

Praxisrahmenplan

**für den Studiengang
Automobilmanagement
Bachelor of Science**

**Berufsakademie Sachsen
Staatliche Studienakademie Glauchau**

**4AM-A.03
(Version 2.0)**

Überblick Praxisphasen

Konform zum Anliegen des Europäischen Qualifikationsrahmens (Quelle) werden in den Praxisphasen die nachgewiesene Fähigkeiten, Kenntnisse, Fertigkeiten sowie persönliche, soziale und/oder methodische Fähigkeiten in Arbeits- oder Lernsituationen und für die berufliche und/oder persönliche Entwicklung ergänzend zu den Theoriephasen vermittelt und praxisorientiert gefestigt.

Ausbildungsziele praktische Studienphasen im Unternehmen

Es werden Fertigkeiten und Kenntnisse, Verhaltensweisen und Arbeitstechniken vermittelt, die zur Erfüllung der technologischen und ökonomischen, der organisatorischen und sozialen Aufgaben des Betriebes notwendig sind. Insbesondere werden die Studierenden in die Lage versetzt, umfangreiche Fach-, Sach- und Methodenkompetenzen einzusetzen, die praxisbezogen zu nutzen sind. Darüber hinaus verstehen sie es, fachübergreifende Qualifikationen, die zur methodisch strukturierten Mitarbeit an komplexen Aufgaben und zur konstruktiven Mitarbeit in unterschiedlichen Arbeitsgruppen und -organisationen befähigen, einzusetzen und erfolgreich zu nutzen.

Dazu werden die Studierenden befähigt, fachliche Lösungsalternativen zu bewerten und in geeigneter Form auf das aktuelle Problem anzuwenden, betriebswirtschaftliche, branchen- sowie firmenspezifische Erfahrungen unter Berücksichtigung sozialer Aspekte in die berufliche Tätigkeit zu integrieren, praxisbezogene Problemstellungen selbständig und zielorientiert unter Anwendung wissenschaftlicher und praktischer Erkenntnisse und Methoden zu bearbeiten, bei der Mitarbeit an Praxisaufgaben mit zunehmender Komplexität technische, betriebswirtschaftliche, informatorische und organisatorische Strukturen, Zusammenhänge und Abläufe zu erkennen, zu beschreiben und zu berücksichtigen.

Art der Ausbildungsunternehmen

Die Studienziele des Studienganges „Automobilmanagement“ sind für Unternehmen entwickelt wurden, deren Kernkompetenz der After-Sales-Markt im Automobilhandel darstellt. Hersteller und Zulieferer von Automobilen gehören in begrenztem Umfang auch zur Zielgruppe des SG, wenn die Einsatzgebiete serviceorientiert und mit direktem Kundenkontakt verbunden ist. Der Verkauf von Serviceleistungen steht im Mittelpunkt.

Untersuchungen zum Studiengang ergaben, dass in über 42.000 Unternehmen Einsatzmöglichkeiten bestehen.

Praxisphase 1. und 2. Semester

Das Studienziel besteht darin, während der Praxisphasen die Kenntnisse der vorangegangenen Theoriesemester durch wissenschaftlich aufbereitete und auf die Lehrinhalte abgestimmte Praxisthemen zu untersetzen. Hierbei lernen die Studierenden die Unternehmensprozesse kennen und vertiefen ihr Wissen an praktischen Themen im Konsens mit der Theorie.

