



**Kaufmann/Kauffrau für Groß- und
Außenhandelsmanagement
(International Trade Operational Manager)**

Schulungsmodule für Mobilitäten



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ESITL
A Netinvet Project

**Verknüpfungen zwischen Aktivitäten, Kompetenzeinheiten und
Ausbildungsmobilitätsmodulen**

AKTIVITÄTEN	KOMPETENZEINHEITEN	TRAININGSMODULE MOBILITÄT
Aktivität 1: Business monitoring	Unit 1: Marktinformationen für den internationalen Handel beobachten	Modul 1: Finden von Informationen für den internationalen Handel
		Modul 2: Vorbereitung der Entscheidung
Aktivität 2: Exportgeschäfte	Unit 2: nachforschen	Modul 3: Marktforschung
		Modul 4: Identifizierung potenzieller Kunden
		Modul 5: Bewertung der Marktforschungsergebnisse
	Unit 3: ins Ausland verkaufen	Nicht relevant für Mobilität
	Unit 4: Nachfolgegeschäfte sicherstellen	Nicht relevant für Mobilität
Activity 3: Importgeschäfte	Unit 5: aus dem Ausland kaufen	Nicht relevant für Mobilität
Activity 4: Koordination von Prozessen für einen erfolgreichen Importeinkauf und Exportverkauf	Unit 6: Dienstleistungen koordinieren	Nicht relevant für Mobilität
Activity 5: Umgang mit Beziehungen in verschiedenen Kulturen	Unit 7: Kommunikation und Beziehungen in interkulturellen Kontexten gewährleisten	Modul 6: Kommunikation in Englisch und in einer weiteren Fremdsprache unter Einbeziehung soziokultureller Elemente
		Modul 7: Aufbau, Management und Belegung eines Netzwerks internationaler Kontakte

Modul 1: Finden von Informationen für den internationalen Handel

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 1: Marktinformationen für den internationalen Handel beobachten

Berufliche Situation(en)

Der International Trade Operational Manager definiert die Informationsebenen und -quellen, die für das Marketinginformationssystem (MIS) der Organisation und ihre Entscheidungsfindung erforderlich sind. Er/sie nutzt Chancen aus internen und externen Märkten.

Er/sie sammelt und analysiert systematisch und regelmäßig Informationen aus verschiedenen internen und externen Quellen über Produkte und Dienstleistungen, Lieferanten, Dienstleister, Wettbewerb und andere Rahmenbedingungen, die für die Internationalisierungspolitik der Organisation relevant sind. Er/sie weiß, wie man die Geschäfts-DV-Programme, ihr allgemeines Konzept, ihre Software und ihre Anwendungen nutzt.

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U1S1.1 – den Informationsprozess entwerfen, planen und budgetieren	U1K1 - Marktforschung U1K2 - Trends der Weltbörsen U1K3 - Länderrisiken und Rating
U1S1.2 –Handelsinformationen und Regulierungsbeschränkungen für ausländische Märkte auswählen	U1K4 - Sektorale Studien U1K5 - Internationales rechtliches Umfeld und Regulierungsbereiche
U1S1.3 – Technische Anforderungen für Marktstudien formulieren	U1K6 - Ethische und ökologische Regeln

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U1S1.1 – Den Informationsprozess entwerfen, planen und budgetieren	Nur bei Bedarf durchzuführen einen vorher festgelegten Rahmen beachten Den Fokus auf die Methodik für die verschiedenen Schritte legen	eine begrenzte Auswahl verwenden eine Tabellenkalkulationssoftware verwenden
U1S1.2 –Handelsinformationen und Regulierungsbeschränkungen für ausländische Märkte auswählen	Implementierung der Methodik für Primärforschung (Feldforschung) und Sekundärforschung (Desk Research). Ziel sollte es sein, Informationen von Wirtschaftsverbänden und offiziellen Institutionen einzuholen.	Verwenden Sie Teamarbeit für die Analyse von Fallstudien-Primärforschungsdaten, um zu entscheiden, ob ein Unternehmen profitabel ist oder nicht. Verwenden Sie Simulationsspiele: zum Beispiel, um den Preis eines bestimmten Produkts auf einem bestimmten Markt zu bestimmen.

<p>U1S1.3 – Technische Anforderungen für Marktstudien formulieren</p>	<p>Definieren Sie, welche kritischen Informationen benötigt werden</p> <p>Kulturelle oder statistische Verzerrungen sollten vermieden werden.</p>	<p>Alle Formen moderner Kommunikations- und Informationsressourcen sollten genutzt werden (zum Beispiel offene Datenbanken im Internet, Unternehmenswebsites oder Informationen aus sozialen Netzwerken).</p> <p>Gestalten Sie die Recherche rund um den kritischen Informationsbedarf.</p> <p>Konzentrieren Sie sich auf die benötigten Informationen.</p> <p>Verwalten und erfüllen Sie die Erwartungen</p>
--	---	---

