

## Die Prüfung der Handelsassistenten - Einzelhandel

Bearbeitet von  
Bärbel Krause, Günter Krause

1. Auflage 2012. Buch. 1083 S. Gebunden  
ISBN 978 3 470 64011 2

Wirtschaft > Betriebswirtschaft > Marketing, Handelsmanagement

Zu Leseprobe

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
Inhaltsverzeichnis .....	7
Verzeichnis der Abkürzungen .....	17

## 1. Vertriebsmanagement

1.1 Bestandsführung und -kontrolle .....	22
1.1.1 Steuerungsvorgänge bei der Warenbestellung .....	22
1.1.2 Bedarfsermittlung unter Nutzung von Kennziffern aus der Warenwirtschaft .....	24
1.1.3 Liefermodalitäten bei der Bestellung .....	25
1.1.4 Bestellverfahren .....	26
1.1.5 Lagerstatistik .....	29
1.1.6 Verfahren der Bestandskontrolle und Inventur .....	31
1.2 Sortimentssteuerung .....	35
1.3 Umsatz- und Kostenplanung .....	48
1.4 Warenlogistik .....	57
1.4.1 Ziele der Beschaffungspolitik .....	57
1.4.2 Beschaffungsmarkt .....	59
1.4.3 Beschaffungsplanung .....	61
1.4.4 Kundenbezogener Waren- und Datenfluss .....	69
1.5 Lagerwirtschaft .....	72
1.5.1 Lagerorganisation .....	72
1.5.2 Lagerkontrolle .....	78
1.5.3 Lagerkennziffern .....	78
1.5.4 Kosten der Lagerhaltung .....	79
1.6 Verkaufssteuerung über Kennzahlen .....	80
1.6.1 Betriebliche Leistungskennziffern .....	80
1.6.2 Erstellung und Auswertung betrieblicher Statistiken .....	84
1.6.3 Maßnahmen der Verkaufssteuerung .....	84
1.6.4 Durchführung und Kontrolle von Maßnahmen der Verkaufssteuerung .....	86
1.7 Optimierung der Geschäftsprozesse .....	87
1.7.1 Betriebliche Funktionen als Geschäftsprozesse .....	87
1.7.2 Fehlerquellen .....	92
1.7.3 Lösungsvorschläge und Maßnahmen der Prozessoptimierung .....	93
1.8 E-Business .....	94
1.8.1 Formen der elektronischen Geschäftsabwicklung .....	94
1.8.2 Elektronische Zahlungssysteme .....	101
1.9 Warenwirtschaftliche Analyse .....	104
1.9.1 Umsatz- und Trendentwicklung .....	104
1.9.2 Leistungskennziffern der Warenbewegung .....	111
1.10 Kosten- und Leistungsrechnung .....	115
1.10.1 Gliederung des Rechnungswesens .....	115
1.10.2 Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung .....	123
1.10.2.1 Kostenartenrechnung .....	123
1.10.2.2 Kostenstellenrechnung .....	128
1.10.2.3 Kostenträgerrechnung .....	131
1.10.3 Betriebsabrechnungsbogen .....	138

1.10.4	Zurechbarkeit der Kosten .....	140
1.10.5	Kurzfristige Erfolgsrechnung .....	140
1.10.6	Teilkostenrechnung.....	145

## 2. Kundenorientierung

2.1	Gestaltung des Beratungsprozesses.....	154
2.1.1	Besonderheiten der Beratungssituation .....	154
2.1.2	Rolle des Beraters und persönliche Einflussfaktoren auf die Gestaltung der Kundenbeziehung .....	155
2.1.3	Kunden- und ergebnisorientierte Beratungsgespräche .....	156
2.2	Kundenbefragungen, Kundenforen .....	157
2.2.1	Kundenbefragungen und Kundenforen als Instrumente zur Verbesserung der Kundenorientierung und zur Erhöhung der Kundenbindung .....	157
2.2.2	Effektiver Einsatz des Instruments Kundenbefragung.....	159
2.2.3	Effektiver Einsatz des Instruments Kundenforum.....	163
2.3	Unterstützung von Mitarbeitern bei der Durchführung von Kundengesprächen.....	164
2.4	Auswertung von Kundengesprächen.....	166
2.5	Angewandte Verkaufspsychologie.....	167
2.5.1	Grundlegende psychologische Mechanismen menschlichen Erlebens und Verhaltens .....	167
2.5.2	Kommunikationspsychologische Grundlagen im Verkaufsgespräch .....	174
2.6	Kundengewinnung, Kundenbindung.....	178
2.6.1	Kundengewinnung.....	178
2.6.2	Kundenbindung .....	179
2.7	Servicepolitik .....	183
2.7.1	Bedeutung der Servicepolitik.....	183
2.7.2	Servicepolitische Ziele .....	185
2.7.3	Zielgruppenorientiertes Serviceprofil entwickeln .....	186
2.7.4	Maßnahmen zur Umsetzung des Serviceprofils einleiten .....	187
2.7.5	Ergebnisse der durchgeführten Maßnahmen bewerten .....	188
2.8	Beschwerdemanagement.....	189
2.9	Qualitätsmanagement .....	192
2.9.1	Ziele und Aufgaben eines Qualitätsmanagementsystems.....	192
2.9.2	Bestandteile eines Qualitätsmanagementsystems.....	193
2.9.3	Qualitätsmanagementsysteme, Auditierung und Zertifizierung .....	201