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse, Verhaltensweisen und Arbeitstechniken des Unternehmens. Die Studierenden lernen das Produkt- und Dienstleistungsprogramm kennen. Darauf aufbauend wird mit der Vertiefung der Kenntnisse innerhalb der Unternehmensteilprozesse (beginnend im Werkstattbereich) begonnen.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul 1	WL	Inhalte EvL (Praxis)	WL	
		360		290	
<ul style="list-style-type: none"> – Kennen lernen die Unternehmensprozesse sowie der allgemeinen Betriebsorganisation – Entwicklung des grundlegenden Verständnisses zu den Strukturen, Verhaltensweisen und rechtlichen Rahmenbedingungen im Unternehmen durch Analyse der Vertriebsbeziehungen, rechtlichen und wirtschaftlichen Vertragsbeziehungen, der allgemeinen Geschäftsbedingungen – Kennen lernen des Produkt- und Dienstleistungsprogramms sowie die Stellung des Unternehmens auf dem regionalen und überregionalen Markt – Kennen lernen der Informations- und Kommunikationswege im Unternehmen – Einführung in den Werkstattbereich durch Analyse der Werkstattorganisation und deren Schnittstellen zu tangierenden Unternehmensbereichen – Mitarbeit bei der Wartung und Instandsetzung einfacher Baugruppen und kennen lernen der Kernsysteme von Kraftfahrzeugen 	PRAX1-12 Praxis 1		4AM-MATHE-10	55	
	Kennen lernen des Ausbildungsbetriebes <ul style="list-style-type: none"> • Stellung / Rechtsform / Struktur Ausbildungsbetrieb <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechtsform ▪ Zielsetzung, Geschäftsfelder, Aktivitäten, Strategie ▪ Zusammenarbeit mit Wirtschaftsorganisationen, Berufsvertretungen, Gewerkschaften, Behörden ▪ Wirtschaftliche Daten aus der Automobilbranche, Branchentrends • Betriebsorganisation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbauorganisation (Organigramme) ▪ Ablauforganisation (Geschäftsprozesse) • Vertriebsbeziehungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertriebssystem der Herstellerorganisation ▪ Händlerverträge, Vertriebsrichtlinien (GVO) ▪ Allgemeine Geschäftsbedingungen ▪ Rechtliche und wirtschaftliche Beziehung zu den Vertragspartnern ▪ Kooperationsformen in der Automobilwirtschaft • Bürowirtschaftliche Abläufe <ul style="list-style-type: none"> ▪ Posteingang, Postverteilung, Postausgang ▪ Ablagesysteme, Kundendatei, Registratur- und Archivierung ▪ betrieblicher Schriftverkehr (typische Formulare) • Produktpalette und Serviceleistungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fahrzeugarten und –typen der eigenen Marken bzw. des Wettbewerbs ▪ Dienstleistungsprogramm 		<ul style="list-style-type: none"> – Analyse von Leistungsangeboten im Service mit dem Ziel der Maximierung des Gewinns sowie Minimierung der Verluste auf Basis mathematischer Modelle. 		
			4AM-TEGRD-10	20	
				<ul style="list-style-type: none"> – Analyse der im Unternehmen vorhandenen IT-Organisation und Ableitung von möglichen Potenzialen durch Prozessmodifikationen. – Analyse von Schaltzeichen und Schaltplänen der im Unternehmen angebotenen bzw. zu wartenden Automobile. 	
			4AM-WSFTE-10	30	
				– Analyse vorhandener Umweltschutzmaßnahmen in Bezug auf die verwendeten betrieblichen Hilfsmittel.	
			4AM-KONS-12	20	
				– Analyse vorhandener Produktdokumentationen (z.B. Explosionszeichnungen) und Ableitung einer Arbeits-/ Handlungsanweisung, anhand einer ausgewählten Baugruppe für alle tangierenden Unternehmensbereiche.	
		4AM-FHZKO-20	50		