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
<p>U1K1 - Marktforschung</p>	<p>Verschiedene Arten von Marktforschung</p> <p>Informationsquellen</p> <p>Hauptschritte einer Marktforschung</p> <p>Digitale Tools, einschließlich Statistiksoftware</p> <p>Struktur und Hauptelemente eines Marktforschungsberichts</p>	<p>Beschreiben Sie das Ziel der Marktforschung sehr genau</p> <p>Grenzen Sie die Reichweite der Marktforschung für die erste Übung ein und bereichern Sie sie später</p> <p>Fokussieren Sie sich auf die wichtigsten Informationen, auf die Sie achten sollten</p> <p>Verwenden Sie den realen und aktualisierten beruflichen Kontext</p> <p>Machen Sie es digital</p>
<p>U1K2 - Trends der Weltbörsen</p>	<p>Nachhaltigkeit in Handelsbeziehungen</p> <p>Grüne Wirtschaftspolitik</p> <p>Beseitigung von Handelshemmnissen</p> <p>Verhalten im Kontext des Klimawandels</p>	<p>Besuchen Sie Unternehmen, die in den Kontext passen.</p> <p>Laden Sie externe Experten ein, die an internationalen Projekten mit digitaler Unterstützung teilnehmen.</p> <p>Erstellen Sie einen Leitfaden für den globalen Handel an einem fiktiven Unternehmen.</p>
<p>U1K3 – Länderrisiken und Rating</p>	<p>Kenntnisse internationaler Bewertungsplattformen.</p> <p>Informationen von Ratingagenturen.</p>	<p>Verwenden Sie aktualisierte Informationen aus dem Internet, z. B. World Factbook (https://www.cia.gov/the-world-factbook/)</p>

	Länderrisikokarte	
U1K4 – Sektorale Studien	<p>Analyse der Produktivitätsentwicklung und der Dynamik in Produktion und Handel (Angebot, Nachfrageverteilung...).</p> <p>Fokus auf moderne Innovationen, mit besonderem Augenmerk auf das Problem der Lieferketten.</p>	<p>Untersuchen Sie, wie Unternehmen und Branchen mit den Herausforderungen des Fortschritts umgehen.</p> <p>Berücksichtigen Sie die Auswirkungen der Einführung neuer Technologien, der zunehmenden Digitalisierung und des grünen Wirtschaftsdenkens. Verwenden Sie Fallstudien, um den europäischen und globalen Geltungsbereich zu vergleichen.</p>
U1K5 - Internationales rechtliches Umfeld und Regulierungsbereiche	<p>Betonung des Unterschieds zwischen europäischen und internationalen Handelsregeln</p> <p>Die rechtlichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Handelsräumen</p>	<p>Beispielhaftes Lernen mit konkreten Beispielen aus der wirtschaftlichen Situation verschiedener Unternehmen.</p> <p>Laden Sie Experten aus Unternehmen ein, ihr Wissen und ihre Erfahrung einzubringen.</p>
U1K6 - Ethische und ökologische Regeln	<p>Alle großen Unternehmen müssen gemäß der Corporate Sustainability Reporting Directive (kurz: CSRD-E) einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen.</p> <p>Erstellung, Implementierung und Ausführung von Nachhaltigkeitsstrategien zur Schaffung eines dauerhaften Wettbewerbsvorteils.</p>	<p>Analysieren Sie einen Nachhaltigkeitsbericht eines Unternehmens und extrahieren Sie die Strategien zur Einhaltung der ethischen und ökologischen Regeln.</p> <p>Als Gruppenarbeit: Was können wir über das Unternehmen und seinen Fokus auf ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) lernen?</p>

Voraussetzung

keine

Modul 2: Vorbereitung der Entscheidung

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 1: Marktinformationen für den internationalen Handel beobachten
--

Berufliche Situation(en)

Der International Trade Operational Manager sammelt und analysiert systematisch und regelmäßig Informationen aus verschiedenen internen und externen Quellen über Produkte und Dienstleistungen, Lieferanten, Dienstleister, Unternehmenswettbewerb und andere Rahmenbedingungen, die für die Internationalisierungspolitik der Organisation relevant sind. Er/sie weiß, wie man Geschäfts-DV-Programme, sein allgemeines Konzept, seine Software und seine Endanwendungen nutzt.

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U1S2 – Entscheidung vorbereiten U1S2.1 –kritische Marketinginformationen beobachten U1S2.2 –Berichten zur Erleichterung der Entscheidungsfindung erstellen	U1K7 - Statistische Analysemethoden U1K8 - Daten und Informationen U1K9 - Geschäftsinformationssystem und Geschäfts-DV-Programme U1K10 - Datensicherheit und Cybersicherheit

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U1S2.1 – kritische Marketinginformationen beobachten	Techniken zum Abrufen von Informationen. Statistische Parameter von Position und Streuung. Datenschutz, Sicherheit und Integrität.	Anwendungsfallstudie mit verschiedenen Bereichen von Marketingdaten, Probleme im Zusammenhang mit der Aktualisierung kritischer Marketinginformationen, Datenschutz, Sicherheit und Integrität einführen Verwenden Sie immer den SME-Kontext
U1S2.2 – Berichten zur Erleichterung der Entscheidungsfindung erstellen	Qualität der Informationen. Techniken der Datenanalyse und -auswertung Datenbanken. Leistungskennzahlen Definition, Nutzen und Komponenten des Marketing-Informationssystems (MIS). MIS-Organisation. Berichte mit dem Ziel, Entscheidungen zu treffen.	Bitten Sie die Schüler, Berichte zu schreiben, beginnend mit einer einfachen Situation und später mit zunehmend komplexeren Zusammenhängen Bereiten Sie eine Präsentation für das Management mit einer Empfehlung für ein praktisches Beispiel vor Fallstudien verwenden Verlassen Sie sich auf einen Experten