## 3. Marketing im Einzelhandel

3.1	Einzelhandelsentwicklung .....	212
3.1.1	Entwicklung vom Verkäufer- zum Käufermarkt.....	212
3.1.2	Dynamik der Betriebsformen im Einzelhandel.....	213
3.1.3	Einzelhandelsrelevante Trends .....	214
3.2	E-Commerce .....	216
3.2.1	Elektronische Geschäftsprozesse .....	216
3.2.2	Handel von Waren und Dienstleistungen über elektronische Medien .....	217
3.2.3	Formen des Online-Vertriebs.....	218
3.2.4	Instrumente der Kundenbindung im Internet .....	220
3.3	Kooperationen im Einzelhandel.....	221
3.4	Category Management (Warengruppenmanagement).....	224
3.4.1	Category Management als Instrument des Einzelhandelsmarketing .....	224

3.4.2	Zusammenspiel von Category Management und den Kundenbedürfnissen.....	224
3.5	Marktanalyse, Zielgruppenanalyse.....	226
3.5.1	Aufgaben und Arten der Marktforschung.....	226
3.5.2	Ausgewählte Methoden der Marktanalyse .....	232
3.6	Zielgruppenmarketing, Marktstrategien .....	239
3.6.1	Marktsegmentierung als Basisstrategie für Zielgruppenbildung.....	239
3.6.2	Marktsegmentierungskriterien .....	239
3.6.3	Möglichkeiten der direkten Zielgruppenansprache.....	240
3.6.4	Marketingstrategien .....	241
3.7	Verkaufskonzepte, Preis- und Konditionenpolitik .....	243
3.7.1	Verkaufskonzepte im Einzelhandel.....	243
3.7.2	Preispolitik .....	251
3.7.3	Konditionenpolitik .....	254
3.8	Sortimentsgestaltung.....	259
3.9	Verkaufsförderung, Werbung, Werbeerfolgskontrolle.....	262
3.9.1	Verkaufsförderung .....	262
3.9.2	Werbung .....	268
3.9.3	Werbeerfolgskontrolle.....	274
3.10	Standortmarketing .....	275
3.10.1	Standortwahl als unternehmerische Marketingentscheidung .....	275
3.10.2	Einzelhandelsunternehmen als Initiatoren und Akteure standortbezogener kooperativer Marketingaktivitäten.....	282
3.11	Öffentlichkeitsarbeit .....	285
3.11.1	Ziele und Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations; PR).....	285
3.11.2	Konzepte der Öffentlichkeitsarbeit.....	285
3.11.2.1	Externe Kommunikationsinstrumente der PR .....	285
3.11.2.2	Interne Kommunikationsinstrumente der PR.....	287
3.12	Zusammenwirken der Marketinginstrumente .....	290
3.12.1	Inhalte und Charakteristika von Marketingkonzeptionen.....	290
3.12.2	Marketing-Mix.....	291
3.12.3	Marketinginstrumente bei Kundengewinnung und Kundenbindung .....	294

#### 4. Visuelles Marketing (Visual Merchandising)

4.1	Platzierungsregeln.....	300
4.1.1	Raumzonen/Verkaufszonen .....	300
4.1.2	Sonderformen der Warenplatzierung.....	317
4.2	Grundsätze und Zielsetzung des visuellen Marketing .....	318
4.3	Präsentationspolitik, Präsentationsmittel.....	322
4.4	Werbemittel .....	324
4.4.1	Bedeutung und Wirkungen von Werbemitteln und Werbeträgern .....	324
4.4.2	Werbemittel und Werbemaßnahmen zielgerichtet unter Beachtung der wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen einsetzen .....	324
4.5	Gestaltungselemente der visuellen Verkaufsförderung.....	327
4.6	Kooperation und Kommunikation mit internen und externen Kunden des visuellen Marketing (Visual Merchandising) .....	335