<ul style="list-style-type: none"> – Einführung in Unternehmensbereich „Verkauf und Disposition“ durch Mitwirkung bei der Aufbereitung von Markt-/ Wettbewerbsdaten für ein erfolgreiches Marketing – Analyse der Einkaufs-, Beschaffungs- sowie Absatzmärkte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unternehmensspezifische und markttypische Sortimentspolitik • Charakteristik des Automobilmarktes <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strukturierung des Automobilmarktes (Produkten/ Dienstleistungen, Kunden-/ Zielgruppen ...) ▪ Wettbewerbssituation zwischen mehreren Markenhändlern auf gleichem Markt (Intrabrand) ▪ Wettbewerbssituation zwischen Unternehmen unterschiedlicher Marken mit gleichen Zielgruppen • Informations- und Kommunikationswege <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überblick über angewandte Informations- und Kommunikationswege ▪ Hersteller- und unternehmensspezifische Abkürzungen, Fachbegriffe und Nummernsysteme ▪ Struktur der Dokumentenverwaltung ▪ Fachliteratur, Dokumentationen und Handbüchern im Unternehmen • Servicegeschäft <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verantwortungsbereiche im Service ▪ Aktionsfelder eines marktorientierten Servicemanagements ▪ Aufgabenfelder eines marktorientierten Servicemanagements • Datenverarbeitung <ul style="list-style-type: none"> ▪ betrieblichen DV-System (PartnerNet, ServiceNet, Dealer-Management-System, ...) und deren Verknüpfungen / Schnittstellen ▪ Möglichkeiten der Datenübertragungen ▪ System- und Programmaktualisierungen 	<ul style="list-style-type: none"> – Klassifizierung unternehmensspezifischer Fahrzeugkonzepte und deren Auswirkungen auf den Service. 	4AM-ABWL-12	25
		<ul style="list-style-type: none"> – Analyse der Prozesse der Zahlungsabwicklung im Servicegeschäft des Ausbildungsunternehmens und deren Einflüsse auf die Finanzplanung 	4AM-EXREC-20	40
		<ul style="list-style-type: none"> – Analyse eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses im Unternehmen 	4AM-AHMAN-20	50
		<ul style="list-style-type: none"> – Analysieren der Wettbewerbssituation des Ausbildungsbetriebes und Strukturieren des regionalen Automobilmarktes nach Kunden-/ Zielgruppen. – Analyse des strategischen und operativen Kraftfahrzeugmanagements im Unternehmen, hinsichtlich Beschaffungspolitik, Markenpositionierung im Handel, Zielgruppenmarketing und Ermittlung von Optimierungspotentialen. 		

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Datenschutz, Datensicherheit ▪ Auswertung und Visualisierung verschiedener Daten (betriebs- und kundenspezifisch) <p>Werkstatt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werkstattorganisation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auftragsabwicklung im Werkstattbereich und deren Schnittstellen ▪ Ressourcenermittlung für die Auftragsbearbeitung (Mitarbeiter, Teile, Betriebsmittel ...) ▪ Arbeit im Team planen, Aufgaben aufteilen, Ergebnisse der Zusammenarbeit auswerten ▪ Kraftfahrzeuge zur Kundenübergabe vorbereiten • Betriebliche und technische Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung der Information, Kommunikation und Dokumentation für den wirtschaftlichen Betriebsablauf ▪ Schnittstellen der Kommunikation mit anderen Funktionsbereichen ▪ Montage- und Betriebsanleitungen, Kataloge, Schaltpläne und Funktionspläne • Kundenkommunikation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikationswege von der Fahrzeugannahme bis Fahrzeugübergabe ▪ Kundenbeanstandungen (Beschwerdemöglichkeiten, Bearbeitung, Auswertung ...) ▪ Kunden in die Bedienung von Kraftfahrzeugen und Systemen einweisen • Kraftfahrzeuge und deren Systemen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau und Funktion der Kernsysteme und deren Integration im Gesamtsystem ▪ Identifikation von Baugruppen (Kennzeichnung, Prüfbezeichnungen, sonstige Angaben) • Montieren und Demontieren <ul style="list-style-type: none"> ▪ einfache Bauteile, Baugruppen und Systeme nach Montageanleitung 	
--	--	--