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
U1K7 - Statistische Analysemethoden	<p>Datenorganisation und Tabellierung.</p> <p>Grafische Datendarstellung.</p> <p>Positionsmaße oder zentrale Tendenz</p> <p>Streuungsmaßnahmen</p> <p>Messungen der Form der Verteilung.</p> <p>Lineare Regression und einfache Korrelation.</p> <p>Zeitfolgen. Trendschätzung. Computeranwendungen für die Verarbeitung und Analyse von Informationen: Tabellenkalkulationen und Datenbanken.</p> <p>Erstellung von Handelsberichten mit den Ergebnissen und Schlussfolgerungen der Analyse und statistischen Untersuchung der Daten.</p>	<p>Verwenden Sie Übungen mit internationalen Handelsdaten Demonstrieren Sie, wie Sie einen Computer und Datenbanken verwenden, um Daten zu verarbeiten</p> <p>Beharren Sie auf dem Entscheidungswert der nach der Verarbeitung der Daten gewonnenen statistischen Informationen.</p>
U1K8 - Daten und Informationen	<p>Nutzung der bei der Nachforschung gewonnenen Daten und des Netzwerks von Mitarbeitern.</p> <p>Analyse und Auswertung der in der Forschung gewonnenen Daten.</p>	<p>Demonstrieren Sie, wie Indikatoren und Computertools verwendet werden. Zeigen Sie, wie Sie verfügbare oder externe Mittel nutzen können, um hilfreiche Berichte für den Entscheidungsprozess zu erstellen.</p>
U1K9 - Geschäftsinformationssystem und Geschäfts-DV-Programme	<p>Konfiguration eines Marketing-Informationssystem</p>	<p>Zeigen Sie anhand eines praktischen Beispiels, wie Sie sich auf das Treffen von Geschäftsentscheidungen vorbereiten und Informationsquellen, Verfahren und Techniken für die Datenorganisation mithilfe künstlicher Intelligenz definieren.</p>
U1K10 – Datensicherheit und Cybersicherheit	<p>Grundlagen der Cybersicherheit</p>	<p>Verwenden Sie praktische Beispiele, um zu zeigen, wie die Verfahren durchgeführt und Techniken angewendet</p>

	<p>Gesetze und Vorschriften zu Sicherheit und Datenschutz und die Folgen bei Nichteinhaltung.</p> <p>Internetsicherheit: Spam, Computerviren, Spyware, Phishing.</p>	<p>werden, um die Integrität der Informationen sicherzustellen.</p> <p>Erklären Sie anhand realer Beispiele, wie Sie Beweise über die Auswirkungen eines Angriffs sammeln.</p>
--	--	--

Voraussetzungen

keine

Modul 3: Marktforschung

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 2: Marktforschung

Berufliche Situation(en)

Der internationale Handelsbetriebsleiter erstellt einen Marktforschungsplan und berechnet ein Marktforschungsbudget gemäß dem Organisationsbudget. Er/sie verteilt Aufgaben zwischen Mitarbeitern oder Subunternehmern.

Er/sie identifiziert potenzielle Kunden gemäß festgelegten Kriterien, um die Geschäftsziele der Organisation zu erreichen. Er trifft die Auswahl der Subunternehmer.
--

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U2S1.1 – Aufgaben den Mitarbeitern entsprechend den Ressourcen und Zielen zuweisen	U2K1 – Funktion der Nachforschung U2K2 – Marktforschungsplan und Marktforschungsbudget U2K3 – Verfügbare Unterstützung zur Entwicklung des Exports für inländische Unternehmen (z. B.: Handelskammern)
U2S1.2 – Subunternehmer auszuwählen	

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U2S1.1 – Aufgaben den Mitarbeitern entsprechend den Ressourcen und Zielen zuweisen	Was ist auf einen bestimmten Bedarf hin zu tun Beachten Sie einen vorher festgelegten Rahmen Konzentrieren Sie sich auf die Methodik für die verschiedenen Schritte Betrachten Sie die verschiedenen Lösungen (intern, extern)	Berücksichtigen Sie ein begrenztes Aufgabenspektrum (z. B. Sekundärforschung)
U2S1.2 – Subunternehmer auszuwählen	Wählen Sie Subunternehmer aus einer Firmendatenbank aus	Konzentrieren Sie sich auf die Methodik und die Kriterien

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
U2K1 – Funktion der Nachforschung	Rolle der Marktforschung Marktforschungsziele gemäß der Marketingpolitik des Unternehmens	Verwenden Sie Studienfälle basierend auf kleinen Unternehmen
U2K2 – Marktforschungsplan und Marktforschungsbudget	Aktionsplan der Marktforschung Kunden- und Interessentendatenbank	Berücksichtigen Sie die Mittel des Unternehmens (menschlich, finanziell, technisch) und das Timing (Zeitplan?)

