

für Lernende der Ausbildungs- und Prüfungsbranche «Branche einfügen»

Name/Vorname
des Kandidaten:

Kandidatennummer:

Prüfungskreis:

Lehrbetrieb:

Bitte beachten Sie Folgendes:

- Die Prüfung besteht aus dem hier vorliegenden schriftlichen Teil.
Die Zeit- und Punkteverteilung erfolgen gemäss der nachstehenden Tabelle.

Aufgaben	Richtzeit	Mögliche Punkte	Erreichte Punkte	Note
Branchenspezifische Aufgaben	70 Minuten	60 Punkte		
Allgemeine Kenntnisse (tronc commun)	50 Minuten	40 Punkte		
Total	120 Minuten	100 Punkte		

- Diese Serie umfasst 17 Aufgaben: Bitte kontrollieren Sie Ihre Prüfungsunterlagen auf Vollständigkeit.
- Setzen Sie Ihren Namen/Vornamen, die Kandidatennummer, den Prüfungskreis und den Lehrbetrieb in die bezeichneten Zeilen auf diesem Blatt.
- Lesen Sie die Fragen ganz genau, bevor Sie mit der Beantwortung beginnen.
- Die Aufgaben dürfen in beliebiger Reihenfolge gelöst werden.
- Als Hilfsmittel ist ein nicht schreibender und nicht programmierbarer Taschenrechner zugelassen.
- Beachten Sie in den einzelnen Aufgaben, in welcher Form Sie die Antworten geben müssen (ganze Sätze, Stichworte usw.).
- Sie haben 120 Minuten Zeit, um die Aufgaben zu lösen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Erreichte Anzahl Punkte und Visa der Experten / Expertinnen zu den korrigierten Aufgaben:

Branchenspez. Aufgaben 1-8:	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8
Erreichte Anzahl Punkte:								
Visum:								

Tronc commun Aufgaben 9-17:	A 9	A 10	A 11	A 12	A 13	A 14	A 15	A 16	A 17
Erreichte Anzahl Punkte:									
Visum:									

Unterschriften Experten / Expertinnen: :

Punkte

Lösung 1

8 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.2.1.1: Dienstleistungen kennen

Aufgabe

In touristischen Betrieben werden hauptsächlich Dienstleistungen verkauft. Zählen Sie vier zentrale Dienstleistungen **Ihres Lehrbetriebes** für Ihre Gäste auf und beschreiben Sie den jeweiligen Kundennutzen.

Sie erhalten für jede zentrale Dienstleistung und den passenden Kundennutzen je 1 Punkt, total 8 Punkte.

Ihr Lehrbetrieb:

Dienstleistungen	Kundennutzen
1)	
2)	
3)	
4)	

Korrekturhinweise: Bitte oben stehenden Lehrbetrieb beachten und entsprechend bewerten

HG: Übernachtung, Verpflegung, Taxi bestellen, Weckruf, Concierge-DL...

T: Skipässe, Skilehrervermittlung, Reservierung, Gästeinformation

Keine internen Kunden (Dienstleistungen und Leistungsträgern und Partner)

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Lösung 2**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.7.4.1: Markt- und Produktziele des Lehrbetriebes beschreiben****Ausgangslage**

Nachfolgend sind zwei Beschreibungen von touristischen Leistungsträgern je nach Ihrer Ausbildungsrichtung aufgeführt.

Tourismusbüro:

Das Tourismusbüro befindet sich in einer Bergregion und generiert 1 Mio. Logiernächte (80% im Winter und 20% im Sommer). Die Infrastruktur besteht aus drei Bergbahnen, einem Badensee, Sportzentrum, Kinderspielplatz und einem Hochseilgarten.

Ziele:

- Anteil der Familien um 10% steigern durch Lancierung eines Familien-Packages
- 5% Steigerung der Logiernächte im Sommer der Schweizer Gäste (von 20 auf 25%)
- Schaffung eines Passes für alle drei Bergbahnen zur Benützung im Sommer

Hotelbetrieb:

Das Businesshotel befindet sich in einer mittelgrossen Stadt in der Schweiz, hat 150 Betten und ist im 4-Sterne-Bereich kategorisiert. Das Hotel verfügt zudem über Seminarräumlichkeiten und eine Fit-/ Wellness-Anlage. Die Bettenauslastung beträgt 70%.