	<p>demontieren und montieren</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifikation und Beschreibung von Teilekennzeichnungen und Ableitung von Verhaltensvorschriften <p>Verkauf und Disposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quellen zur Marktbeobachtung, Marktdaten ▪ Zulassungsdaten und Betriebsvergleich ▪ Kundenzufriedenheitsstudien, Kundenkontaktprogramme ▪ Verkaufsförderungsmaßnahmen ▪ Wettbewerbsrechtliche Vorschriften ▪ Betriebs- und markttypische Sortimentspolitik ▪ Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsfeldern Neuwagen, Gebrauchtwagen, Ersatzteile, Kundendienst • Einkauf und Beschaffung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschaffungsmärkte / Beschaffungsmarktforschung für Neu- und Gebrauchtwagen ▪ Bestellsysteme für Fahrzeuge (Statusabfragen, Änderungsmöglichkeiten) ▪ Dispositionen des Fahrzeugeinkaufs (Dokumentation von Kundenbestellungen, Statusabfrage, Änderungen in laufenden Bestellungen) ▪ Aktualisierung der Internetangebote (Autoscout, Mobile, ...) ▪ Jahresplanung für den Neu- und Gebrauchtwagenverkauf ▪ Kundenneugewinnung • Fahrzeugverkauf <ul style="list-style-type: none"> ▪ Absatzmärkte ▪ Angebote erstellen ▪ Vorbereitung / Teilnahme / Nachbereitung von Verkaufsgesprächen ▪ Zulassung / Abmeldung von Kundenfahrzeugen 	
--	---	--

Praxisphase 3. und 4. Semester

Das Studienziel besteht darin, dass die Studierenden nach Abschluss des Moduls in die Lage versetzt werden, Fachkompetenz, die ganzheitlich durch Wissen und praktische Übertragbarkeit ausgeprägt ist, einzusetzen und zu nutzen. Darüber hinaus verstehen sie es, methodisch strukturiert an komplexen Aufgaben mitzuarbeiten und sich konstruktiv in unterschiedlichen Arbeitsgruppen zu beteiligen. Dazu werden die Studierenden befähigt, fachliche Lösungsalternativen zu bewerten und in geeigneter Form auf das aktuelle Problem anzuwenden.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul 2	WL	Inhalte EvL (Praxis)	WL	
		360		281	
<ul style="list-style-type: none"> – itere Vertiefung technischer Fertigkeiten durch Kennen lernen der vorhandenen Werkzeuge und Betriebsmittel sowie Diagnosetechnik – Mitwirkung beim Prüfen und Messen von Fahrzeugen – Mitarbeit bei der Erarbeitung von Kalkulationsgrundlagen für die Werkstatt – Einführung in betriebswirtschaftlich relevante Kennzahlen für den Verkauf durch Analyse von Umsatz, Marge, DB ... – Mitarbeit bei der Kalkulation von Neu- und Gebrauchtwagen – Teilnahme an Verkaufsgesprächen – Ständige Aktualisierung der Service- und Produktkenntnisse durch Analyse aktueller Dokumen- 	PRAX2-34 Praxis 2		4AM-ANTRI-30	56	
	Werkstatt <ul style="list-style-type: none"> • Warten, Prüfen und Einstellen von Fahrzeugen, Systemen u. Betriebs-einrichtungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ mechanische, hydraulische, pneumatische sowie elektrische und elektronische Systeme im Fahrzeugen identifizieren ▪ mechanische und elektrische/ elektronische Bauteile, Baugruppen und Systeme auf Funktionsfähigkeit prüfen - Fehlerspeicher auslesen • Messen und Prüfen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verfahren und Messgeräte auswählen, Messfehler abschätzen ▪ elektrische und elektronische Größen und Signale an einfachen Baugruppen und Systemen ▪ physikalische Größen, insbesondere Drücke und Temperaturen ▪ Funktionen von Sensoren und Aktoren (Signale) • Karosserie/Lack (nur inaktive Teilnahme) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitwirkung bei der Schadensaufnahme an Fahrzeugen ▪ bei der Erstellung von Kostenvoranschlägen für Karosserie- und Lackarbeiten mitwirken 			<ul style="list-style-type: none"> – Analyse zukünftiger Antriebskonzepte Ableitung von Restriktionen für das Unternehmen bezogen von Mitarbeiter und Technik 	
					4AM-FAHKO-40
			<ul style="list-style-type: none"> – Analyse des Produktportfolios in Bezug auf die Anwendung von Qualitätsstandards bei der Wartung und Instandsetzung von Bremsen und Karosserien im Unternehmen 		