	Definition und Komponenten des Marktforschungsbudgets Gesetzliche und regulatorische Beschränkungen	Verwenden Sie Simulationstools und Spiele
U2K3 – Verfügbare Unterstützung zur Entwicklung des Exports für inländische Unternehmen (z. B.: Handelskammern)	Nationales Hilfsprogramm für Exportentwicklungsgremien (Auslandsmarktinformationen, finanzielle Hilfen ...) und Websites ausländischer nationaler Regierungen	Die Studierenden müssen die nationale Organisation/Mittel kontaktieren/nutzen Informationen immer aktualisieren

Voraussetzung

Unit 1: Marktinformationen für den internationalen Handel beobachten
--

Modul 4: Identifizierung potentieller Kunden

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 2: nachforschen

Berufliche Situation(en)

Der International Trade Operation Manager identifiziert potenzielle Kunden gemäß festgelegten Kriterien, um die kommerziellen Ziele der Organisation zu erreichen. Er/sie organisiert und überwacht Kommunikations-/Werbeaktionen für Produkte/Dienstleistungen auf internationalen Messen und Veranstaltungen und optimiert die zugewiesenen Ressourcen, um ihre Ergebnisse an die festgelegten Ziele anzupassen. Er/sie trägt zur Anpassung von Verfahren im Zusammenhang mit der internationalen Entwicklung der Organisation bei. Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.

Er/sie kann beauftragt werden, Verbesserungen vorzuschlagen und sich an der Gestaltung der Exportverkaufsverwaltung zu beteiligen.

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U2S2.1 – potenzielle Kunden erkennen	U2K4 – Segmentierungskriterien
U2S2.2 – Geschäftskontakte knüpfen	U2K5 – Internationale Marktforschungsmaßnahmen
U2S2.3 – Handelsregeln und Geschäftsethik beachten	U2K6 – Internationale Messen und Veranstaltungen U2K7 – Internationale Kommunikations- und Werbetechniken U2K10 – Ethik und Gesetzgebung in der Marktforschung

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U2S2.1 – potentielle Kunden erkennen	Definition von Kundenprofilen gemäß der Unternehmensstrategie und den Besonderheiten des ausländischen Marktes	Definieren Sie die verschiedenen Ziele im ausgewählten Land klar
U2S2.2 – Geschäftskontakte knüpfen	Internationale Marktforschungsmaßnahmen	Telefonieren Sie, organisieren Sie Online-Meetings, tauschen Sie E-Mails aus, präsentieren Sie live und online für reale Unternehmen oder Studienfälle
U2S2.3 – Handelsregeln und Geschäftsethik beachten	Lokale Kultur Vorschriften und aktualisierte Landesgesetzgebung Ethisches Verhalten	Organisieren Sie eine Marktbeobachtung zu diesen Themen

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
U2K4 – Segmentierungskriterien	Ziele und Werkzeuge Segmentierungstechniken	Verwenden Sie Studienfälle und Softwareunterstützung
U2K5 – Internationale Marktforschungsmaßnahmen	Datenbank von Kunden, Interessenten Telefonieren, mailen, Geschäftsreisen, Messen	Datenbank immer aktualisieren Seien Sie paxisnah und verwenden Sie reale Situationen, um die Vielfalt der Werkzeuge zu entdecken und zu verstehen
U2K6 – Internationale Messen und Veranstaltungen	Auswahl der passenden Messe oder Veranstaltung zur Teilnahme, national oder international. Organisation der verschiedenen Schritte von der Standbuchung bis zur Messebewertung	Ein Auftrag kann Teil der internationalen Messe sein (Organisation, Teilnahme, Bewertung) Die Studierenden könnten ihre eigene internationale Messe oder Veranstaltung mit verschiedenen Interessenvertretern organisieren Beantragung von Unterstützung bei der örtlichen Handelskammer oder staatlichen Organisationen
U2K7 – Internationale Kommunikations- und Werbetechniken	Für spezifische Ziele, Kenntnisse der lokalen Geschäftskommunikation, Social Media und traditionelle Kommunikation	Üben Sie für echte Unternehmen oder Studienfälle
U2K10 – Ethik und Gesetzgebung in der Marktforschung	Multikulturelle ethische und kulturelle Informationen Gesetzliche und regulatorische Beschränkungen	Bestehen auf Aktualisierungstechniken

Voraussetzungen

Unit 1: Marktinformationen für den internationalen Handel beobachten Unit 2: Marktforschung
--

Modul 5: Bewertung der Marktforschungsergebnisse

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 2: nachforschen

Berufliche Situation(en)

Der International Trade Operational Manager muss die Nachverfolgung der Marktforschung sicherstellen. Er/sie sammelt und analysiert die Ergebnisse und vergleicht sie mit den Erwartungen. Diese Bewertung bietet Gelegenheit, sich Verbesserungen für die nächsten Marktforschungen vorzustellen und vorzuschlagen. Mit all diesen Informationen und Vorschlägen erstellt er/sie einen Marktforschungsbericht für seinen/ihren Vorgesetzten. Um all diese Arbeiten zu erledigen, nutzt er/sie alle relevanten digitalen Tools, die in seinem/ihrer beruflichen Kontext verfügbar sind.

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U2S3.1 – über Marktforschungsergebnisse berichten	U2K8 – Digitale Tools für die Interaktion mit Kunden und die Personalisierung internationaler Kundenbeziehungen U2K9 – Nachverfolgung und Bewertung der internationalen Marktforschung
U2S3.2 – Marktforschungsergebnisse in Bezug auf kommerzielle Ziele bewerten	
U2S3.3 – eine Anpassung der Verfahren vorschlagen	

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U2S3.1 – über Marktforschungsergebnisse berichten	Protokolle der verfügbaren Erfassungsmethoden. Verarbeitungs- und Bewertungstechniken von Tatsachen- und Prognoseberichten.	Individuelles Arbeiten mit speziell entwickelten Arbeitsblättern. Anwendung individuell angepasster Kompetenzraster.
U2S3.2 – Marktforschungsergebnisse in Bezug auf kommerzielle Ziele bewerten	Auswertungsmethoden und Tools zur statistischen Auswertung und verschiedene Darstellungsformen des Outputs.	Vier-Ecken-Methode, Feedback mit Fragebogen zusammen mit Schule und Unternehmen.
U2S3.3 – eine Anpassung der Verfahren vorschlagen	Standardverfahren zur Ergebnisdarstellung. Qualitative und quantitative Bewertungsverfahren.	Realisieren Sie Rollenspiele mit konkreten Fällen. Fordern Sie eine PowerPoint-Präsentation, in der die Methoden der ausgewählten Verfahren beschrieben werden.

