln der Orthographie und Zeichensetzung anwenden
- Kommunikationsstrategien anwenden
- kommunikationsfördernde und kommunikationshemmende Faktoren im Umgang mit anderen Menschen berücksichtigen
- Präsentationskonzepte umsetzen
- klar und deutlich formulieren
- Sprache situationsadäquat und wertschätzend einsetzen
- rhetorische Mittel erkennen und bewusst einsetzen

Bereich „Reflexion kommunikativer Prozesse im Sozialbereich“

- die Bedeutung professioneller Kommunikation im Bereich sozialer Arbeit erkennen
- ihre Kreativität und Fähigkeiten bewusst für den persönlichen Ausdruck und die visuelle Kommunikation einsetzen sowie als Möglichkeit zum Handeln nutzen
- sich mit der eigenen und mit anderen Kulturen auseinandersetzen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede erkennen und sie besitzen die Fähigkeit zur interkulturellen Kommunikation
- Konsequenzen landestypischer Verhaltensmuster auf den beruflichen Kontext einschätzen
- die Erweiterung ihrer sprachlichen Kompetenzen als persönliche Bereicherung und als Möglichkeit zum Verständnis anderer Denkweisen erkennen
- mit unterschiedlichen Wahrnehmungen konstruktiv umgehen

**Lehrstoff:**

Sprechen:

Kommunikationstechniken, verbale, paraverbale und nonverbale Kommunikation, rhetorische Mittel, Soft-Skills, Gesprächsführung, Referat, Rede und Vortrag, Moderation und Präsentation, Einsatz technischer Hilfsmittel, Visualisierungsmittel und -methoden, interkulturelle Kommunikation im Unternehmensalltag

Lesen:

Festigung der Lesekompetenz, Lesestrategien

Schreiben:

Kommunikative, informierende und meinungsbildende Textsorten wie Statement, Leserbrief, Meinungsrede, Kommentar

Schreibhandlungen: Informieren, Analysieren, Argumentieren, Appellieren

Teilschritte des Schreibprozesses (Planen, Formulieren, Schreiben, Überarbeiten)

Strukturierung von Argumenten

Interkulturelle Kommunikation im Unternehmensalltag

Sprachbewusstsein:

Sicherung der grammatischen, orthographischen und stilistischen Kenntnisse, Erweiterung des Wortschatzes, berufsbezogene Fachbegriffe und Fremdwörter, Tonalität richtig einsetzen, Textkultur verbessern

Reflexion kommunikativer Prozesse im internationalen und interkulturellen Bereich:

Förderung der interkulturellen Kompetenz (Eigenarten und Verhaltensweisen fremder Kulturen wahrnehmen und respektieren)

sachlich kritische Auseinandersetzung mit zwischenmenschlichen Umgangsformen, Sensibilisierung für die eigene und fremde Kultur

## 2.2.5 Internationale Messen und Verhandlungstechniken

### Didaktische Grundsätze:

Das Seminar stellt eine mögliche Erweiterung der Ausbildungsschwerpunkte „Internationale Wirtschaft“ sowie „Kommunikationsmanagement und Marketing“ dar.

### III. Jahrgang:

#### 5. Semester – Kompetenzmodul 5:

##### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich Messen und Ausstellungen

- Funktionen von Messen und Ausstellungen im Auslandsgeschäft erläutern
- die wichtigsten Informationsquellen zur Planung von internationalen Messen und Ausstellungen für ein Unternehmen anführen
- Kosten und Nutzen des Messeauftritts für ein Unternehmen erheben und bewerten
- den Messe- bzw. Ausstellungsauftritt als Teil des Gesamtmarketings von Unternehmen planen.
- den Planungsprozess im Rahmen eines internationalen Messe- bzw. Ausstellungsauftritts beschreiben
- die wesentlichen Elemente zur multisensualen Inszenierung von Messeständen zielgruppenadäquat einsetzen
- die für eine konkrete internationale Messe bzw. Ausstellung geeigneten kommunikationspolitischen Maßnahmen entwickeln
- einen internationalen Messe- bzw. Ausstellungsauftritt im schulischen Alltag (Übungsfirmenmessen usw.) planen, durchführen und evaluieren

##### Lehrstoff:

Internationale Messen und Ausstellungen:

Funktionen von Messen und Ausstellungen, Arten von Messen und Ausstellungen, Messe- und Ausstellungsmanagement, Messeplanung, Standgestaltung, Kreativitätstechniken, Branding, Corporate Identity, Public Relations

#### 6. Semester – Kompetenzmodul 6:

##### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich Geschäftsanbahnung und Kundenakquise

- Verhandlungssituationen analysieren und eine auf die Verhandlungssituation bezogene Verhandlungsstrategie entwickeln
- den eigenen Verhandlungstyp charakterisieren und daraus resultierende Stärken und Schwächen reflektieren
- die Phasen von Kaufentscheidungen und verkaufpsychologischen Grundlagen unter Berücksichtigung interkultureller Unterschiede beschreiben
- die verschiedenen Techniken im Rahmen der Anbahnung, Argumentation, Fragestellung und des Abschlusses eines Verkaufsgespräches unter Berücksichtigung interkultureller Unterschiede anwenden.

##### Lehrstoff:

Geschäftsanbahnung und Kundenakquise:

Verkaufs- und Verhandlungstechniken, Verhandlungsstrategien, Kaufentscheidungsprozesse, Kundenberatung, Cross Cultural Management

## 2.2.6 Globaler Wandel – regionale Nachhaltigkeit

### Didaktische Grundsätze:

Der Unterricht soll Schülerinnen und Schülern durch die Vermittlung fachspezifischer Kompetenzen (Methodenkompetenz, Orientierungskompetenz, Synthesekompetenz, Umweltkompetenz, Gesellschaftskompetenz und Wirtschaftskompetenz) helfen, sich in einer ständig verändernden Welt zu orientieren und neue Trends auf dem Arbeitsmarkt zu erkennen.