<p>te</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einführung in den Unternehmensbereich „Lager, Teile und Zubehör“ – Kennen lernen der Bereichsstruktur (Verantwortungsbereiche, Lagerorganisation, Lagersteuerungssysteme ...) – Mitwirkung bei Berechnung von Abgabepreisen – Mitwirkung im Teile- und Zubehörverkauf – Eigenständige Entwicklung von Serviceangeboten (Marktanalyse, Kalkulation, Kundenansprache, Durchführung, Feedback) – Analyse von Kennzahlen im Kundendienst und Ableitung von Maßnahmen zur Optimierung – Mitwirkung bei der Sicherstellung der Mobilität der Kunden (Werkstattersatzwagen) durch Planung, Kalkulation, Verkauf von Mobilitätsangeboten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Karosserie-Rückverformungstechniken ▪ Lackierverfahren und Ablauf beim Lackieren ▪ Kalkulation und Statistik ▪ Kalkulationen zur Werkstattauslastung (z.B. Auswirkung verlängerter Öffnungszeiten) ▪ Ermittlung von Stundenverrechnungssätzen ▪ Wirtschaftlichkeitsrechnungen (Make or Buy, z.B. bei Lack) ▪ zeitwertgerechte Reparaturpreise anbieten (Erarbeitung von Festpreisangeboten) <p>Verkauf und Disposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebs- und Branchenkennzahlen <ul style="list-style-type: none"> ▪ betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Periodenvergleich (Umsatz, Bruttoertrag, Marge, DB) ▪ innerbetriebliche Vergleiche (Darstellung der verkauften Fahrzeuge und des Deckungsbeitrages/ Bruttoertrags je Fahrzeug je Verkäufer) ▪ Kennzahlen in Form von Diagrammen ▪ Verkaufsdaten erfassen, Bestandsstatistiken führen • Kalkulation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kalkulationsschema für den Neu- und Gebrauchtwagenbereich ▪ Preisunter- und -obergrenzen ermitteln ▪ Gebrauchtwagenbewertung • Verkaufsorganisation (Assistenz des Verkaufsleiters) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilnahme an Verkäuferbesprechungen ▪ Ermittlung und Auswertung von Verkaufskennzahlen mit den Verkäufern • Fahrzeuge <ul style="list-style-type: none"> ▪ technische Neuerungen → Nutzen für Kunden, Verkehr und Umwelt ▪ Bewertung von Leistungs- und Produktmerkmale im Hinblick auf Kundenansprüche 	4AM-INREC-30	60	
		<ul style="list-style-type: none"> – Analyse des Kostenrechnungssystems im Unternehmen 		
		4AM-UPO-40		90
		<ul style="list-style-type: none"> – Analyse der Organisationsstruktur im Hinblick auf veränderte Marktbedingungen im Unternehmen – Analyse des vorhandenen Controllingsystems im Unternehmen und Ableitung von möglichen Optimierungspotentialen. 		
		4AM-SERV-34		20
		<ul style="list-style-type: none"> – Bedarfsorientierte Entwicklung eines Werbekonzeptes für das Servicegeschäft 		
4AM-ENGL-34		10		
<ul style="list-style-type: none"> – Erarbeitung einer englischsprachigen Firmenpräsentation 				

