



**Kaufmann/Kauffrau für Groß und
Außenhandels management
(International Trade Operational Manager)**

Professioneller Standard



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ESITL
A Netinvet Project

1 Stellenbeschreibung

Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement/internationaler Handelsassistent ist im Bereich des internationalen Handels tätig und trägt zur nachhaltigen internationalen Entwicklung der Organisation bei durch:

- internationale Handelsaufträge wie Marktforschung, Akquise, Vermarktung von Waren und Dienstleistungen und Verhandlungsprozesse
- umweltfreundliche Optimierung des Handels durch ethisches und faires Verhalten
- administrative Aufgaben wie die Durchführung und Überwachung internationaler Tätigkeiten
- Einsatz digitaler Prozesse und Werkzeuge
- ständige Sorge um Nachhaltigkeit und Umweltauswirkungen von Entscheidungen und Handlungen

Er/Sie bereitet Informationen für das Marktinformationssystem auf, die für kaufmännische Entscheidungen in Übereinstimmung mit dem internationalen Marketing-Mix der Organisation verwendet werden. Er/sie nimmt an den Kaufverhandlungen teil, indem er/sie den Prozess in Bezug auf den internationalen Kaufvertrag unterstützt. Er/sie koordiniert die Import- und Exportaktivitäten und die Abläufe zwischen den verschiedenen Abteilungen der Organisation und/oder externen Partnern. Er/sie entwickelt die Handelsbeziehungen in einem interkulturellen Umfeld.

Um in seinem/ihrer Job erfolgreich zu sein, muss der/die Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement über Querschnittskompetenzen verfügen: Er/sie muss flexibel und selbständig sein. Was die Sprache betrifft, so muss er/sie die im Arbeitsumfeld verwendete(n) Sprache(n) und Englisch sowie nach Möglichkeit weitere Fremdsprachen gut beherrschen. Darüber hinaus muss er/sie über fundierte Wirtschafts-, Rechts- und Fachkenntnisse verfügen.

2 Arten von Organisationen

Die folgenden Arten von Organisationen benötigen die Dienste eines Kaufmanns für Groß- und Außenhandelsmanagement/internationalen Handelsassistenten:

- Exportunternehmen von Waren und Dienstleistungen
- Franchise-Händler
- Tochtergesellschaften
- Importeure
- Import-, Export- und Handelsunternehmen
- Logistikunternehmen, Versandbetriebe, Speditionen, Verlader, Frachtbetriebe, Verpackungsunternehmen, Zollagenturen...
- Handelsagenturen
- Banken
- Handelskammern
- Organisatoren internationaler Messen
- Internationale und nationale Entwicklungsagenturen
- Handels- und Rechtsberatungsunternehmen
- Versicherer
- Verbände, Institutionen und Nichtregierungsorganisationen
- Zertifizierungs- und Qualitätskontrollstellen

3 Position und Rolle

Die Position und die Rolle des Kaufmanns für Groß- und Außenhandelsmanagement sind je nach Größe und Zielen der Arbeitgeberorganisation sehr unterschiedlich. Im Allgemeinen wird er/sie in einer kleinen Organisation mehr Verantwortung haben als in einem großen Konzern.

Die Stellung hängt von der Berufserfahrung ab – national oder international, der Vollzeit- oder Teilzeitbeschäftigung - und von der Art der angegliederten Abteilung (internationaler Vertrieb / internationales Marketing / internationale Vertriebsverwaltung / Logistik...).

Je nach Größe des Unternehmens hat der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement verschiedene Aufgaben und Zuständigkeiten, wie z. B. die Verwaltung von Export- und Importvorgängen oder die Anpassung der (Dienst-)Leistung an die geltenden Handelsvorschriften entsprechend den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden und den Unternehmenszielen.

Was die Hierarchie anbelangt, so untersteht der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement in einem KMU direkt der Geschäftsführung oder, falls es einen solchen gibt, dem internationalen Manager. In einem größeren Unternehmen kann er/sie der Leitung der Import- und Exportabteilung unterstellt sein.

Die Berufsbezeichnungen und Positionen innerhalb des Unternehmens können je nach Berufserfahrung der Unternehmensgründer und der Größe des Unternehmens sehr unterschiedlich sein.

3.1 Junge Hochschulabsolventen, die eine erste Berufserfahrung machen:

- Assistent für Marktforschung
- Assistent/in Import/Export
- Kaufmännischer Importassistent
- Assistent im Einkauf
- Assistentin/Kundenbetreuung
- Assistentin für digitales Marketing
- Internationale Assistentin für digitales Marketing
- Internationale Marketingassistentin
- Internationale Vertriebsassistentin
- Assistentin für Logistik und Kundenbetreuung
- Assistentin für Logistik
- Assistentin in der Abteilung für internationale Handelsgeschäfte
- Assistentin in der internationalen Handelsverwaltung
- Techniker in der internationalen Handelsverwaltung.
- Assistentin in der Verwaltung nach dem Verkauf
- Zollassistent / Zollbeteiligter / Zollagent / Zollvertreter
- Verwaltungsassistent im Exportgeschäft
- Assistent im internationalen Zahlungsverkehr
- Organisator internationaler Messen
- Assistentin in internationalen und nationalen Entwicklungsgremien

3.2 Nach einigen Jahren Berufserfahrung:

- Koordinator für den Kundendienst im Export
- Export-Verkaufsverwalter
- Export-Verkaufsleiter
- Einkaufsleiter Import
- Internationaler Leiter
- Leiter des internationalen Marketings
- Verwaltungsleiter für den Exportverkauf
- Spezialist für Auftragsabwicklung
- Leiter der internationalen Vertriebsabteilung

4 Wirtschaftliches, technologisches und soziales Umfeld und Perspektiven

Technologische Innovationen, veränderte Lebensgewohnheiten, ein zunehmend wettbewerbsorientiertes Umfeld sowie neue Vorschriften und umweltpolitische Maßnahmen haben den internationalen Handel in den letzten Jahren verändert.