II. Jahrgang:

3. Semester – Kompetenzmodul 3:

### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im

- die sich verändernde Umwelt wahrnehmen und erklären
- die Verteilung der Weltbevölkerung und die Unterschiede der Bevölkerungsentwicklung in verschiedenen Großregionen der Erde beschreiben
- demografische Prozesse und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft erklären
- Prozesse der Globalisierung erkennen und interpretieren

### Lehrstoff:

Globale Umweltveränderungen und Umweltrisiken:

Globale Erwärmung, das Verschwinden der Wälder, Desertifikation

Verschmutzung der Ozeane, Verlust der Biodiversität

Ökologische Tragfähigkeit der Erde

Demografische Veränderungsprozesse:

Bevölkerungswachstum, Verstädterung, Überalterung der Bevölkerung, Migration

Globalisierung und Regionalisierung:

Globalisierung der Produktion, globale wirtschaftliche Disparitäten in Bezug auf Produktionsfaktoren (Boden, Arbeit, Kapital, Humanressourcen)

Globalisierung der Arbeitsmärkte und der Finanzmärkte

4. Semester – Kompetenzmodul 4:

### Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können

- die globale Arbeitsteilung einzelner Wirtschaftssektoren beschreiben
- ihre eigene persönliche Erziehung zur globalen Verantwortung für die „eine Welt“ festigen
- gesellschaftliche Informationen über Österreich, Europa und die Welt kritisch beurteilen
- die Bedeutung des Konsumverhaltens wahrnehmen
- sich mit lokalen, regionalen und globalen Fragestellungen auseinandersetzen

### Lehrstoff:

Globalisierung des Handels:

die wichtigsten Wirtschaftsräume der Erde

Merkmale des internationalen Handels

Triebkräfte der Handelsglobalisierung

globale wirtschaftliche Disparitäten in Bezug auf Produktionsfaktoren (Boden, Arbeit, Kapital, Humanressourcen)

Nutzungskonflikte an regionalen Beispielen:

Verteilung knapper Ressourcen,

regionale Konflikte bezüglich der Verfügbarkeit von knappen Ressourcen (Boden, Wasser, Bodenschätze usw.)

Freigegegenstände

## Psychologie

### **Bildungs- und Lehraufgabe:**

Der Unterricht in Psychologie soll eine fundierte Auseinandersetzung mit den Grundfragen des Lebens ermöglichen und Orientierungshilfen bieten.

Im Psychologieunterricht sollen die Schülerinnen und Schüler Einblick in das Erleben und Verhalten des Menschen gewinnen sowie Impulse zur Selbstreflexion und zu einem besseren Verständnis des Mitmenschen erhalten. Die Schülerinnen und Schüler sollen therapeutische Hilfen und Einrichtungen kennen lernen, es ist aber nicht Aufgabe des Psychologieunterrichts, therapeutische Hilfestellungen zu geben.

### **Didaktische Grundsätze:**

Aufgrund der Themenvielfalt ist der Psychologieunterricht prädestiniert, fächerübergreifende Aspekte zu allen geistes- und naturwissenschaftlichen Fächern durch Querverbindungen aufzuzeigen. Durch Transfer und Vergleich sind bei Schülerinnen und Schülern das Erkennen komplexer Zusammenhänge und das Erfassen vernetzter Sachverhalte zu fördern

Zur Förderung des kreativen Potentials sind – im Sinne der Methodenvielfalt -Rollenspiele, Fantasiereisen, Gedankenexperimente, Zeichnungen und andere künstlerische Darstellungen, meditative Betrachtungen von Kunstwerken, Arbeiten mit audio-visuellen Impulsen und den Informationstechnologien einzusetzen.

### **Lehrstoff**

#### 5. Semester – Kompetenzmodul 5:

Aspekte der wissenschaftlichen Psychologie kennen lernen  
Forschungsmethoden und Teilbereiche  
Richtungen und Anwendungsgebiete der Psychologie

#### 6. Semester – Kompetenzmodul 6:

Psychologische Phänomene der Wahrnehmung erfassen  
Aspekte der Sinneswahrnehmung, der räumlichen und zeitlichen Wahrnehmung  
subjektive Wahrnehmungswelten und ihre Einflüsse auf das Zusammenleben  
Wahrnehmungsbeeinflussung und Wahrnehmungsveränderung durch Medien

#### 7. Semester – Kompetenzmodul 7:

Kognitive Prozesse reflektieren  
Gedächtnismodelle und Lernstrategien, lerntheoretische Anwendungen  
Intelligenz, Kreativität und Problemlösungsstrategien  
Sprache und Denken

#### 8. Semester – Kompetenzmodul 8:

Soziale Phänomene und Kommunikationsstrukturen erfassen  
soziale Strukturen und gruppendynamische Prozesse  
Entstehung von Meinungen und Einstellungen, Manipulationsmechanismen  
Berücksichtigung kommunikativer Verhaltensweisen in Hinblick auf die Berufswelt

#### 9. Semester – Kompetenzmodul 9:



Motive menschlichen Handelns erörtern

Konfliktbewältigung, Umgang mit Frustration

Entstehung und Formen von Aggression und Gewalt

seelische Gesundheit und deren Beeinträchtigung

10. Semester – Kompetenzmodul 10:

Einblick in Persönlichkeitsmodelle gewinnen

tiefenpsychologische Ansätze und ihre Entwicklung

Aspekte der Persönlichkeitsdiagnostik

Latein

Italienisch/Spanisch