#### 5. Mitarbeiterführung und Qualifizierung

5.1	Zeitmanagement, Selbstmanagement .....	338
5.1.1	Grundlagen des Zeit- und Selbstmanagements .....	338
5.1.2	Zeitdiebe, Zeitfresser, Störfaktoren .....	340

5.1.3	Instrumente des Zeitmanagements .....	345
5.2	Psychologische Grundlagen der Führung, Zusammenarbeit und Kommunikation .....	350
5.2.1	Anforderungen an Führungskräfte .....	350
5.2.1.1	Verhaltensanforderungen .....	350
5.2.1.2	Dimensionen von Führungsanweisungen .....	357
5.2.1.3	Kommunikation als Führungsinstrument .....	358
5.2.2	Mitarbeiter im Prozess der Führung und Zusammenarbeit .....	365
5.2.3	Wechselwirkungen der Kommunikation .....	366
5.3	Mitarbeiter fordern und fördern .....	368
5.3.1	Qualifikation der Mitarbeiter .....	368
5.3.2	Bewusstsein für lebenslanges Lernen .....	373
5.3.3	Einsatz geeigneter Controllinginstrumente .....	374
5.3.4	Arbeitsrechtliche Bestimmungen .....	378
5.4	Coaching .....	379
5.4.1	Coaching als Mittel der Mitarbeiterförderung und Mitarbeiterentwicklung .....	379
5.4.2	Coaching-Instrumente .....	381
5.4.3	Laufbahnentwicklung .....	382
5.5	Unterstützung von Lernprozessen der Mitarbeiter .....	383
5.5.1	Lerntypen und Lernprozesse .....	383
5.5.2	Lerntechniken und Vermittlungstechniken .....	388
5.5.3	Lernerfolgskontrollen .....	395
5.6	Führungsgrundsätze, Führungsinstrumente und Führungsmethoden .....	396
5.6.1	Bedeutung betrieblicher Führungsgrundsätze .....	396
5.6.2	Mitarbeiter-Motivation .....	397
5.6.3	Mitarbeiter-Gespräche .....	399
5.6.4	Führungsstile .....	409
5.6.5	Management-by-Techniken .....	415
5.7	Förderung der Kooperation .....	417
5.7.1	Kooperation der Mitarbeiter in einem Einzelhandelsunternehmen .....	417
5.7.2	Rollenverhalten in der Gruppe .....	419
5.8	Konfliktmanagement .....	426
5.8.1	Formen und Ursachen von Konflikten .....	426
5.8.2	Lösungsansätze und konstruktive Verhaltensregeln .....	428
5.9	Planung und Steuerung von Arbeits- und Projektgruppen, Teambildung .....	431
5.9.1	Teambildung im Einzelhandel .....	431
5.9.2	Teamsitzungen .....	433
5.9.3	Aspekte des Projektmanagements .....	437
5.10	Moderations- und Präsentationstechniken .....	451
5.10.1	Präsentation .....	451
5.10.2	Rhetorische Grundlagen .....	461
5.10.3	Moderation .....	463

## 6. Personalmanagement

6.1	Personalpolitik .....	466
6.1.1	Grundsätze und Ziele der Personalpolitik .....	466
6.1.2	Aufgaben und Ziele des Personalmanagements .....	469
6.1.3	Einflussfaktoren auf das Personalmanagement .....	474
6.2	Personalbedarfsplanung .....	474
6.2.1	Ermittlung des Personalbestandes .....	474
6.2.2	Personalbedarf .....	476