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preis-Leistungsverhältnis von Fahrzeugen ▪ Aktualität und Pflege von Verkaufsunterlagen <p>Lager, Teile und Zubehör</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lagerwirtschaft <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lagerorganisation ▪ Annahme von Lieferungen (Prüfung nach Art, Menge, Qualität, Mängel...) ▪ Rechnungen und Lieferscheine (Vergleich Bestell- und Wareneingangsunterlagen) ▪ Lagersteuerungssysteme (Korrektur von Bestellvorschlägen...) ▪ Ware lagern, Warenbewegungen erfassen (Kommissionierung) ▪ Inventur • Einkauf und Beschaffung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Absatz- und Beschaffungsmärkte/ Beschaffungsmarktforschung ▪ Einkaufsmöglichkeiten für Zubehör, Reifen, Betriebs- und Hilfsstoffe → Lieferanten vergleichen ▪ Bestellungen von Ersatzteile unter Beachtung von Konditionen, Bestellkosten und -fristen ▪ Sortiment (Bevorratungssortiment): Analyse und Vorschläge zur Bestandsoptimierung ▪ Wareneingangskontrolle, Rechnungsprüfung • Kalkulation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kalkulation von Abgabepreisen an Großabnehmer ▪ Kalkulationsschema für den Zubehörbereich • Vertrieb von Teilen und Zubehör <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewerten von Leistungs- und Produktmerkmale im Hinblick auf Hersteller und Kundenansprüche, Preis-Leistungsverhältnis vergleichen ▪ Verkaufsgespräche mit Kunden ▪ Reklamationsbearbeitung 	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planung und Einführung eines Serviceangebotes ▪ Vorschriften und Richtlinien für das Recycling von Ersatzteilen <p>Kundendienst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicekernprozesse <ul style="list-style-type: none"> ▪ Terminvereinbarung ▪ Terminvorbereitung ▪ Annahme und Auftragserstellung ▪ Auftragsbearbeitung ▪ Qualitätskontrolle und Vorbereitung der Fahrzeugrückgabe ▪ Fahrzeugrückgabe und Abrechnung ▪ Qualitätssicherungsmaßnahmen (CRM) ▪ Beschwerdemanagement • Servicemanagement <ul style="list-style-type: none"> ▪ regionale Wettbewerber analysieren ▪ Stärken- und Schwächenanalyse des Unternehmens (Qualifikation der Mitarbeiter, Serviceangebot, Kunden-/Fahrzeugstammdaten...) ▪ Kundenbindungskonzepte entwickeln ▪ Werbemittel einsetzen, Werbung/ Verkaufsförderung ▪ wettbewerbsrechtliche Vorschriften ▪ betriebs- und markttypische Sortimentspolitik ▪ Umsetzung betrieblicher Marketingkonzepte ▪ Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsfeldern Neuwagen, Gebrauchtwagen, Ersatzteile, Kundendienst ▪ Corporate Identity • Betriebs- und Branchen Kennzahlen/ Kennzahlen im Kundendienst <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostenstellen, Betriebswirtschaftliche Kennzahlen ▪ Innerbetriebliche Vergleiche (z.B. Umsatz, Kundenzufriedenheit) ▪ Kundendienstanalysen (Monatsmeldung, Service Analyse, ...) und Leistungskennzahlen (Produktivität, Leistungsgrad,...) 	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none">▪ Händler-Image-Analyse und Telefonreport▪ Kennzahlen in Form von Diagrammen• Serviceaktion - Fahrzeugüberwachung<ul style="list-style-type: none">▪ zielgruppenorientierte Kundenansprache zur periodisch technischen Fahrzeugüberwachung der Haupt- und Abgasuntersuchung (Selektion nach Fristen, Koordination der Termine)▪ Bedingungen zur allgemeinen Betriebserlaubnis (Sonderzubehör, Sonderein- und -umbauten)• Fahrzeugvermietung (Werkstattersatzwagen)<ul style="list-style-type: none">▪ Preisobergrenzen für Werkstattersatzwagen▪ Fahrzeugausstattungsqualität▪ Wirtschaftlichkeitsprüfung▪ Alternative Mobilitätsangebote▪ Standzeitermittlung und Kostenoptimierung	
--	--	--

Praxisphase 5. und 6. Semester

Das Studienziel besteht darin, dass die Studierenden nach Abschluss des Moduls in der Lage sind, betriebswirtschaftliche, branchen- sowie firmenspezifische Erfahrungen unter Berücksichtigung sozialer Aspekte in die berufliche Tätigkeit zu integrieren, praxisbezogene Problemstellungen selbständig und zielorientiert unter Anwendung wissenschaftlicher und praktischer Erkenntnisse und Methoden zu bearbeiten. Die Studierenden sind befähigt an Praxisaufgaben mit zunehmender Komplexität technische, betriebswirtschaftliche, informatorische und organisatorische Strukturen, Zusammenhänge und Abläufe eigenständig mitzuwirken.

