| Angestrebte Kompetenzen des Lehrplans | Integrierbare KMK-Kompetenzen | Exemplarische Einstiegsszenarien |
| --- | --- | --- |
| Die Studierenden beschreiben die Unternehmung als ein soziotechnisches System mit Subsystemen, Elementen, Zielen und den sich daraus ergebenden Beziehungen. Sie beschreiben Akteure (Stakeholder) und Ziele der System­umwelt der Unternehmung und erkennen Zielbeziehungen.  Die Studierenden gliedern die Unter­nehmung in Funktionen und unterstützen die Entwicklung von Geschäftsprozessen. Sie differenzieren dabei zwischen Kern-prozessen, Managementprozessen und Unterstützungsprozessen.  Sie erkennen, dass zur Koordination betrieblicher Prozesse Ziele notwendig sind. Sie wirken an deren Formulierung nach einer Unternehmens- und Umfeld­analyse und ‑prognose mit. Sie begleiten die Entwicklung von Strategien zur Erreichung der Ziele.  Die Studierenden verfügen über Informationen zur Steuerung betrieblicher Prozesse mit Hilfe geeigneter Controlling­instrumente.  Sie erkennen die vielfältigen rechtlichen Verknüpfungen der Unternehmung mit seinem Umsystem und erlernen grund­legende Techniken zur Interpretation und Anwendung von Gesetzestexten. Sie bilden Güter-, Informations- und Werte­ströme mit geeigneten Techniken ab, recherchieren und dokumentieren Informationen über wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen von Geschäftsprozessen. Sie erstellen deskriptive Statistiken und werten diese aus.  Sie kennen Einsatzmöglichkeiten von IT‑Systemen, erstellen Texte und Grafiken adressatengerecht mit Hilfe von Anwendungssoftware und präsentieren die Ergebnisse zielgruppenorientiert auch in einer Fremdsprache. Sie beschaffen Informationen aus dem Internet, filtern diese problemrelevant und werten sie aus. | **1.1.B** Veränderte Bedürfnisse und Bedarfe sowie Interaktionsmöglichkeiten der Stakeholder des Unternehmens erfassen, analysieren und auswerten  **1.3.E** Konzepte zur Steigerung des Nutzens für Stakeholder durch Digitalisierung beurteilen und optimieren | **ES 1.1: Stakeholder identifizieren und priorisieren**  Ein traditioneller Hersteller von Sportgeräten hat Kunden aus öffentlichen Einrichtungen (Schulen, Sportvereinen) sowie Unternehmen wie Fitnessstudios. Es wird ausschließlich der B2B‑Bereich bedient. In den Medien und in den Sporthochschulen wird die Forderung nach einer Modernisierung der Ausstattung laut. Das Interesse hat sich den letzten Jahren von traditionellen Sportgeräten hin zu digitalen Produkten (Sensorik, Fitnesscomputer, Tracking-Tools) entwickelt. Ein/e Mitarbeiter/in wird damit beauftragt, unter den veränderten Bedingungen die Bedürfnisse der Stakeholder zu identifizieren und begründet zu priorisieren. |
| **4.3.E** Zusammenarbeit in digital vernetzten Teams organisieren, reflektieren und situativ anpassen sowie die Entwicklung sozio-technischer Systeme mitgestalten  Veränderungsprozesse und Bewahrungs­prozesse steuern, reflektieren und bei Bedarf optimieren | **ES 1.2: Kollaboratives Arbeiten**  Ein Online-Händler für zertifiziertes Bio-Waschmittel möchte zur Entwicklung einer Content-Strategie eine Buyer Persona erstellen. Dazu stellt die Geschäftsleitung ein Team aus verschiedenen Abteilungen zusammen, die an unterschiedlichen Unternehmens­standorten sitzen. Zur kollaborativen Zusammenarbeit sollen die Teammitglieder eine digitale Plattform auswählen, darüber die Arbeitsprozesse organisieren, Meilensteine setzen, Ergebnisse dokumentieren und die Buyer Persona der Geschäftsleitung präsentieren.  Im Anschluss evaluiert das Team seine Arbeitsprozesse sowie die gewählte Plattform. |
| **1.2.E** Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft initiieren, entwickeln und organisieren  **1.3.B** Chancen zur Steigerung des Nutzens für Stakeholder durch Digitalisierung darstellen und entsprechende Konzepte ableiten und entwickeln  **4.1.B** Auswirkungen, Chancen und Risiken der digitalen Transformation für Arbeit und Gesellschaft reflektieren | **ES 1.3: Szenariotechnik**  Ein mittelständischer Bio-Lebensmittelhändler hat in NRW zwölf Filialen. Die Abwicklung des Einkaufs der Kundinnen und Kunden erfolgt bisher über eine klassische Supermarktkasse mit Transportband und Warentrennern.  Vor dem Hintergrund der Automatisierung und Digitalisierung des Einkaufsprozesses im konventionellen Einzelhandel (Selbstbedienungskassen, Click-and-Collect-Systeme, Smartshopper, Scannerkassen) sollen auch hier diese Möglichkeiten geprüft werden.  Ein Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird beauftragt, mit Hilfe der Szenariotechnik-Methode ein Worst-, Best- und Average-Case-Szenario für die nahe Zukunft (ca. 5 Jahre) als eine Entscheidungs-grundlage für die Geschäftsführung erstellen. Die Szenarien sollen der Geschäftsführung im nächsten Meeting präsentiert werden. |