6.3	Personaleinsatzplanung .....	480
6.3.1	Ziele und Einflussfaktoren .....	480
6.3.2	Arbeitszeitmodelle .....	484
6.3.3	Personaleinsatzplan .....	488
6.4	Personalentwicklung.....	489
6.4.1	Ziele der Personalentwicklung.....	489
6.4.2	Personalentwicklung als Führungsaufgabe.....	491
6.4.3	Qualifikationsprofile von Mitarbeitern .....	492
6.4.4	Methoden zur Ermittlung des Weiterbildungsbedarfs.....	493
6.4.5	Potenzial- und positionsorientierte Personalentwicklung .....	496
6.5	Organisationsentwicklung.....	497
6.5.1	Strukturen und Prozesse der Organisationsentwicklung.....	497
6.5.2	Organisationsentwicklung als Entscheidungsinstrument.....	505
6.6	Beurteilungssysteme .....	510
6.6.1	Ziele und Aufgaben von Personalbeurteilungen.....	510
6.6.2	Personalbeurteilungssysteme .....	511
6.6.3	Beurteilungsgespräch.....	516
6.7	Personalmarketing, Personalgewinnung .....	517
6.7.1	Ziele und Konzepte des Personalmarketing.....	517
6.7.2	Funktions- und zielgruppenspezifische Maßnahmen der Personalgewinnung .....	518
6.8	Auswahl und Einstellung von Auszubildenden und Mitarbeitern .....	521
6.8.1	Zielsetzung und Grundsätze der Personalauswahl .....	521
6.8.2	Anforderungsprofil .....	522
6.8.3	Auswahlkriterien .....	522
6.8.4	Methoden der Personalauswahl .....	524
6.9	Personalkostenplanung, Personalcontrolling .....	530
6.9.1	Personalkostenplanung .....	530
6.9.2	Personalcontrolling .....	536
6.10	Praxisrelevante arbeitsrechtliche Bestimmungen.....	542
6.10.1	Einführung in das Arbeitsrecht.....	542
6.10.2	Auswahl und Einstellung von Mitarbeitern und Auszubildenden .....	551
6.10.3	Beschäftigung von Mitarbeitern und Auszubildenden.....	558
6.10.4	Förderung von Mitarbeitern und Auszubildenden.....	568
6.10.5	Beendigung von Arbeits- und Ausbildungsverhältnissen.....	570

## 7. Volkswirtschaft für die Einzelhandelspraxis

7.1	Markt und Preis .....	576
7.1.1	Markt-Preis-Modell der vollständigen Konkurrenz.....	576
7.1.2	Nachfragefunktion, Angebotsfunktion.....	579
7.1.3	Prozesse und Funktionen der Preisbildung.....	582
7.1.4	Staatliche Eingriffe in Preisbildungsprozesse.....	585
7.1.5	Angebots- und Nachfrageelastizitäten.....	588
7.2	Wettbewerb .....	591
7.2.1	Auswirkungen unterschiedlicher Marktformen auf Handelsunternehmen .....	591
7.2.2	Auswirkungen des Zusammenhangs zwischen Produktzyklus und Wettbewerbssituation .....	592
7.3	Wachstum und Konjunktur.....	595
7.3.1	Wirtschaftliche Entwicklung beurteilen .....	595
7.3.2	Stabilitätspolitische Ziele und Kriterien.....	601
7.4	Wirtschaftspolitische Steuerungsinstrumente.....	607

7.4.1	Wirtschaftspolitische Konzepte.....	607
7.4.2	Mögliche Auswirkungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen auf Handelsunternehmen .....	610
7.5	Strukturwandel.....	612
7.5.1	Wirtschaftlicher Wandel.....	612
7.5.2	Demografischer Wandel .....	615
7.5.3	Auswirkungen des wirtschaftlichen und demografischen Wandels auf Handelsunternehmen .....	623