Tätigkeitsschwerpunkte	Inhalte Praxismodul 3	WL	Inhalte EvL (Praxis)	WL
		180		140
<ul style="list-style-type: none"> – Mitwirkung bei der Sicherstellung des Arbeits- und Umweltschutzes im Service durch Analyse vorhandener Handlungsvorschriften und deren Abgleich aktuellen Gesetzen und Vorschriften – Kennen lernen von Finanzierungs- und Leasingangeboten – Analyse der Einflussfaktoren auf die Angebotserstellung (Herstellerebanken, Wettbewerb, Finanzierungsobjekt) – Kennen lernen von Qualitätssicherungsmaßnahmen in Bezug auf die Norm ISO 9001 – Mitwirkung bei Vorbereitung, Planung und Durchführung der Zertifizierung des Unternehmens – 	PRAX3-50 Praxis 3		4AM-ELO-50	60
	Arbeits- und Umweltschutz im Service <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitssicherheit <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überwachung und Einhaltung der Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften ▪ mögliche Sicherheits- und Gesundheitsgefährdungen am Arbeitsplatz feststellen ▪ Maßnahmen zur Unfallverhütung im Bereich der Werkstatt und des Lagers ▪ Verhaltensweisen bei Unfällen ▪ Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes, Brandschutzbekämpfungsmaßnahmen • Umweltschutz <ul style="list-style-type: none"> ▪ mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb ermitteln ▪ Möglichkeiten des wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialeinsatzes ▪ Entsorgungskonzepte 		– Analyse der Ein- und Ausgangssignale eines selbst gewählten elektronischen Systems mit Hilfe eines Diagnosegerätes, wenn erforderlich Multimeter, Oszilloskop	
			4AM-RECHT-50	30
			– Analyse der im Unternehmen rechtswirksam geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Service, insbesondere Werkstatt, Teile- und Zubehörverkauf, Beratung	
			4AM-QUALI-T-56	30
			– Analyse des QM-Systems im Unternehmen, hinsichtlich DIN-Konformität zur DIN EN 9001	

<ul style="list-style-type: none"> – Einführung in die Buchhaltung durch Kennen lernen der Struktur der betrieblichen Kostenstellenrechnung, der internen Buchführung ... – Mitwirkung bei der Ermittlung von DB I bis III – Einführung in die Personalwirtschaft – Analyse der tarifliche Regelungen, arbeits- und sozialrechtliche Bestimmungen – Mitwirkung bei der Personalplanung durch Ermittlung von qualitativen und quantitativen Planungskennzahlen – Mitwirkung bei Personalgesprächen – Entwicklung von Aktivitäten zur Identifikation mit dem Unternehmen und Motivation der Mitarbeiter – Ermittlung des zukünftigen Mitarbeiterbedarf – Entwicklung einer zukunftsorientierten Nachwuchsförderungen 	<p>Verkauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung und Leasing <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzierungsprogramme der Hersteller-Bank sowie anderen Finanzierungsinstituten (Anzahlung, effektiver Jahreszins, Laufzeiten, Tilgung) ▪ Finanzierungsverträge (Finanzierungsvergleiche erstellen) ▪ Leasingprogramme unterschiedlicher Anbieter (Anzahlung, Ratenhöhe, Laufzeit, Restwert und Kaufoption) ▪ Inzahlungnahme von Gebrauchtfahrzeugen als Teil der Fahrzeugfinanzierung ▪ Reparaturfinanzierung (Potential, Nutzung) • Versicherungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Versicherungsangebot des Ausbildungsbetriebes ▪ Konditionen von Fahrzeugversicherungen ▪ Kundenberatung zur Risikoabdeckung durch Versicherungen ▪ Versicherungsanträge vorbereiten • Zusätzliche Garantieleistungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Merkmale von Neuwagenanschlussgarantien und Gebrauchtfahrzeuggarantien ▪ Garantieanträge vorbereiten ▪ Mobilitätsversicherung als Kundenbindungsinstrument <p>Qualitätsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prüfverfahren und Prüfmittel ▪ Prüf- und Wartungsfristen von Betriebs- /Prüfmitteln ▪ Verfahrensabläufe für Rückrufmaßnahmen bzw. Nachbesserungen ▪ Analyse der Ursachen von Fehlern und Mängeln im Arbeitsprozess ▪ Qualitätsmanagement nach der internationalen Norm ISO 9001 	4AM-DISEN-56	20	
		– Erstellen eines unternehmensspezifischen Business-Plans in englischer Sprache	4AM-DISMF-56	20
		– Erstellen eines Fragebogens zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit bzw. Mitarbeiterzufriedenheit	4AM-DISHYP-56	20
		– Entwicklung von kundenspezifischen Kundenbindungsmaßnahmen		