Neue Technologien haben einen großen Einfluss auf internationalen Handelsassistenten. Die Integration von Informationstechnologie (z. B. Blockchain, künstliche Intelligenz, Automatisierung, Robotisierung, 5G usw.) und der zunehmende Einsatz digitaler Werkzeuge (z. B. Verfolgung und Rückverfolgung von Vorgängen zu jeder Zeit während des gesamten Verkaufsprozesses, entmaterialisierte Verfahren usw.) verändern die Aufgaben des Sektors tiefgreifend. In den kommenden Jahren werden sich die Verantwortlichen für den internationalen Handel mit immer mehr automatisierten Verfahren und neuen Formen der Handelsorganisation (z. B. der Dokumentation, der Organisation und Absicherung des internationalen Zahlungsverkehrs und der Handelsfinanzierung oder der Nutzung sozialer Netzwerke) auseinandersetzen müssen, was nicht nur die Organisation des operativen Marketings, sondern auch die Art und Weise der Verwaltung der Verkaufstätigkeit beeinflussen wird. Vor allem im internationalen Handel verändern Videokonferenz-Tools, die überall genutzt werden können, ebenso wie Messen und Ausstellungen in digitaler Form, die Art und Weise, wie wir verkaufen und kaufen. Diese rasche Entwicklung und der ständige Informationsfluss wirken sich stark auf die Arbeit aus und erfordern ein agiles Datenmanagement.

Der internationale Handelssektor ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Internationale Handelsunternehmen operieren auf globalisierten Märkten und verlangen nach internationalen Strategien. Gleichzeitig erhöht der Trend zu einem nachhaltigeren Konsum die Bedeutung lokaler und überregionaler Märkte. Neue Verbrauchertrends und die Zunahme des Online-Handels (E-Commerce) haben einen starken Einfluss auf die gesamte Lieferkette und die Finanzierung von Handelsaktivitäten, wie z. B. "smarte Verträge".

Die Erwartungen der Kunden in Bezug auf Lieferzeiten, Preise, maßgeschneiderte Dienstleistungen und umweltfreundliche Lösungen steigen. Darüber hinaus verschärft sich der Wettbewerb in der Branche durch neue und globale Akteure. Internationale

Handelsunternehmen müssen daher einen zukunftsorientierten Ansatz verfolgen, um sich sowohl an die sich ändernden Vorschriften als auch an die Erwartungen des Marktes anzupassen. Die Beobachtung von Neuigkeiten und Innovationen im internationalen Handel, die Suche nach innovativen Marketing- und Vertriebslösungen im B-to-B- und B-to-C-Bereich sowie die Notwendigkeit, Vertriebsorganisationen und -wege zu überdenken, haben einen erheblichen Einfluss auf die Bedingungen, unter denen der Beruf ausgeübt wird und sich in den kommenden Jahren entwickeln wird. Infolgedessen kann die Schaffung von Kooperationsplattformen und Partnerschaften zwischen internationalen Handelsunternehmen in Betracht gezogen werden, mit dem Ziel, wettbewerbsfähig zu bleiben, kundenorientierte Dienstleistungen anzubieten und Qualitätserwartungen und Zertifizierungen zu erreichen.

Das wachsende Bewusstsein der Bürger und der Wirtschaftswelt für die Gefahren des Klimawandels führt zu einer größeren Aufmerksamkeit für Umweltfragen. Globale politische Abkommen vereinbaren bis 2030 und darüber hinaus, die Umweltauswirkungen von Wirtschaft und Industrie zu verringern (z. B. die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, die 2015 von allen Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet wurde). Nach Angaben der Europäischen Kommission verursacht der Verkehr fast ein Viertel der Treibhausgasemissionen in Europa und ist die Hauptursache für die Luftverschmutzung in den Städten. Der internationale Handel nutzt globale Verkehrswege und ist eng mit der Entwicklung des internationalen Verkehrs und seiner Globalisierung verbunden und davon abhängig.

In diesem Zusammenhang werden neue Rechts- und Verwaltungsvorschriften erlassen. Folglich müssen nachhaltige Ansätze zunehmend in das Entwicklungsmodell internationaler Handelsunternehmen integriert werden. Der Trend geht in Richtung Entwicklung und Umsetzung von Aktivitäten zur sozialen Verantwortung der Unternehmen. Die Unternehmen müssen ethisches Bewusstsein und die Achtung der Menschenrechte, faire Verhandlungen, Gleichberechtigung und Vielfalt einbeziehen. Die internationalen Handelsunternehmen sind auch bestrebt, ihr Image bei ihren Kunden zu verbessern, und diese Maßnahmen werden zu einem Bestandteil ihres Verkaufsgesprächs.