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
U2K8 – Digitale Tools für die Interaktion mit Kunden und die Personalisierung internationaler Kundenbeziehungen	Einführung in Geschäfts-DV-Programme und Erläuterung bestimmter Details.	Nutzung digitaler Geräte. Aufbau einer gemeinsamen Kommunikationsplattform zwischen Unternehmen und Schule.

	Integrierte Planung, Analyse und Prognose.	Einsatz von künstlicher Intelligenz.
U2K9 – Nachverfolgung und Bewertung der internationalen Marktforschung	Kundenbeziehungsmanagement Beobachten von Kunden.	Verwenden Sie ERP-Software (Enterprise Resource Planning). Arbeitsgruppenvorschläge im Bereich kooperatives Lernen. Erfahrungsberichte erstellen Implementieren Sie Peer-Learning

Voraussetzung

Modul 4 - Marktforschung

Modul 6: Kommunikation in Englisch und in einer weiteren Fremdsprache unter Einbeziehung soziokultureller Elemente

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 7: Kommunikation und Beziehungen in interkulturellen Kontexten gewährleisten

Berufliche Situation(en)

<p>Der International Trade Operational Manager entwickelt die Geschäftsbeziehung in einem interkulturellen Umfeld. Er / sie muss eine überzeugende Kommunikation in der Landessprache und in Fremdsprachen haben, wobei Englisch obligatorisch ist.</p> <p>Er / sie muss mündlich fließend und spontan in der Landessprache und in Englisch und / oder einer anderen Sprache kommunizieren, um die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und den Service zu gewährleisten, Beratungstätigkeiten durchzuführen, Aufmerksamkeit zu erregen und mögliche Konflikte und Vorfälle zu lösen.</p> <p>Er / sie muss schriftlich in jeglicher Unterstützung kohärent kommunizieren und Autonomie zeigen, um eine professionelle Dokumentation zu erstellen.</p>

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U7S1.1 - Informationen zu geschäftlichen, sozialen und kulturellen Praktiken auswählen	U7K1 - Mündliche und schriftliche professionelle Kommunikation in der Sprache, die im Arbeitsumfeld verwendet wird U7K2 - Mündliche und schriftliche berufliche Kommunikation in Englisch auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen U7K3 – Mündliche und schriftliche berufsbezogene Kommunikation in einer weiteren Fremdsprache auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen U7K4 – Kommunikationstechniken und -modelle im multikulturellen Kontext U7K5 – Arten und Stile der nonverbalen Kommunikation
U7S1.2 - Kulturelle Unterschiede beachten	
U7S1.3 – sich professionell mündlich ausdrücken, um mit Kontakten aus anderen Kulturen zu interagieren	
U7S1.4 – Professionelle schriftliche Dokumente erstellen, die darauf abzielen, mit Kontakten aus anderen Kulturen zu interagieren	

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U7S1.1 - Informationen zu geschäftlichen, sozialen und kulturellen Praktiken auswählen	<p>Obligatorisch zur Vorbereitung auf eine Geschäftssituation mit Parteien unterschiedlicher kultureller Herkunft</p> <p>Aufbau einer Kooperation Datenbank mit Informationen zu sozialen, kulturellen und geschäftlichen Praktiken einer vordefinierten Anzahl von Ländern/Regionen zusammen mit Lernenden</p>	<p>Grenzen Sie die geografische Reichweite der zu recherchierenden und auszuwählenden Informationen ein und erweitern Sie diese gegebenenfalls später</p> <p>Verwenden Sie reale und aktualisierte berufliche Szenarien und verwenden Sie so viele Beispiele wie möglich aus dem geschäftlichen Kontext der Lernenden</p>