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommunikation von QM im Unternehmen <p>Finanzen - Buchhaltung - Verwaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenrechnung (abhängig von der Betriebsgröße) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung des Betriebes (Kostenstellen) ▪ Voll- und Teilkostenrechnung, Mitwirkung bei der Planungsrechnung ▪ Funktion des Controllings (Informationsbeschaffung, -verarbeitung, -verteilung) • Buchführung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zweck und Aufbau der Buchhaltung ▪ Einsatz von Buchhaltungsprogrammen ▪ Branchenspezifischer Kontenplan ▪ Kontieren von Geschäftsvorgänge nach dem betrieblichen Kontenplan ▪ Zahlungseingänge, Zahlungsverkehr ▪ Betriebliches Mahnwesen (Vorschläge für Verbesserung des Mahnwesens, Ursachenforschung betreiben) → Kennen lernen der Creditreform und evtl. Inkassoabwicklung ▪ Kassenführung • Geschäftsbuchhaltung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erfolgsrechnung für einzelne Geschäftsfelder (DB I, II, III, Cash-Flow) ▪ Bilanzierung ▪ Monats- und Jahresabschluss ▪ Interne und externe Berichterstattung (Banken, Hersteller, Finanzamt) 	<p>–</p>
--	---	----------

Personalwesen

- Personalwirtschaft allgemein
 - Tarifliche Regelungen, arbeits- und sozialrechtliche Bestimmungen
 - Entwicklung von leistungsbezogenen Entgeltsystemen, MA-Beteiligungen
 - Arbeitszeitregelungen, Arbeitszeitmodelle, Öffnungszeiten
 - Entgelte, Prämien, Provisionen
- Personalplanung und Personalbeschaffung
 - quantitative und qualitative Personalplanung im gewerblichen und kaufmännischen Bereich
 - Personalauswahlverfahren (Vorauswahl von Bewerbern)
 - Personaleinstellungsverfahren (Eignungstests, Beurteilungen, Bewerbergespräche, Einstellungsentscheidung)
- Personalführung
 - Mitarbeitermotivation
 - Maßnahmen zur Identifikation der MA mit den Unternehmen und den Zielen
 - Organisation bzw. Verbesserung des betrieblichen Vorschlagswesens
- Ausbildung und Personalentwicklung
 - Zusammenarbeit mit den Auszubildenden (z.B. in Projekten, beim Betriebsunterricht ...)
 - Personalentwicklung (Schulungsbedarf definieren, Schulungsplanung erstellen, Erfolgskontrolle durchführen)
- Personalverwaltung
 - Lohn- und Gehaltsabrechnung
 - Führen von Personalakten und -statistiken (Urlaubsplanung)
 - Mitbestimmungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten im Betrieb (ggf. Zusammenarbeit mit Betriebsrat)