## 8. Hinweise zur mündlichen Prüfung (Präsentation und Fachgespräch)..... 625

### Klausurtypischer Teil – Aufgaben

<b>1. Prüfungsfach: Vertriebsmanagement</b> .....	637
1.1 Bestandsführung und -kontrolle.....	637
1.2 Sortimentssteuerung .....	639
1.3 Umsatz- und Kostenplanung .....	641
1.4 Warenlogistik .....	643
1.5 Lagerwirtschaft .....	645
1.6 Verkaufssteuerung mittels Kennziffern .....	649
1.7 Optimierung der Geschäftsprozesse .....	651
1.8 E-Business .....	651
1.9 Warenwirtschaftliche Analyse .....	652
1.10 Kosten- und Leistungsrechnung.....	655
<b>2. Prüfungsfach: Kundenorientierung</b> .....	661
2.1 Gestaltung des Beratungsprozesses.....	661
2.2 Kundenbefragungen, Kundenforen .....	662
2.3 Unterstützung von Mitarbeitern bei der Durchführung von Kundengesprächen.....	663
2.4 Auswertung von Kundengesprächen.....	664
2.5 Angewandte Verkaufspsychologie.....	665
2.6 Kundengewinnung, Kundenbindung.....	666
2.7 Servicepolitik .....	667
2.8 Beschwerdemanagement.....	669
2.9 Qualitätsmanagement .....	670
<b>3. Prüfungsfach: Marketing im Einzelhandel</b> .....	671
3.1 Einzelhandelsentwicklung .....	671
3.2 E-Commerce .....	672
3.3 Kooperationen im Einzelhandel.....	672
3.4 Category-Management (Warengruppenmanagement).....	673
3.5 Marktanalyse, Zielgruppenanalyse.....	673
3.6 Zielgruppenmarketing, Marktstrategien .....	675
3.7 Öffentlichkeitsarbeit .....	676
3.8 Verkaufskonzepte, Preis- und Konditionenpolitik.....	677
3.9 Sortimentsgestaltung.....	679
3.10 Verkaufsförderung, Werbung, Werbeerfolgskontrolle.....	680
3.11 Standortmarketing .....	682
3.12 Zusammenwirken der Marketinginstrumente .....	683

<b>4. Prüfungsfach: Visuelles Marketing (Visual Merchandising)</b> .....	685
4.1 Platzierungsregeln.....	685
4.2 Grundsätze des visuellen Marketing .....	686
4.3 Präsentationsmittel .....	687
4.4 Werbemittel .....	688
4.5 Gestaltungselemente der visuellen Verkaufsförderung .....	690
4.6 Kooperation und Kommunikation mit internen und externen Kunden des visuellen Marketing (Visual Merchandising) .....	691
<b>5. Prüfungsfach: Mitarbeiterführung und Qualifizierung</b> .....	693
5.1 Zeitmanagement, Selbstmanagement.....	693
5.2 Psychologische Grundlagen der Führung, Zusammenarbeit und Kommunikation.....	693
5.3 Mitarbeiter fordern und fördern.....	695
5.4 Coaching .....	698
5.5 Unterstützung von Lernprozessen der Mitarbeiter.....	699
5.6 Führungsgrundsätze, Führungsinstrumente und Führungsmethoden .....	700
5.7 Förderung der Kooperation .....	705
5.8 Konfliktmanagement.....	708
5.9 Planung und Steuerung von Arbeits- und Projektgruppen, Teambildung .....	709
5.10 Moderations- und Präsentationstechniken .....	710
<b>6. Prüfungsfach: Personalmanagement</b> .....	715
6.1 Personalpolitik .....	715
6.2 Personalbedarfsplanung.....	715
6.3 Personaleinsatzplanung .....	717
6.4 Personalentwicklung.....	719
6.5 Organisationsentwicklung.....	722
6.6 Beurteilungssysteme .....	724
6.7 Personalmarketing, Personalgewinnung .....	724
6.8 Auswahl und Einstellung von Auszubildenden und Mitarbeitern .....	725
6.9 Personalkostenplanung, Personalcontrolling .....	728
6.10 Praxisrelevante arbeitsrechtliche Bestimmungen.....	731
6.10.1 Auswahl und Einstellung von Mitarbeitern und Auszubildenden .....	731
6.10.2 Beschäftigung von Mitarbeitern und Auszubildenden.....	732
6.10.3 Förderung von Mitarbeitern und Auszubildenden.....	736
6.10.4 Beendigung von Arbeits- und Ausbildungsverhältnissen.....	736
<b>7. Prüfungsfach: Volkswirtschaft für die Einzelhandelspraxis</b> .....	741
7.1 Markt und Preis .....	741
7.2 Wettbewerb .....	744
7.3 Wachstum und Konjunktur.....	745
7.4 Wirtschaftspolitische Steuerungsinstrumente.....	746
7.5 Strukturwandel.....	746

### Klausurtypischer Teil – Lösungen

<b>1. Prüfungsfach: Vertriebsmanagement</b> .....	749
1.1 Bestandsführung und -kontrolle.....	749
1.2 Sortimentssteuerung .....	753
1.3 Umsatz- und Kostenplanung .....	760
1.4 Warenlogistik .....	763
1.5 Lagerwirtschaft .....	773