5 Aktivitäten und Aufgaben

Tätigkeit 1: Unternehmensüberwachung

A1T1 Ständige Beobachtung des Marktes

A1T2 Sammeln von Informationen im Ausland

A1T3 Vorbereitung der Entscheidungsfindung

<u>Arbeitsumfeld und berufliche Aufgaben</u>		
<p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement definiert die Tiefe und Quellen von Informationen, die für das Marktinformationssystem (SIM) der Organisation und ihre Entscheidungsfindung erforderlich sind. Er/sie nutzt die Möglichkeiten der internen und externen Märkten.</p> <p>Er/sie sammelt und analysiert systematisch und regelmäßig Informationen aus verschiedenen internen und externen Quellen über Produkte und Dienstleistungen, Zulieferer, Dienstleister, den Unternehmensmitbewerbern und andere Rahmenfaktoren, die für die Internationalisierungspolitik der Organisation relevant sind. Er/sie weiß, wie er/sie die Business Intelligence, ihr allgemeines Konzept, Software und Endanwendungen nutzt.</p> <p>Er/sie informiert die Organisation über den Entscheidungsprozess, indem er/sie Geschäftsberichte erstellt und Schlussfolgerungen zieht, und zwar innerhalb einer bestimmten Frist, durch die Sammlung und statistische Analyse von Informationen aus verfügbaren Quellen, einschließlich des Marketing-Informationssystems.</p> <p>Er/sie erkennt und führt Anwendungsmodelle auf einen Zielmarkt auf. Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.</p> <p>Er/sie ist seinem/seiner Vorgesetzten, der/die über den Grad der Selbständigkeit entscheidet, für den er/sie verantwortlich ist. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung des Verantwortungsgrades.</p>		
Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Geschäftskontakte
<ul style="list-style-type: none"> - Beruflicher Kontext - Informationen und Vorhaben der Europäische und internationale Institutionen (EU, WTO, ASEAN...) - Soziokulturelle Informationen und berufliche Verhaltensregeln des Ziellandes - Rechtliche, wirtschaftliche und Handelsinformationen 	<ul style="list-style-type: none"> - Informations- und Kommunikationstechnologische Ausstattung (ICT) - Software für die Überwachung und Anwendungen - Arbeitsprotokoll für die Datenbank - Vorlagen für Berichte - Datenbank für Kunden, Lieferanten, Dienstleister - Internet, Intranet, Extranet 	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern in den Bereichen Marketing, Recht, Einkauf, Finanzen und Buchhaltung, Logistik, Qualität und Produktion</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in direktem Kontakt mit Kunden, Lieferanten, Subunternehmen und staatlichen</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Informationen zur Anwendung der internationalen Marketing-Mix-Politik - Fachpresse; Zugang zur Website der GD Trade - Informationen über Kunden, Lieferanten oder Dienstleistungserbringer, Geschäftsberichte - Relevante Informationen für den Umgang mit Mängeln und/oder Beschwerden - Unternehmensziel der Nachhaltigkeit - Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und Verantwortung) und das ESG (Environmental Social Governance) 	<ul style="list-style-type: none"> - Dashboards und Managementdaten - Werkzeuge für die Zusammenarbeit; Software und Hardware für Webinare - Feste und mobile Endgeräte - Tools für die Zusammenarbeit im Vertrieb und Kommunikationswerkzeuge - Software-Pakte (ERP, CRM, etc.) 	<p>und lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <p>Einhaltung des Zeitplans und der Prioritäten.</p> <p>Aussagekräfte, zuverlässige und aktuelle Marktinformationen.</p> <p>Aussagekräftige, aktuelle Informationen über den internationalen Handel und die im Ausland gesammelten Möglichkeiten.</p> <p>Einhaltung der zugewiesenen Zeit und des Budgets.</p> <p>Aktualisierung und Einspeisung von Geschäftsinformationen in Datenbanken</p> <p>Genauere Empfehlungen für Entscheidungsträger in Bezug auf Marktchancen und -bedrohungen für Unternehmen.</p> <p>Genauere Empfehlungen, die mögliche Verbesserungen der Verfahren ermöglichen.</p>		

Aktivität 2: Export

A2T1 Sondierung zur Ausarbeitung von angepassten Angeboten (Vorverkaufsaktivitäten)

A2T2 Unterstützung der Kaufverhandlungen und des Verkaufs

A2T3 Follow-up/Nachbereitung der Verkäufe

<u>Arbeitsumfeld und berufliche Pflichten</u>		
<p>Er/Sie bestimmt potenzielle Kunden in Übereinstimmung mit festgelegten Kriterien, um die Geschäftsziele der Organisation zu erreichen. Er/Sie ist am Exportmarketing beteiligt, indem er/sie Angebote einholt und ausarbeitet oder auf Ausschreibungen antwortet, und er/sie nimmt gemäß den festgelegten Verfahren Kontakt zu Kunden auf, wobei er/sie die Merkmale des Landes/der Kultur berücksichtigt, für die Entwicklung der Handelstätigkeit. Er/sie organisiert und betreut Kommunikations-/Werbungsmaßnahmen von Produkten/Dienstleistungen auf internationalen Messen und Veranstaltungen und optimiert die eingesetzten Ressourcen, um ihre Ergebnisse an die festgelegten Ziele anzupassen. Er/sie trägt zur Anpassung der Verfahren im Zusammenhang mit der internationalen Entwicklung der der Organisation bei.</p> <p>Er/sie nimmt an bestimmten Aspekten der Verhandlung der internationaler Verkaufstransaktionen teil und unterstützt den Verhandlungs- und Durchführungsprozess des internationalen Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen. Er/sie muss auch das Follow-up der Verkäufe sicherstellen,</p> <p>Kontrolle der Entwicklung und des Absatzes der Produkte/Dienstleistungen auf den internationalen Märkten, überprüft, ob die mit den Kunden oder Händlern vereinbarten Bedingungen eingehalten werden, um die geplanten Ziele zu erreichen. Er/sie definiert, entwickelt und führt Marketingmaßnahmen durch. Er/sie trifft die Auswahl geeigneter Instrumente des Marketing-Mix: Kundenbefragungen, Werbung..., sowie den Marketingplan und die Marketingmaßnahme. Er/sie implementiert die E-Commerce-Strategie mit digitalen Marketinginstrumenten und nutzt dabei soziale Netzwerke. Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.</p> <p>Er/sie kann dazu angeleitet werden, Verbesserungen vorzuschlagen und an der Gestaltung der Exportverkaufsverwaltung mitzuwirken.</p> <p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement ist seiner Vorgesetzten unterstellt, die über den Grad der Autonomie entscheidet, für den er/sie für die er/sie verantwortlich gemacht wird. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung des Grades der Verantwortung.</p>		
Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> - Multikulturelle ethische und kulturelle Informationen - Ziele und Instrumente für die Kundenakquise - Verkaufsplan/-strategie - Datenbank mit Kunden und Interessenten - Aktionsplan für die Kundenwerbung; Budget 	<ul style="list-style-type: none"> - Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) - Feste und mobile Endgeräte - Datenbank von Kunden, Lieferanten, Dienstleistern - Internet, Intranet, Extranet - Dashboards und Managementdaten 	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern in den Bereichen Marketing, Recht, Einkauf, Finanzen und Buchhaltung, Logistik, Qualität und Produktion.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht im Rahmen eines nationalen und/oder</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Gesetzliche und regulatorische Beschränkungen - Tarife und Abrechnungsbedingungen der Organisation - Allgemeine Verkaufsbedingungen - Vertragsvorlagen, Handelsverträge, Verträge mit Dienstleistern - Qualitätsindikatoren - Professionelle Medien - Nationale und internationale Garantiebestimmungen - Unternehmensziel der Nachhaltigkeit - Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und das ESG (Environmental Social Governance) 	<ul style="list-style-type: none"> - Werkzeuge für die Zusammenarbeit; Webinare - Tools für die Vertriebskommunikation - Softwarepakete (ERP, CRM usw.) 	<p>internationalen Systems in Kontakt mit anderen Unternehmen und/oder Subunternehmern.</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit öffentlichen Diensten, der Regierung und/oder lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
---	--	--

Erwartete Ergebnisse

Erstellung eines geeigneten, detaillierten und aktualisierten Dossiers über potenzielle Kunden.