Ziele:

- Steigerung der Auslastung an den Wochenenden um 10% durch die Lancierung eines Weekend-Package
- Steigerung der Logiernächte um 5% der Gäste aus dem süddeutschen Raum
- Lancierung eines Schnupper-Monats-Angebots für externe Fit- und Wellnessgäste aus der Stadt und der Agglomeration

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Punkte

Aufgabe

Wählen Sie einen Leistungsträger auf der vorherigen Seite aus. In Ihrer Auswahl sind Sie frei.

- a) Erklären Sie mit eigenen Worten den Unterschied zwischen einem Markt- und Produktziel. Sie erhalten 1 Punkt für die korrekte Erklärung.
- b) Suchen Sie sich aus dem ausgewählten Beispiel je ein Markt- und ein Produktziel aus und fügen Sie diese in die folgende Tabelle ein. Nennen Sie pro Ziel je zwei sinnvolle konkrete Massnahmen, durch die Sie die definierten Ziele erreichen werden. Für die korrekte Nennung der Ziele erhalten Sie je ½ Punkt und je 1 Punkt pro sinnvolle Massnahme. Total 5 Punkte.

Gewählter Leistungsträger: _____	
a) Unterschied zwischen Markt- und Produktziel (1Punkt):	
Marktziele: Quantitative Zielsetzung, wie ich meine Wettbewerbsfähigkeit in den Märkten erhöhen kann (geografisch oder Gästegruppen) Produktziele sind qualitative Zielsetzungen, um mich mittels Angebotsattraktivität von meinen Mitbewerbern abzuheben. Weitere sinnvolle Lösungen nach Ermessen der Korrekturexperten	
b) Auflistung je eines Markt- und eines Produktzieles:	
Marktziel (korrekte Wahl ½ Punkt)	Produktziel (korrekte Wahl ½ Punkt)
T: - 5% Steigerung LN /10% Steigerung Anteil Familien HG: Steigerung LN 5% aus Süddeutschland - Gäste aus der Stadt und Agglo ins Hotel bringen	T: - Lancierung Familien-Package,- Gestaltung Bergbahnenpass Sommer HG: - Lancierung Weekend-Package / Lancierung Schnupper-Monats-Angebot Fit-/Wellnessbereich
Massnahme zu Marktziel (pro sinnvolle Massnahme 1 Punkt, total 2 Punkte):	Massnahme zu Produktziel (pro sinnvolle Massnahme 1 Punkt, total 2 Punkte):
1) Messteilnahme Fespo ZRH um	1) Kooperation mit tour. LT
Marktpotential der Zürcher zu erhöhen	
2) Inseratekampagne Schweizer Familie	2) weitere sinnvolle Lösungen
	nach Ermessen der Korrekturexperten

Erreichte Punktezah
pro Seite:

Korrekturhinweis: Nachvollziehbare Lösungen gemäss Betrieb im Ermessen der Korrekturexperten

Punkte

Lösung 3

5 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.7.4.3: Freizeiteinrichtungen des Ortes aufzeigen

Ausgangslage:

Ein deutsches Ehepaar (50+) informiert sich bei Ihnen an der Réception bzw. am Informationsdesk, über mögliche Aktivitäten im Ort / in der Region. Das Paar hat eine Woche Urlaub gebucht.

Aufgabe:

Nennen Sie fünf mögliche Aktivitäten/Angebote, welche für die Gäste in Frage kommen. Welche Massnahmen treffen Sie oder wie sollen die Gäste vorgehen, damit die Angebote in Anspruch genommen werden können?
Pro Angebot und sinnvolle Massnahme erhalten Sie je ½ Punkt, total 5 Punkte.

Ort/Region::

Aktivität/Angebot:	Massnahmen/Vorgehen
1)	
2)	
3)	
4)	
5)	

Korrekturhinweis: Nachvollziehbare Lösungen gemäss Ort/Region im Ermessen der Korrekturexperten

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 4**5 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.1.3.3: Beschwerden formulieren****Ausgangslage**

Sie arbeiten an einer Réception bzw. an einem Informationsdesk. Der Informationsfluss zwischen den Mitarbeitenden funktioniert sehr schlecht. Es sind keine Abläufe bestimmt, in welcher Art und Weise dieser zu erfolgen hat. Somit gehen wichtige Informationen verloren, z. B. beim Schichtwechsel. Ihr Betrieb verfügt über eine Ideenbox für Anregungen und Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitenden.