		Empfehlen Sie den Einsatz digitaler Mittel
U7S1.2 - Kulturelle Unterschiede beachten	<p>Unsere eigenen kulturellen Referenzen beeinflussen unser Verhalten und die Reaktion anderer auf unser Verhalten</p> <p>Die Fähigkeit, die Perspektive zu wechseln, ist grundlegend, um kulturelle Unterschiede zu respektieren und zu integrieren</p>	<p>Beachten Sie eine vorher festgelegte und klar definierte Kommunikationssituation</p> <p>Erkunden Sie das Potenzial, das die Vielfalt im Unterricht oder im Unternehmen bietet</p> <p>Empfehlen Sie den Lernenden, online nach „guten und schlechten“ Beispielen für Kommunikationssituationen zu suchen, die kulturelle Unterschiede integrieren; Gruppendiskussion anregen</p> <p>Verwenden Sie Spiele/Rollenspiele mit einer Gruppe, die auf interkulturellen Komponenten basieren</p>
U7S1.3 – sich professionell mündlich ausdrücken, um mit Kontakten aus anderen Kulturen zu interagieren	<p>Beachten (inter)kultureller Kodizes und Geschäftsprotokolle für die professionelle Kommunikation</p> <p>Persönliche Werte und Stereotypen beeinflussen unsere Fähigkeit, insbesondere mit Menschen aus anderen Kontexten zu kommunizieren</p> <p>Regelmäßige Klärung und Überprüfung des Verständnisses und Zusammenfassung des Besprochenen, um die Beziehung zwischen sprachlichem Ausdruck und kulturellem Inhalt herzustellen</p>	<p>Beachten Sie eine vorher festgelegte und klar definierte Kommunikationssituation</p> <p>Rollenspiele von mündlichen beruflichen Kommunikationssituationen, die kulturelle Unterschiede integrieren/kulturelle Unterschiede nicht respektieren; Gruppendiskussion anregen</p>
U7S1.4 – Professionelle schriftliche Dokumente erstellen, die darauf abzielen, mit Kontakten aus anderen Kulturen zu interagieren	<p>Beachtung (inter)kultureller Codes für professionelle Kommunikation, Business Netiquette und Protokolle</p> <p>Persönliche Werte und Stereotypen beeinflussen unsere Fähigkeit, insbesondere mit Menschen aus anderen Kontexten zu kommunizieren</p>	<p>Beachten Sie eine vorher festgelegte und klar definierte Kommunikationssituation</p> <p>Verwenden Sie in einem Unternehmen echte Dokumente aus der täglichen Geschäftspraxis (Briefe, E-Mails, Ausschreibungen, kommerzielle Angebote usw.)</p> <p>Wenn Sie sich in einem Klassenzimmer befinden:</p>

		Bereiten Sie Aufgaben mit einem erwarteten schriftlichen Ergebnis vor, die eine genaue Verwendung kultureller Codes für die professionelle Kommunikation (Business Netiquette und Protokoll) in einem bestimmten Land/Region zeigt
--	--	--

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
U7K1 - Mündliche und schriftliche professionelle Kommunikation in der Sprache, die im Arbeitsumfeld verwendet wird	<p>Mündliche und schriftliche professionelle Kommunikation in der Arbeitssprache mit den Schwerpunkten:</p> <p>Verbale Kommunikation: - Kommunikation von Angesicht zu Angesicht - Fernkommunikation (Telefon, Online-Kommunikationsmittel, soziale Medien)</p> <p>Schriftliche Kommunikation: - Erstellung von Geschäftsunterlagen, die für internationale Handelsaktivitäten und -operationen relevant sind</p>	<p>Konzentrieren Sie sich auf die professionelle Kommunikation, z. B. Kommunikationsart und Terminologie, die für den internationalen Geschäftskontext relevant sind</p> <p>Versetzen Sie die Lernenden in eine mündliche professionelle Kommunikationssituation</p> <p>Versetzen Sie die Lernenden in eine Situation, in der sie allgemeine Geschäftsunterlagen und andere Dokumente im Zusammenhang mit dem internationalen Handel in der jeweiligen Sprache erstellen müssen</p>
U7K2 - Mündliche und schriftliche berufliche Kommunikation in Englisch auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen	<p>Mündliche und schriftliche professionelle Kommunikation in <u>englischer</u> Sprache mit den Schwerpunkten:</p> <p>Verbale Kommunikation: - Kommunikation von Angesicht zu Angesicht - Fernkommunikation (Telefon, Online-Kommunikationsmittel, soziale Medien)</p> <p>Schriftliche Kommunikation: - Erstellung schriftlicher Geschäftsunterlagen, die für internationale Handelsaktivitäten und -operationen relevant sind</p>	<p>Konzentrieren Sie sich auf die professionelle Kommunikation, z. B. Kommunikationsart und Terminologie, die für den internationalen Geschäftskontext relevant sind</p> <p>Lernende in Situationen versetzen: Rollenspiele von mündlichen beruflichen Kommunikationssituationen unter Nutzung internationaler Geschäftskontexte und der zugehörigen englischspezifischen Terminologie</p> <p>Versetzen Sie die Lernenden in eine Situation, in der sie</p>

		allgemeine Geschäftsunterlagen und andere Dokumente im Zusammenhang mit dem internationalen Handel auf Englisch erstellen müssen
U7K3 – Mündliche und schriftliche berufsbezogene Kommunikation in einer weiteren Fremdsprache auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen	<p>Mündliche und schriftliche professionelle Kommunikation in einer <u>weiteren Fremdsprache</u> mit den Schwerpunkten:</p> <p>Verbale Kommunikation: - Kommunikation von Angesicht zu Angesicht - Fernkommunikation (Telefon, Online-Kommunikationsmittel, soziale Medien)</p> <p>Schriftliche Kommunikation: - Erstellung schriftlicher Geschäftsunterlagen, die für internationale Handelsaktivitäten und -operationen relevant sind</p>	<p>Konzentrieren Sie sich auf die professionelle Kommunikation, z. B. Kommunikationsart und Terminologie, die für den internationalen Geschäftskontext relevant sind</p> <p>Lernende in Situationen versetzen: Rollenspiele von mündlichen beruflichen Kommunikationssituationen unter Nutzung internationaler Geschäftskontexte und der zugehörigen spezifischen Terminologie in einer anderen Fremdsprache</p> <p>Versetzen Sie die Lernenden in eine Situation, in der sie allgemeine Geschäftsunterlagen und andere Dokumente im Zusammenhang mit dem internationalen Handel in einer anderen Fremdsprache erstellen müssen</p>
U7K4 – Kommunikationstechniken und -modelle im multikulturellen Kontext	<p>Was ist Kommunikation in einem multikulturellen Kontext?</p> <p>Techniken für eine effektive interkulturelle Kommunikation</p> <p>Interkulturelle Kommunikationsfähigkeiten</p> <p>Kulturelle Codes für die berufliche Kommunikation / Praxis (Bräuche)</p>	<p>Lernende in Situationen versetzen: Erstellung einer Liste von Techniken, die angewendet werden sollen, um in einer interkulturellen Kommunikationssituation effektiv zu kommunizieren (Arbeiten in Gruppen mit anschließender Diskussion im Plenum)</p> <p>Verlassen Sie sich auf einen Experten</p> <p>Fallstudien verwenden</p>
U7K5 – Arten und Stile der nonverbalen Kommunikation	<p>Arten und Stile der nonverbalen Kommunikation</p> <p>Wie man zusätzliche sprachliche Ressourcen nutzt, um die</p>	<p>Setzen Sie die Lernenden in Situationen: Erstellung einer Liste kultureller Merkmale in Bezug auf Proxemik, Kinesik, Haptik und Okulesik für verschiedene Kulturen</p>