Akquiseplan.

Ein organisierter und wirksamer Plan für die Kommunikation mit potenziellen Kunden.

Auf den Kunden zugeschnittene Angebote. Nachbereitung und Bearbeitung von Aufträgen.

Beherrscht Steuerung der Verhandlungsgespräche. Genaue vertragliche Formulierungen der Vereinbarungen.

Effiziente Pflege eines aktualisierten Akten- und Geschäftsinformationsdienstes.

Optimale Bearbeitung von Beschwerden, Vorfällen und Konflikten.

Regulierung von Garantieansprüchen.

Vorschlag von genauen Qualitäts- und Ergebnisindikatoren für die Entscheidungsfindung.

Empfehlungen zur möglichen Verbesserung von Verfahren.

Tätigkeit 3: Import

A3T1 Vorbereitung der Importaktivitäten (Lieferantendatenbank)

A3T2 Unterstützung bei den Einkaufsverhandlungen

A3T3 Follow-up/Nachbereitung der Importaktivitäten

<u>Arbeitsumfeld und berufliche Aufgaben</u>		
<p>Er/sie bereitet die Importaktivitäten vor und erstellt und aktualisiert eine Datenbank mit potenziellen Lieferanten.</p> <p>Er/sie identifiziert und wählt potenzielle Lieferanten nach festgelegten Kriterien aus, um die Geschäftsziele der Organisation zu erreichen und gleichzeitig die Umwelt durch ethisches und faires Verhalten zu respektieren und Risiken im Bereich der Menschenrechte entlang der Lieferkette und in den Tochtergesellschaften zu erkennen und zu vermeiden.</p> <p>Er/sie nimmt gemäß den festgelegten Verfahren Kontakt zu den Lieferanten auf und berücksichtigt dabei die Besonderheiten des jeweiligen Landes/der jeweiligen Kultur für die Entwicklung der Einkaufstätigkeit.</p> <p>Er/sie unterstützt die Einkaufsverhandlungen, indem er/sie die Ausschreibungen ausarbeitet und versendet und die eingegangenen Angebote analysiert.</p> <p>Er/sie optimiert die Vorbereitung des Kaufgesprächs und gibt die Informationen an den Entscheidungsprozess für die Auswahl der Lieferanten weiter.</p> <p>Er/sie sorgt für das Follow-up der Importaktivitäten und die effektive Durchführung und Abstimmung der Kaufaufträge.</p> <p>Er/sie kümmert sich um Konflikte und Rechtsstreitigkeiten, bewertet die Effektivität der Dienstleistungen der Lieferanten und aktualisiert die Informationen in der Lieferantendatenbank.</p> <p>Er/sie entwickelt dauerhafte Beziehungen durch direkten Kontakt mit einer angemessenen Anzahl von Partnern und Dienstleistungsanbietern in einem wettbewerbsintensiven Umfeld. Fremdsprachenkenntnisse sind erforderlich.</p> <p>Er/sie kann veranlasst werden, Verbesserungen vorzuschlagen und an der Bewertung des Einkaufsprozesses mitzuwirken.</p> <p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement untersteht seinem Vorgesetzten, der den Grad der Autonomie festlegt, für den er verantwortlich ist. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung seines/ihrer Aufgabenbereichs und des Umfangs seiner/ihrer Verantwortung.</p>		
Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> - Sourcing-Websites - Marktvorschriften (Zölle, Normen) - Auswahlmethoden - Datenbank mit referenzierten Lieferanten, Dienstleistern, Unterauftragnehmern - Anforderungen an das Kaufangebots 	<ul style="list-style-type: none"> - Software für das Lieferantenmanagement - Planungs- und Verwaltungssoftware - Internet, Intranet, Extranet - Feste und mobile Endgeräte - Werkzeuge für die Zusammenarbeit; Webinare 	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern von Marketing, Recht, Verkauf, Buchhaltung, Logistik, Qualität und Produktion.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in direktem Kontakt mit Partnern (Interessenten,</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Preislisten - Allgemeine Einkaufsbedingungen - Versicherungsverträge - Wirtschaftliche und kulturelle Informationen über die Herkunftsländer - Leistungsindikatoren - Muster für Kaufverträge - Methoden zur Bewertung, Validierung und Auswahl von Lieferanten - Methoden der Kaufverhandlung - Ethische und Qualitätscharta - Unternehmensziel in der Nachhaltigkeit - Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und das ESG (Environmental Social Governance) 	<ul style="list-style-type: none"> - Software-Suiten (ERP, CRM, usw.) 	<p>Lieferanten, Subunternehmern, Versicherern usw.), Zollbehörden und Kunden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
--	--	---

Erwartete Ergebnisse

Bestimmung und genaue Auswahl von Anbietern / Subunternehmern

Erstellung einer Datenbank mit potenziellen Lieferanten.

Aktualisierung der Datenbankinformationen

Ausarbeitung und Versand von Ausschreibungen.

Analyse der eingegangenen Angebote.

Information über den Entscheidungsprozess. Optimale Vorbereitung der Kaufgespräche.

Optimale Bearbeitung von Rechtsstreitigkeiten; Bearbeitung und optimale Lösung von Beschwerden, Vorfällen und Konflikten.

Ausarbeitung von Tätigkeitsberichten.

Genauere Empfehlungen, die eine mögliche Verbesserung der Verfahren ermöglichen.

Aktivität 4: Koordinierung der Prozesse für den Import und Export

A4T1 Auswahl von Dienstleistern (Versicherung, Logistik, Finanzierung...)