1.6	Verkaufssteuerung mittels Kennziffern .....	782
1.7	Optimierung der Geschäftsprozesse .....	789
1.8	E-Business .....	791
1.9	Warenwirtschaftliche Analyse .....	793
1.10	Kosten- und Leistungsrechnung .....	798
<b>2.</b>	<b>Prüfungsfach: Kundenorientierung .....</b>	<b>809</b>
2.1	Gestaltung des Beratungsprozesses .....	809
2.2	Kundenbefragungen, Kundenforen .....	811
2.3	Unterstützung von Mitarbeitern bei der Durchführung von Kundengesprächen.....	813
2.4	Auswertung von Kundengesprächen.....	815
2.5	Angewandte Verkaufspsychologie .....	815
2.6	Kundengewinnung, Kundenbindung.....	817
2.7	Servicepolitik .....	820
2.8	Beschwerdemanagement.....	825
2.9	Qualitätsmanagement .....	827
<b>3.</b>	<b>Prüfungsfach: Marketing im Einzelhandel .....</b>	<b>829</b>
3.1	Einzelhandelsentwicklung .....	829
3.2	E-Commerce .....	831
3.3	Kooperationen im Einzelhandel .....	832
3.4	Category-Management (Warengruppenmanagement).....	833
3.5	Marktanalyse, Zielgruppenanalyse .....	834
3.6	Zielgruppenmarketing, Marktstrategien .....	841
3.7	Öffentlichkeitsarbeit .....	843
3.8	Verkaufskonzepte, Preis- und Konditionenpolitik.....	844
3.9	Sortimentsgestaltung.....	850
3.10	Verkaufsförderung, Werbung, Werbeerfolgskontrolle.....	852
3.11	Standortmarketing .....	858
3.12	Zusammenwirken der Marketinginstrumente .....	861
<b>4.</b>	<b>Prüfungsfach: Visuelles Marketing (Visual Merchandising).....</b>	<b>863</b>
4.1	Platzierungsregeln.....	863
4.2	Grundsätze des visuellen Marketing .....	865
4.3	Präsentationsmittel .....	869
4.4	Werbemittel .....	870
4.5	Gestaltungselemente der visuellen Verkaufsförderung .....	872
4.6	Kooperation und Kommunikation mit internen und externen Kunden des visuellen Marketing (Visual Merchandising) .....	875
<b>5.</b>	<b>Prüfungsfach: Mitarbeiterführung und Qualifizierung.....</b>	<b>877</b>
5.1	Zeitmanagement, Selbstmanagement.....	877
5.2	Psychologische Grundlagen der Führung, Zusammenarbeit und Kommunikation .....	878
5.3	Mitarbeiter fordern und fördern.....	883
5.4	Coaching .....	889
5.5	Unterstützung von Lernprozessen der Mitarbeiter.....	891
5.6	Führungsgrundsätze, Führungsinstrumente und Führungsmethoden .....	895
5.7	Förderung der Kooperation .....	907
5.8	Konfliktmanagement.....	911
5.9	Planung und Steuerung von Arbeits- und Projektgruppen, Teambildung .....	913
5.10	Moderations- und Präsentationstechniken .....	916

<b>6. Prüfungsfach: Personalmanagement</b> .....	929
6.1 Personalpolitik .....	929
6.2 Personalbedarfsplanung .....	929
6.3 Personaleinsatzplanung .....	933
6.4 Personalentwicklung .....	935
6.5 Organisationsentwicklung .....	940
6.6 Beurteilungssysteme .....	943
6.7 Personalmarketing, Personalgewinnung .....	946
6.8 Auswahl und Einstellung von Auszubildenden und Mitarbeitern .....	948
6.9 Personalkostenplanung, Personalcontrolling .....	955
6.10 Praxisrelevante arbeitsrechtliche Bestimmungen .....	959
6.10.1 Auswahl und Einstellung von Mitarbeitern und Auszubildenden .....	959
6.10.2 Beschäftigung von Mitarbeitern und Auszubildenden .....	960
6.10.3 Förderung von Mitarbeitern und Auszubildenden .....	965
6.10.4 Beendigung von Arbeits- und Ausbildungsverhältnissen .....	966
<b>7. Prüfungsfach: Volkswirtschaft für die Einzelhandelspraxis</b> .....	975
7.1 Markt und Preis .....	975
7.2 Wettbewerb .....	981
7.3 Wachstum und Konjunktur .....	982
7.4 Wirtschaftspolitische Steuerungsinstrumente .....	983
7.5 Strukturwandel .....	985

### **Musterprüfungen**

Prüfungsanforderungen .....	989
Tipps und Techniken zur Prüfung .....	992
Aufgaben .....	995
Lösungen .....	1025
Literaturhinweise .....	1071
Stichwortverzeichnis .....	1075