	Kommunikation zu verbessern Unterschiedliche kulturelle Einstellungen zu Körperkontakt, körperlicher Nähe, Blickkontakt etc	(Arbeiten in Gruppen, eine in jeder Kultur, gefolgt von einer Diskussion im Plenum); Rollenspiele nutzen
--	--	---

Voraussetzungen

keine

Modul 7: Aufbau, Management und Belegung eines Netzwerks internationaler Kontakte

Verknüpfung mit dem Kompetenz-Repertorium

Unit 7: Kommunikation und Beziehungen in interkulturellen Kontexten gewährleisten

Berufliche Situation(en)

Der International Trade Operational Manager entwickelt die Geschäftsbeziehung in einem interkulturellen Umfeld.

Er/sie muss ein multikulturelles Netzwerk von Kontakten aufbauen und pflegen, das er/sie je nach Situation flexibel handhaben muss.

Modulziele

Kompetenzen	Verbundenes Wissen
U7S2.1 – eine multikulturelle Datenbank und eine Netzwerks von Kontakten aufbauen	U7K6 - Kulturelle Codes und Praktiken (Bräuche/Gewohnheiten/Rituale) U7K7 - Interkulturelles Beziehungsmanagement
U7S2.2 – eine multikulturelle Datenbank und ein Netzwerk von Kontakten pflegen	U7K8 - Business(n)etikette und Protokoll U7K9 - Rechtliche Rahmenbedingungen für arbeitsrechtliche Einzel- und Gruppenbeziehungen in den Zielländern
U7S3.3 – Ein Netzwerk professioneller Kontakte in einem multikulturellen Kontext beleben	U7K10 – Verwaltung von Informationssystemen

Beschreibung der Kompetenzen

Kompetenzen	Einschränkungen oder Inhalt	Pädagogische Hinweise
U7S2.1 – eine multikulturelle Datenbank und eine Netzwerks von Kontakten aufbauen	Maßnahmen sollten nur aufgrund eines Bedarfs ergriffen werden Verwendung eines vordefinierten Rahmens Verwendung eines Studienfalls eines Unternehmens, Erstellung einer Datenbank mit Kontakten, Bestimmung der Art der einzubeziehenden Kontakte, der zu jedem Kontakt zu sammelnden Informationen und der zu verwendenden Software	Begrenzen Sie den Umfang der Datenbank und erweitern Sie ihn ggf. später Fordern Sie den Einsatz digitaler Mittel für die Entwicklung der Datenbank Erfordert die Berücksichtigung rechtlicher Einschränkungen
U7S2.2 – eine multikulturelle Datenbank und ein Netzwerk von Kontakten pflegen	Maßnahmen sollten nur aufgrund eines Bedarfs ergriffen werden Verwendung eines vordefinierten Rahmens	Grenzen Sie den Umfang der aufzubewahrenden Informationen ein und erweitern Sie ihn ggf. später Erfordern den Einsatz digitaler Mittel
U7S3.3 – Ein Netzwerk professioneller Kontakte in	Der Ausdruck der eigenen Meinungen und	Könnte in einem Unternehmen besser entwickelt werden

einem multikulturellen Kontext beleben	Überzeugungen kann gute Beziehungen zu anderen beeinträchtigen	Wenn in einem Klassenzimmer: setzen Sie die Lernenden in eine Situation: Rollenspiel einer Teilnahme an einer internationalen Messe Sondierung möglicher Vorgehensweisen zur Vertiefung bestehender beruflicher Beziehungen und Knüpfung neuer Kontakte mit anschließender Diskussion der Ergebnisse
--	--	---