A4T2 Sicherstellung der Verwaltung der Vorgänge

<u>Arbeitsumfeld und berufliche Pflichten</u>		
<p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement führt die administrativen Aufgaben der internationalen Handelsgeschäfte in Übereinstimmung mit den Verfahren der Organisation aus. Er/sie bestimmt potenzielle Anbieter (Versicherung, Logistik, Finanzierung ...), holt Angebote ein und bewertet sie. Er/sie organisiert die Aufgaben, einschließlich der Dokumentationskette, gemäß den geltenden Vorschriften, kontrolliert sie und informiert die Kunden über den Fortgang ihres Auftrags, um ihre Erwartungen zu erfüllen und ihre Zufriedenheit zu erhalten. Er/sie bewertet die Leistung der Lieferanten und verwaltet Reklamationen, Streitfälle und deren Beilegung. Er/sie entwirft und analysiert Dashboards zur Überwachung des Betriebsmanagements. Er/sie muss die Anwendung ethischer und loyaler Geschäftspraktiken sicherstellen und dabei ökologische Aspekte und Nachhaltigkeit für das Unternehmen, die Kunden und die Lieferanten berücksichtigen.</p> <p>Er/sie berichtet an den Betriebs-, Filial- oder Abteilungsleiter, der über den Grad der Autonomie entscheidet, für den er/sie verantwortlich gemacht wird. Die Größe der Organisation ist ein wichtiger Faktor bei der Festlegung des Verantwortungsgrads.</p>		
Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> - Verwaltungsverfahren für Import- oder Exportvorgänge (Logistik, Zollbestimmungen...) - Die KPIs der Organisation und die wirtschaftlichen Einschränkungen - Ethische und Qualitäts-Charta - Entscheidungen der Organisation in Bezug auf Versicherungen, Transporte, Spediteure, Finanzierung, Banken - Aktuelle Normen und Vorschriften; Zoll - Unternehmensziele in der Nachhaltigkeit - Unternehmenskriterien für das CSR (Corporate Social Responsibility) und das ESG (Environmental Social Governance) - Wichtigste Handelsverträge und Akten der Transaktionsdokumentation 	<ul style="list-style-type: none"> - Feste und mobile Endgeräte - Websites zu zollspezifischen Vorschriften - Software für das Supply-Chain-Management - Internet/Intranet/Extranet - Kollaborative Werkzeuge - Geschäfts- und Verwaltungssoftware - Tutorials für Verwaltungsaufgaben 	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit den Abteilungen oder Mitarbeitern der Produktion, der Logistik, dem Verkauf und dem Einkauf, der Qualität und dem Kundendienst.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit Kunden, Anbietern, Versicherern, Banken, Transportunternehmen, Spediteuren, Zollbehörden, Zertifizierungsstellen, öffentlichen Diensten und der Regierung und/oder lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Angebote von Dienstleistern - Verfahren für das Management und die Lösung von Rückschlägen - Qualitätsverfahren gemäß einer möglichen Zertifizierung 		
<p><u>Erwartete Ergebnisse</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Auswahl von geeigneten und zuverlässigen Dienstleistern für alle ausgelagerten Tätigkeiten. - Optimale Überwachung der Aktivitäten der Dienstleister, um die Erwartungen des Kunden mit Effizienz / Rentabilität zu erfüllen - Effiziente, effektive, aktuelle und nachvollziehbare Verwaltung der Einkaufs- und Verkaufsaktivitäten - Effizientes Management von Aktivitäten, Partnern und Arbeitsprozessen unter Einhaltung der neuesten Qualitätskriterien und internationalen Standards - Empfehlungen für eine mögliche Verbesserung der Verfahren; Vorschläge für den Umgang mit Beschwerden und Streitigkeiten - Einhaltung von ökologischen und ethischen Standards. 		

Aktivität 5: Beziehungsmanagement von verschiedenen Kulturen

A5T1 Kommunikation in einem interkulturellen Umfeld in einer Fremdsprache

A5T2 Umsetzung der Geschäftsbeziehung in einem interkulturellen Umfeld innerhalb und außerhalb der EU

<u>Arbeitsumfeld und berufliche Pflichten</u>		
<p>Bei jeder kaufmännischen und betrieblichen Tätigkeit, die der Kaufmann des Groß- und Außenhandelsmanagement ausüben muss, benötigt er/sie eine überzeugende Kommunikation in der Landessprache und in Fremdsprachen, wobei Englisch obligatorisch ist.</p> <p>Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement muss sich mündlich fließend und spontan in der Landessprache und in Englisch und/oder einer anderen Sprache verständigen, um die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und den Service zu gewährleisten, Beratungstätigkeiten auszuführen sowie mögliche Konflikte und Zwischenfälle zu beachten und zu lösen.</p> <p>Er/sie muss sich schriftlich in jeder Unterstützung auf stimmige Weise verständigen und Autonomie zeigen, um professionelle Dokumentation zu erstellen.</p> <p>Er/sie muss ein multikulturelles Netzwerk von Kontakten aufbauen und pflegen, das er/sie je nach Situation flexibel handhaben muss.</p> <p>Das Maß an Autonomie und Verantwortung hängt von der Größe der Organisation ab.</p>		
Relevante Informationen für die Arbeit	Für die Aufgaben benötigte Ausrüstung	Professionelle Kontakte
<ul style="list-style-type: none"> - Netzwerkdatenbank (Organisationen, Partner, Personal) - Kommunikationstechniken in einem multikulturellen Kontext und in Fremdsprachen - Kulturelle Codes für die berufliche Kommunikation und Modelle für die berufliche Praxis - Kommunikationsprotokolle von Organisationen und Partnern - Genaue Beschreibung der Beziehung (Ziele, personelle und materielle Mittel) 	<ul style="list-style-type: none"> - Feste und mobile Endgeräte - Übersetzungswebsites zur Erleichterung der Kommunikation - Websites zur Vertiefung des Fremdsprachenlernens - Webinare von privaten oder öffentlichen Organisationen über verschiedene Kulturen und ausländische Märkte... - Internet / Intranet / Extranet - Kollaborative Werkzeuge - Software-Pakete 	<p>Intern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit Mitarbeitern des Marketings, des Vertriebs, des Einkauf und des Qualitätsdienstes.</p> <p>Extern</p> <p>Er/sie steht in Kontakt mit Kunden, Dienstleistern, öffentlichen Diensten, Handelskammern und staatlichen und/oder lokalen Behörden auf nationaler oder internationaler Ebene.</p>
<u>Erwartete Ergebnisse</u>		
<ul style="list-style-type: none"> - Ein gutes Verständnis der Berufspraktiken und des sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Umfelds in den Zielländern - Weitergabe notwendiger Informationen über die Geschäftspraktiken in den betreffenden Ländern an die betreffenden Mitarbeiter - Optimale Nutzung und Anpassung von Kommunikationstechniken je nach Person und Situation - Angemessene mündliche und schriftliche Kommunikation in der Landessprache und in der gewünschten Fremdsprache unter Beachtung der Codes und Normen des betreffenden Landes - Eine zugängliche, aktuelle Datenbank und Netzwerk von Geschäftskontakten - Pflege und Ausbau eines optimalen Kontaktnetzes und einer vertrauensvollen Beziehung. 		

