| Angestrebte Kompetenzen des Lehrplans | Integrierbare KMK-Kompetenzen | Exemplarische Einstiegsszenarien |
| --- | --- | --- |
| Die Studierenden optimieren wieder­kehrende Geschäftsprozesse unter Beachtung organisatorischer, funktionaler, personeller, informationeller und zeitlicher Abhängigkeiten (Reengineering).  Sie sind im Rahmen des Geschäfts­prozessmanagements mitverantwortlich für die Optimierung der schnellen und flexiblen Verbindung von Kunden und Lieferanten mit der Wertschöpfungskette der Unternehmung. Sie sind beteiligt an der ablauforganisatorischen Konzeption „logistischer Ketten“ zwischen Beschaffung, Fertigung, Distribution und Entsorgung.  Die Studierenden sind beteiligt an der Bearbeitung komplexer, einmaliger Aufgabenstellungen, die fach- und bereichsübergreifend in Form von Projekten gelöst werden. Im Rahmen des Projektmanagements wenden sie spezifische Instrumente zur ziel­orientierten Vorbereitung, Planung, Steuerung, Dokumentation und Überwachung von Projekten an.  Bei ihrer Mitwirkung im Prozess- und Projektmanagement beachten sie den Grundsatz der Personalorientierung. Sie berücksichtigen die Kenntnisse und Fähigkeiten der Teammitglieder, schaffen Strukturen, Spielregeln und lösen auftretende Konflikte.  Ebenso setzen sie sich bei der Beteiligung an der Organisation von Geschäfts­prozessen und Projekten für die Aufnahme ökologischer Elemente in das Zielsystem ein. | **2.1.E** Vernetzte Wertschöpfungs­prozesse ganzheitlich analysieren, modellieren und Potenziale zur Digitalisierung beurteilen  **3.3.B** Verantwortungsvoll mit Daten umgehen und Datensicherheits-, Datenschutz- sowie weitergehende Compliance- Anforderungen im Unternehmen einhalten sowie deren Anwendung kriteriengeleitet überprüfen und bewerten | **ES 11.1: Customer Journey**  Eine hochpreisige, bekannte Friseurkette in Nordrhein-Westfalen hat in Großstädten insgesamt fünfzehn Friseursalons. Die Kette möchte die Anzahl der Stammkunden erhöhen, die Kundenbindung stärken und die Inanspruchnahmen der unterschiedlichen Dienstleistungen steigern. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kaufmännischen Abteilung sollen dazu die Customer Journey anhand von internen und externen Daten modellieren und abbilden, um auf dieser Basis Möglichkeiten zur Beeinflussung der analogen und digitalen Berührungs- und Kontaktpunkte darzustellen. |
| **2.3.E** Projekte situativ planen, einrichten und steuern sowie Projekt­planungs- und Projektsteuerungs­instrumente auswählen und anwenden | **ES 11.2: Projektphase**  Eine unabhängige Marketingagentur soll für ein Unternehmen im Rahmen eines Projekts eine spezifische betriebswirtschaftliche Aufgabe bearbeiten. Das Team der Agentur soll dazu eine Projektskizze erstellen, die unter anderem die Meilensteine, den Projekt-Scope, die Steuerungsinstrumente und die Terminierung beinhaltet. |