Beschreibung des Wissens

Verbundenes Wissen	Inhalt	Pädagogische Hinweise
U7K6 - Kulturelle Codes und Praktiken (Bräuche/Gewohnheiten/Rituale)	Kulturdefinitionen Bestandteile einer Kultur Nationale, regionale, sektorale, Unternehmens-, persönliche Kultur Identifizierung und Vergleich kultureller Unterschiede / Techniken des kulturellen Briefings Unterscheidung zwischen Verallgemeinerungen und Stereotypen	Erkunden Sie das Potenzial, das durch die Vielfalt im Klassenzimmer oder im Unternehmen gegeben ist Konzentrieren Sie sich auf die Tatsache, dass einige kulturelle Unterschiede leicht erkennbar sind und andere weniger leicht Die Schüler sollten von ihrer eigenen Kultur lernen
U7K7 - Interkulturelles Beziehungsmanagement	Definitionen von Werten, Normen, interkulturell, multikulturell, kulturelle Vielfalt, Ethnozentrismus Multikulturelle Modelle Der Begriff der Relativität in kulturellen Mustern	Erkunden Sie das Potenzial, das durch die Vielfalt im Klassenzimmer oder im Unternehmen gegeben ist
U7K8 - Business(n)etikette und Protokoll	Kommunikation mit unterschiedlichen Persönlichkeitstypen bei der Arbeit Etikette und Protokoll für verschiedene Geschäftssituationen, einschließlich ungeschriebener Regeln Netiquette	Use the DOs and DONTs methodology applied to pre-prepared study cases/learning situations

	<p>Häufige Fehler in der (n)Etikette</p> <p>Personalbild und nonverbale Kommunikation in der Projektion des Personalbildes</p> <p>Kleiderordnung (in Präsenz und online)</p> <p>Protokoll für die schriftliche Kommunikation</p> <p>Ansprache und Begrüßung von Würdenträgern und Autoritätspersonen</p>	
<p>U7K9 - Rechtliche Rahmenbedingungen für arbeitsrechtliche Einzel- und Gruppenbeziehungen in den Zielländern</p>	<p>Nach verschiedenen Regionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsorganisation (Arbeitszeit; Flexibilität; Urlaub; Sozialschutz; Zahlungsregeln und -praktiken usw.) - Arten von Arbeitsverträgen - Rolle des sozialen Dialogs 	<p>Erkunden Sie Beispiele von Ländern, die normalerweise Geschäftsbeziehungen mit dem Herkunftsland unterhalten</p> <p>Konzentrieren Sie sich auf das Verständnis, wie Arbeitsrecht und Arbeitsbeziehungen die Interaktion mit einem Netzwerk internationaler Kontakte beeinflussen</p>
<p>U7K10 – Verwaltung von Informationssystemen</p>	<p>Definition, Funktionen, Zwecke und Arten von Informationssystemen</p> <p>Informationsbedarf</p> <p>Unterschied zwischen Daten und Informationen</p> <p>Modelle zur Verwaltung von Informationen (relational, NoSQL usw.)</p> <p>Organisation von Dateien und Datenbanken</p> <p>Sicherheit und Integrität von Daten</p>	<p>Bringen Sie die Lernenden in eine Situation: Bereiten Sie eine Aufgabe vor, in der die Lernenden die Struktur eines idealen Informationssystems, das für das internationale Geschäft relevant ist, sowie die Art der zu sammelnden Informationen und Daten gemäß einem vorbereiteten Unternehmensfall definieren müssen</p> <p>Führen Sie vergleichende Studien durch</p> <p>Implementieren Sie Peer-Learning</p>

Voraussetzungen

keine

Wichtige Hinweise

Für jedes Modul und durch jede pädagogische Aktivität achten Lehrer und Ausbilder auf die Entwicklung aller transversalen Kompetenzen, Autonomie und Verantwortung, wie sie im Kompetenzrepertoire beschrieben sind.

Querschnittskompetenzen, Autonomie und Verantwortung

Um in seiner/ihrer Tätigkeit erfolgreich zu sein, muss der/die International Trade Operational Manager über eine Reihe von Querschnittskompetenzen verfügen. Er/sie demonstriert Flexibilität, Reaktionsfähigkeit, Kreativität, Strenge, Organisation und Achtung der Berufsethik, insbesondere wenn er/sie in einem internationalen Kontext tätig ist. Er/sie ist es gewohnt, im Team zu arbeiten, im Rahmen eines Projekts aktiv mitzuarbeiten und selbstverständlich freiwillig Vorschläge einzubringen.

Bei seiner Arbeit im Ausland respektiert er/sie die unterschiedlichen beruflichen Gewohnheiten und kulturellen Besonderheiten. Höflichkeit und Respekt im Umgang mit verschiedenen Ansprechpartnern sind ebenso gefragt wie Zurückhaltung und Sensibilität für kulturelle Unterschiede in einer Arbeitssituation. Er/sie muss sich immer der internationalen Vorschriften zum Schutz der Bevölkerung und der Umwelt bewusst sein. Er/sie ist sich der geopolitischen Lage und der internationalen Wirtschaftsentwicklung bewusst. Er/Sie muss auch ein echtes Interesse an den neuen Verkaufsprozessen durch Digitalisierung sowie an neuen Verkaufsmethoden zeigen.

International Trade Operation Manager müssen in ihrer täglichen Arbeit autonom sein und werden dafür zur Rechenschaft gezogen. Ihr Grad an Autonomie hängt von der Größe und Struktur des Unternehmens, der Komplexität der Aktivitäten und Verkaufsprozesse, an denen sie arbeiten, und ihrer Berufserfahrung ab; sie wird letztendlich von dem Vorgesetzten bestimmt, dem sie unterstellt sind. Ihre autonomen Handlungen und Entscheidungen werden sich auf die Entwicklung einer nachhaltigeren und grüneren Wirtschaft auswirken.

Der/die International Trade Operational Manager arbeitet im Rahmen des regelmäßigen Validierungsprozesses seines/ihrer hierarchisch Verantwortlichen.