6 Kompetenzverzeichnis

Beziehungen zwischen Tätigkeiten und Kompetenzeinheiten

Tätigkeiten	Kompetenzeinheiten
Tätigkeit 1: Unternehmensüberwachung	Einheit 1: Überwachung von Marktinformationen für den internationalen Handel
Tätigkeit 2: Export	Einheit 2: Akquise
	Einheit 3: Verkauf im Ausland
	Einheit 4: Sicherstellung von Follow-Up-Sales
Tätigkeit 3: Import	Einheit 5: Import
Tätigkeit 4: Koordinierung der Prozesse für einen erfolgreichen Import und Export	Einheit 6: Koordination von Dienstleistungen
Tätigkeit 5: Beziehungsmanagement in verschiedenen Kulturen	Einheit 7: Kommunikation und Beziehungsmanagement in interkulturellen Kontexten

Übergreifende Kompetenzen, Autonomie und Verantwortung

Um in seinem Beruf erfolgreich zu sein, muss der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement für internationalen Handel über eine Reihe von übergreifenden Kompetenzen verfügen. Er/sie beweist Flexibilität, Reaktionsfähigkeit, Kreativität, Genauigkeit, Organisationsfähigkeit und Achtung der Berufsethik, insbesondere wenn er/sie in einem internationalen Kontext arbeitet. Er/sie ist es gewohnt, in einem Team zu arbeiten, einen aktiven Beitrag im Rahmen eines Projekts zu leisten und selbstverständlich Vorschläge zu unterbreiten.

Bei der Arbeit im Ausland respektiert er/sie die unterschiedlichen beruflichen Gewohnheiten und kulturellen Besonderheiten. Höflichkeit und Respekt im Umgang mit den verschiedenen Kontaktpersonen werden ebenso verlangt wie der Zurückhaltung bei Urteilen und die Sensibilität für kulturelle Unterschiede in einer Arbeitssituation. Er/sie muss sich stets über die internationalen Regeln zum Schutz der Bevölkerung und der Umwelt im Klaren sein. Er/sie muss sich über die geopolitische Lage und die internationalen Wirtschaftstrends im Klaren sein. Er/sie muss auch ein echtes Interesse an neuen Verkaufsprozessen unter Nutzung von Digitalisierung sowie neuer Verkaufsmethoden zeigen.

Kaufleute für Groß- und Außenhandelsmanagement müssen in ihrer täglichen Arbeit selbstständig sein und werden dafür zur Verantwortung gezogen. Der Grad ihrer Autonomie hängt von der Größe und Struktur des Unternehmens, der Komplexität der Tätigkeiten und Verkaufsprozesse, an denen sie arbeiten, sowie von ihrer Berufserfahrung ab und wird letztlich von der Führungskraft bestimmt, der sie unterstellt sind. Ihre autonomen Handlungen und Entscheidungen werden sich auf die Entwicklung einer nachhaltigeren und grüneren Wirtschaft auswirken.

Der Kaufmann für Groß- und Außenhandelsmanagement arbeitet im Rahmen des regelmäßigen Validierungsprozesses seiner/ihrer hierarchisch Verantwortlichen.

Einheit 1: Überwachung von Marktinformationen für den internationalen Handel

Kompetenzen	Kenntnisse
<p>U1S1 – FESTSTELLEN VON INFORMATIONEN FÜR DEN INTERNATIONALEN HANDEL</p> <p>U1S1.1 – Gestaltung, Planung und Budgetierung des Informationsprozesses</p> <p>U1S1.2 – Auswahl von geschäftlicher Informationen und Regelung von Einschränkungen der ausländischen Märkte.</p> <p>U1S1.3 – Formulierung technischer Anforderungen für Marktstudien</p>	<p>U1K1 - Marktstudien</p> <p>U1K2 - Trends an den Weltbörsen</p> <p>U1K3 – Länderrisiken und -bewertungen</p> <p>U1K4 – Sektorbezogene Studien</p> <p>U1K5 - International gesetzliches Rahmenbedingungen und Regelungsbereiche</p> <p>U1K6 – Ethische und ökologische Regeln</p> <p>U1K7 – Statistische Analyseverfahren</p> <p>U1K8 – Werte und Informationen</p> <p>U1K9 - Unternehmensinformationssystem und Business-Intelligence-Tools</p> <p>U1K10 – Datenschutz und Netzsicherheit</p>
<p>U1S2 – VORBEREITUNG DER ENTSCHEIDUNG</p> <p>U1S2.1 – Überwachung wesentlicher Vertriebsinformationen</p> <p>U1S2.2- Erstellung von Berichten zur Erleichterung der Entscheidungsfindung.</p>	
<p><u>Leistungsindikatoren</u></p> <p>Der Informationsprozess ist nach Maßgabe des Budgets stimmig und dokumentiert.</p> <p>Die ausgewählten Informationen sind relevant.</p> <p>Die wesentlichen Vertriebsinformationen werden aktualisiert.</p> <p>Die Berichte sind strukturiert, relevant und nützlich für den Entscheidungsprozess.</p>	

