Rahmenplan der betrieblichen Studienphasen (Rahmenpraxisplan) für BWL-Industrial Business Management (Stand: 27.11.2024)[1]

1. Praxisphase: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft und Supply Chain Management

1. Organisation
Einordnung der Materialwirtschaft, der Produktionswirtschaft und des Supply Chain Managements in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

2. Bedarfsermittlung und Bedarfsdisposition
Materialklassifizierungen – Verfahren der Bedarfsermittlung – Stücklisten – Verfahren zur Ermittlung der Bestellmengen und -termine

3. Einkauf
Beschaffungsmarktanalyse – Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl – Phasen des Einkaufsvorgangs am praktischen Beispiel (Angebotseinholung, Vorauswahl, Verhandlungsführung, Abschluss, Lieferantenbetreuung) – Elektronische Beschaffung – Global Sourcing

4. Lager und Transportmittel
Arten und Einsatz von Transportmitteln – Steuerung und Überwachung des Wareneingangs – Lagerprozesse – Lagersysteme und Lagertechnik – Bestandsüberwachung

5. Produktionswirtschaft
Produktionsprogramm – Fertigungsverfahren und Fertigungsablauf – Auftrags- und Programmplanung – Durchlaufterminierung – Kapazitätsplanung – Maschinenbelegung – Steuerung des Prozessablaufs – Qualitätsmanagement

6. Logistik und Supply Chain Management
Anlieferkonzepte – INCOTERMS – Distributionsstruktur – Ersatzteillogistik – Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Logistik – Ablauf und Steuerung des Material- und Informationsflusses – logistische Zusammenarbeit mit Logistikdienstleistern, Lieferanten und Kunden

2. Praxisphase: Marketing und Vertrieb

1. Organisation
Einordnung des Marketings und des Vertriebs in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

2. Firmen- und Produktwissen
Produktprogramm des eigenen Unternehmens – Überblick über wichtige Konkurrenzunternehmen – Marktdaten – Kundensegmente – Information über die Marketing-Strategie des Unternehmens

3. Marktforschung und Absatzplanung
Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, Datenerhebung, Datenanalyse) – Prozess der Absatzplanung

4. Marketing-Mix
Produktenwicklung und -gestaltung – Preisbildung und Konditionenpolitik – Wahl der Absatzwege – Kommunikation, inklusive digitale Kommunikation sowie Beteiligung an Messen – Planung, Realisation und Kontrolle von Marketingmaßnahmen – Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Marketing

---

[1] **Hinweis auf Gestaltung des Ausbildungsplans:** Der Rahmenplan orientiert sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dient als Grundlage für die Ausgestaltung des betrieblichen Ausbildungsplans. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Partnerunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen möglich und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

5. Vertrieb
Organisation des Vertriebs – Verkaufsanbahnung – Verkaufsabwicklung – Kundenbetreuung und Kundendienst[2] – Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Vertrieb

3. Praxisphase: Finanz- und Rechnungswesen/Controlling

1. Organisation
Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens/Controllings in die Organisation des Gesamtunternehmens – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche

2. Finanzbuchhaltung und Jahresabschluss
Finanzbuchhaltung – Inventur – Anlagenbuchhaltung – Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr sowie Mahn- und Klagewesen) – Jahresabschluss

3. Kosten- und Leistungsrechnung
Kostenartenrechnung – Kostenstellenrechnung – Kalkulation – Betriebsergebnisrechnung – Kostenmanagement

4. Investition und Finanzierung
Finanzierungsarten – Finanzplanung – Investitions- und Finanzierungsentscheidungen – Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung

5. Controlling
Planungs- und Budgetierungsprozesse – Abweichungsanalysen – Planungs- und Steuerungsinstrumente – Berichtswesen – Produktcontrolling – Projektcontrolling – Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Controlling – Funktionales Controlling (z.B. Produktionscontrolling, Vertriebscontrolling)

4. Praxisphase: Personalmanagement und Unternehmensorganisation

1. Funktionen und Akteure des betrieblichen Personalmanagements
Handlungsfelder des Personalmanagements – Akteure des Personalmanagements (Personalabteilung, Führungskräfte, Betriebsrat) – Organisation des Personalbereichs – Personalcontrolling (People Analytics) – Umgang mit Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Diversität im Personalmanagement

2. Personalplanung, Personalgewinnung und Personalreduktion
Personalbedarfsplanung – Personalmarketing (Employer Branding) – Anforderungsanalyse – Bewerbungsgenerierung (Recruiting) – Personalauswahl (Eignungsdiagnostik) – Einarbeitung (Onboarding) – Personalreduktion (ohne und mit Entlassungen)

3. Beschäftigungsbedingungen
Arbeitszeit – Arbeitsort – Entgeltgestaltung (fixe und variable Vergütung, Benefits)

4. Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung
Berufsvorbereitende Ausbildung – berufsbegleitende Fort-/Weiterbildung – Mitarbeiterförderung (Talent Management)

5. Arbeitsrecht und Mitbestimmung
Arbeitsvertrag – Arbeitsschutz – betriebliches Gesundheitsmanagement – Schutz vor Diskriminierung – Inklusion und Vielfalt (Diversity) – Mitbestimmung (auf Betriebs- und Unternehmensebene) – Tarifverträge

6. Unternehmensorganisation
Stellen – aufbauorganisatorische Grundformen (Primärorganisation) – Projekte (Sekundärorganisation) – Prozessorganisation – organisatorischer Wandel (Change Management) – Unternehmenskultur

5. und 6. Praxisphase: Vertiefte Ausbildung in den gewählten Funktionsbereichen

Die **praktische Ausbildung in der 5. und 6. Praxisphase** soll in den beiden Funktionsbereichen erfolgen, die im Rahmen der Wahlfächer gewählt wurden.

[2] Seitens der DHBW ist die Teilnahme der Studierenden an Kundengesprächen ausdrücklich erwünscht.