Einheit 2: Akquise

Kompetenzen	Kenntnisse
U2S1 – VORBEREITUNG DER MARKTERSCHLIEßUNG U2S1.1 – Verteilung der Aufgaben auf die Mitarbeiter U2S1.2 – Auswahl von Subunternehmen	U2K1 – Aufgabe der Kundenakquise U2K2 – Markterschließung und Budget U2K3 – Verfügbare Unterstützung zur Entwicklung von Export inländischer Unternehmen (z.B.: Handelskammer)
U2S2 – ERMITTLUNG POTENZIELLER KUNDEN U2S2.1 – Beschreibung potenzieller Kunden U2S2.2 – Herstellung von Geschäftskontakten U2S2.3 – Einhaltung von Handelsregeln und der Geschäftsethik	U2K4 – Kriterien der Marktsegmentierung U2K5 – Internationale Akquisitionsinstrumente U2K6 – Internationale Messen und Veranstaltungen U2K7 – Internationale Kommunikations- und Werbetechniken
U2S3 – BEWERTUNG DER MARKTERSCHLIEßUNG U2S3.1 – Berichterstattung über die Ergebnisse der Erschließung U2S3.2 – Bewertung der Akquise im Vergleich zu den kaufmännischen Zielen U2S3.3 – Vorschläge zur Anpassung der Verfahren	U2K8 – Digitale Tools zur Interaktion mit Kunden und zur Personalisierung internationaler Kundenbeziehungen U2K9 – Internationale Nachbereitung und Bewertung von Kundenkontakten U2K10 – Ethik und Gesetzgebung in der Akquisitionstätigkeit
<u>Leistungsindikatoren</u> Der Akquisitionsplan ist angemessen. Die Auswahl der Subunternehmer entspricht den Anforderungen. Die potenziellen Kunden werden entsprechend den Geschäftszielen ausgewählt, wobei die Regeln und die Geschäftsethik eingehalten werden. Die Geschäftskontakte sind auf dem neuesten Stand. Der Akquisitionsbericht ist strukturiert, relevant und nützlich für die Entscheidungsfindung. Die Bewertung der Akquisekampagne und die Verbesserungsvorschläge sind relevant und für die Entscheidungsfindung nützlich.	

Einheit 3: Verkauf im Ausland

Kompetenzen	Kenntnisse
<p>U3S1 – VORBEREITUNG INTERNATIONALER KAUFVERTRÄGE</p> <p>U3S1.1 – Identifikation von Regeln und Gepflogenheiten für internationale Vereinbarungen oder Kaufverträgen</p> <p>U3S1.2 – Auswahl geeigneter Vertragsarten und der relevanten Vertragspartner</p> <p>U3S1.3 – Kennzeichnung der Kundenverkaufsstrategie</p> <p>U3S1.4 – Vorbereitung wichtiger Inhalte eines internationalen Kaufvertrags</p>	<p>U3K1- Inländische, europäische and internationale Verträge</p> <p>U3K2- Incoterms</p> <p>U3K3- Finanzierungswege internationaler Verträge</p> <p>U3K4- Internationale Zahlungsmittel</p> <p>U3K5- KPI (Key Performance Indicators)</p> <p>U3K6- Verwaltungs-, Versicherungs- und Finanzierungsinstrumente</p> <p>U3K7- Dokumente internationalen Handels</p> <p>U3K8- Verhandlungsstrategien und -taktiken</p>
<p>U3S2 –SICHERUNG INTERNATIONALER HANDELSVERTRÄGE</p> <p>U3S2.1 – Überprüfung von Finanzierungsaspekten des Kunden</p> <p>U3S2.2 – Überprüfung der internen Liquiditätsplanung</p> <p>U3S2.3- Auswahl von administrativen und finanziellen Handelsinstrumenten zur Sicherung des internationalen Kaufvertrags</p> <p>U3S2.4- Vorwegnahme von Problemen im Zusammenhang mit der Anwendung des Vertrags und Ausarbeitung von Lösungen</p>	
<p>U3S3- TEILNAHME AN DEN VERTRAGSVERHANDLUNGEN</p> <p>U3S3.1- Anwendung der Verhandlungstechniken für den Direktvertrieb</p> <p>U3S3.2- Anwendung der Verhandlungstechniken für indirekten Vertrieb</p> <p>U3S3.3- Anwendung der Verhandlungstechniken für den E-Commerce</p>	
<p><u>Leistungsindikatoren</u></p> <p>Die Anforderungen des Auftraggebers werden respektiert.</p> <p>Die wesentlichen Inhalte der Verträge sind auf die Bedürfnisse des Kunden abgestimmt und entsprechen den gesetzlichen Vorgaben.</p> <p>Die Zahlungsfähigkeit des Kunden wird geprüft.</p> <p>Probleme werden erkannt und Lösungen vorweggenommen.</p> <p>Die Verhandlungstechniken sind effizient.</p>	

Einheit 4: Sicherstellung von Follow-Up-Sales

Kompetenzen	Kenntnisse
<p>U4S1 – VORBEREITUNG VON FOLLOW-UP-SALES U4S1.1 – Einführung eines internationalen Verzeichnisses und Kundenbetreuung U4S1.2 – Auswahl der handelsüblicher Indikatoren U4S1.3 – Berichterstattung über Follow-Up-Sales U4S1.4 – Aktualisierung des internationalen Kundenkontaktsystems</p>	<p>U4K1 – Handelsindikatoren U4K2 – Kaufmännisches Informationssystem U4K3 – Kundenkontakttechniken U4K4 – Künstliche Intelligenz zur Überwachung der Beziehungen zu internationalen Kunden U4K5 – Personalisierung der Kundenbeziehungen U4K6 – Nachhaltige Kundenbeziehung U4K7 – Up-Selling und Cross-Selling</p>
<p>US4S2 – BEREICHERUNG DER KUNDENINTERKATION U4S2.1 – Unterstützung internationaler Kunden U4S2.2 – Anpassung des geschäftlichen Services U4S2.3 – Verfolgung der Kommentare und Reaktionen der internationalen Kunden in den sozialen Netzwerken U4S2.4 – Förderung nachhaltiger Beziehungen zu den internationalen Kunden U4S2.5 – Ausweitung der Geschäftsbeziehungen auf Up-Selling und Cross-Selling</p>	
<p><u>Leistungsindikatoren</u> Die Umsätze werden registriert und aktualisiert. Die Handelsindikatoren sind für die Entscheidungsfindung relevant. Der geschäftliche Service ist maßgeschneidert. Die Kommentare und Reaktionen der Kunden werden bearbeitet. Die Berichte sind strukturiert, relevant und nützlich für die Entscheidungsfindung. Die Beziehung zum Kunden ist nachhaltig und gefestigt.</p>	

Einheit 5: Import

Kompetenzen	Kenntnisse
U5S1 – LIEFERANTENAUSWAHL U5S1.1 – Bestimmung potenzieller Lieferanten U5S1.2 – Vorbereitung von Anfragen U5S1.3 – Angebotsanalyse und Vorbereitung der Lieferantenauswahl	U5K1 – Spezifikation von Angeboten U5K2 – Beschaffung und Einkauf U5K3 – Finanzielle Bewertung von Lieferanten U5K4 - Marktplatz, Einkaufsplattform, Online-Auktionen, E-Sourcing U5K5 - Internationale Handelsabkommen und multilaterale Umweltabkommen U5K6 - Kaufverträge U5K7 - Einsatz Werkzeugen des Beschaffungsmarktmanagements U5K8 – Bewertung der Lieferantenleistung U5K9 - Lieferanteninformationssystem
U5S2 – UNTERSTÜTZUNG DER KAUFVERTRAGSVERHANDLUNG U5S2.1 - Strategien und Techniken für den Prozess der Einkaufsverhandlungen zu entwickeln U5S2.2 – Organisation der Verhandlung mit einem ausländischen Lieferanten	
U5S3 – FOLLOW-UP DER IMPORTAKTIVITÄTEN U5S3.1 - Überwachung und Kontrolle der Einhaltung von Verträgen U5S3.2 - Anwendung von Protokollen zur Lösung von Konfliktsituationen	
<u>Leistungsindikatoren</u> Die Angaben zu den Lieferanten und Dienstleistern sind zuverlässig. Die Auswahl der Datenbank ist relevant und aktuell. Die Überwachung des Einkaufsprozesses ist effektiv und effizient. Die Analyse von Lieferangeboten ist für die Entscheidungsfindung strukturiert. Das Management von Konflikten und Beschwerden ist angemessen.	

Einheit 6: Koordination von Dienstleistungen

Kompetenzen	Kenntnisse
<p>U6S1 – VERWALTUNG INTERNATIONALER AKTIVITÄTEN U6S1.1 – Auswahl von Dienstleister U6S1.2 – Koordination und Follow-Up von Einkaufs- und Verkaufsprozessen U6S1.3 – Sicherstellung der Verwaltung von Dienstleistungsbeziehungen mit verschiedenen Partnern</p>	<p>U6K1 - Nachhaltige Entwicklungsziele / Kriterien des CSR (Corporate Social Responsibility) und ESG (Environmental Social Governance) U6K2 - Transportmittel, internationale Transportkonventionen, Angebotsregeln U6K3 - Incoterms U6K4 - Zahlungsmittel und -techniken U6K5 – Zölle und Zolldokumente U6K6 - Gemeinschaftlicher Mehrwertsteuer-Mechanismen U6K7 – Risikomanagement U6K8 –Beschwerde- und Konfliktarten U6K9 - Lösungen für Beschwerden und Streitigkeiten U6K10 - Instrumente und Methoden zur Bewertung und zum Vergleich von Angeboten</p>
<p>U6S2 – UMGANG MIT BESCHWERDEN UND KONFLIKTEN U6S2.1 – Dokumentation von Beschwerden und Konflikten U6S2.2 – Weiterleitung an die qualifizierten Personen U6S2.3 – Berichterstattung an die Kunden</p>	
<p><u>Leistungsindikatoren</u> Die Auswahl der Lieferanten ist relevant. Alle Prozesse werden nach professionellen Standards durchgeführt. Die Partnerschaftsvereinbarungen werden korrekt abgewickelt. Beschwerden und Konflikte werden bearbeitet. Die Berichte an den Kunden sind strukturiert und relevant.</p>	

Einheit 7: Kommunikation und Beziehungsmanagement in interkulturellen Kontexten

Kompetenzen	Kenntnisse
<p>U7S1 – VERSTÄNDIGUNG AUF ENGLISCH UND IN EINER ANDEREN FREMDSPRACHE UNTER EINBEZIEHUNG SOZIOKULTURELLER ELEMENTE</p> <p>U7S1.1 - Auswahl von Informationen über geschäftliche, soziale und kulturelle Praktiken</p> <p>U7S1.2 – Integration kultureller Unterschiede</p> <p>U7S1.3 – Verfassung professioneller mündlicher Mitteilungen, die auf die Interaktion mit Personen aus anderen Kulturen abzielen</p> <p>U7S1.4 – Erstellung professioneller schriftlicher Dokumente für den Umgang mit Personen aus anderen Kulturen</p>	<p>U7K1 - Mündliche und schriftliche berufliche Kommunikation in der im Arbeitsumfeld verwendeten Sprache</p> <p>U7K2 - Mündliche und schriftliche berufliche Kommunikation in Englisch, auf dem Niveau B2 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen</p> <p>U7K3 – Mündliche und schriftliche berufliche Kommunikation in einer weiteren Fremdsprache auf dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen</p> <p>U7K4 – Kommunikationstechniken und -modelle in einem multikulturellen Kontext</p> <p>U7K5 – Nonverbale Kommunikationsarten und -stile</p> <p>U7K6 - Kulturelle Codes und Praktiken (Sitten/Gepflogenheiten/Rituale)</p> <p>U7K7 - Interkulturelles Beziehungsmanagement</p> <p>U7K8 – Geschäfts-(un)etikette und Protokoll</p> <p>U7K9 - Rechtlicher Rahmen für individuelle und gruppenbezogene Arbeitsbeziehungen in den Zielländern</p> <p>U7K10 – Verwaltung von Informationssystemen</p>
<p>U7S2 – EINRICHTUNG, VERWALTUNG UND BELEBUNG EINES NETZES INTERNATIONALER KONTAKTE</p> <p>U7S2.1 – Aufbau einer multikulturellen Datenbank und eines Netzes von Kontakten</p> <p>U7S2.2 – Pflege einer multikulturellen Datenbank und eines multikulturellen Kontaktnetzes</p> <p>U7S2.3 – Belebung eines Netzes beruflicher Kontakte in einem multikulturellen Kontext</p>	
<p><u>Leistungsindikatoren</u></p> <p>Die mündliche und schriftliche Kommunikation ist effizient und respektiert die kulturellen Unterschiede der Zielgruppen.</p> <p>Die Datenbank der internationalen Kontakte ist strukturiert, aktualisiert und relevant.</p> <p>Das Netzwerk beruflicher Kontakte ist aktiv und auf dem neuesten Stand.</p> <p>Das Netz der beruflichen Kontakte trägt positiv zur internationalen Geschäftstätigkeit bei.</p>	