Aufgabe

Erstellen Sie ein Schreiben zu Händen der Geschäftsleitung. Formulieren Sie darin **zwei Vorschläge**, um den Informationsfluss zu verbessern und zeigen Sie pro Vorschlag eine sinnvolle Umsetzungsmöglichkeit auf. Achten Sie auf Form und Aufbau des Schreibens. Sie erhalten pro Vorschlag und sinnvolle Umsetzungsmöglichkeit je 1 Punkt, und einen weiteren Punkt für die Form, total 5 Punkte.

Korrekturhinweis: gemäss Aufgabenstellung:

Möglicher sinnvoller Aufbau:

Sachlage -> Auswirkungen -> Lösungsvorschläge

Form: Anrede, Datum, Betreff, Unterschrift

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 5

12 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.2.2.3: Verkaufsformen kennen

Ausgangslage

Sie haben während Ihrer Lehrzeit verschiedene Verkaufsformen kennengelernt.

Aufgabe

Nennen Sie je zwei direkte und indirekte Verkaufsformen und zählen Sie je einen Vor- und Nachteil auf.

Sie erhalten je 1 Punkt für die korrekte Verkaufsform sowie für den passenden Vorteil und Nachteil, total 12 Punkte.

Direkte Verkaufsformen	Vorteil	Nachteil
1) Telefon, Persönlich, z. B. Walk-in		
2) Internet über eigene Buchungsmaschine		
Indirekte Verkaufsform	Vorteil	Nachteil
1) Tourist Office (TO)		
2) Internet über fremde Buchungsplattform, GDS		

Korrekturhinweis: E-Mail, Fax, Brief ist keine eigentliche Verkaufsform = nur mit je ½ Pkt. zu bewerten

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 6**8 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.5.1.1: Informationskanäle benützen zur Branchenentwicklung****Ausgangslage**

Sie sind die rechte Hand des Präsidenten eines regionalen Hotelier- oder Tourismusvereins im Schweizer Mittelland und helfen ihm, die nächste Delegiertenversammlung vorzubereiten. In der mittelfristigen Marketingplanung soll vermehrt der nordamerikanische Markt (USA, Kanada) bearbeitet werden. Der Präsident will an dieser DV aufzeigen, wie sich dieser aufgeführte Markt gesamtschweizerisch entwickelt und welches Potential für die Region erwartet werden kann.

Aufgabe

Sie stellen im Auftrag des Präsidenten aktuelle Zahlen zum nordamerikanischen Markt zusammen.

- a) Nennen Sie je vier konkrete Institutionen/Organisationen, von denen Sie wichtige Informationen erhalten.
Für jede korrekte Quelle erhalten 1 Punkt, total 4 Punkte.

1) **Bundesamt für Statistik**

2) **STV / ST / hotelleriesuisse, GastroSuisse**

3) **Tourismusorganisation / Destination, Botschaften**

4) **Flughafen/Airlines**

- b) Nennen Sie vier zentrale Informationen, welche Sie von diesen Quellen beziehen.
Für jede korrekte Information erhalten Sie 1 Punkt, total 4 Punkte.

1) **Logiernächte**

2) **durchschnittliche Aufenthaltsdauer**

3) **Ankünfte, Passagierzahlen Airlines**

4) **durchschnittliche Ausgaben, Aufenthaltsmotive (Business/Leisure)**

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 7

10 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.5.1.3: Kurzfristige Veränderungen der Branche aufzeigen

Leistungsziel-Nr. 1.7.1.4: Beitrag des Lehrbetriebes für die Region aufzeigen

Ausgangslage

Die Tourismusbranche befindet sich im stetigen Wandel. Insbesondere äussere Faktoren (z.B. Globalisierung) führen zu Veränderungen.

Aufgaben

- a) Nennen Sie zwei aktuelle Einflussfaktoren, welche die Tourismusbranche betreffen und beschreiben Sie die Auswirkungen.
Sie erhalten für den Einflussfaktor mit der passenden Auswirkung je 2 Punkte, total 4 Punkte.

Einflussfaktor	Auswirkung
1) starker CHF/ schwacher Euro/USD	Tourismusangebot wird teurer
2) Klimaveränderung/Schnee	Sichere Schneegrenze steigt.

Korrekturhinweis: Weitere sinnvolle und nachvollziehbare Lösungen

- b) Beschreiben Sie stichwortartig, welche Konsequenzen (Massnahmen) Ihr Lehrbetrieb aufgrund dieser Auswirkungen ziehen kann.
Sie erhalten pro korrekte Massnahme je 1 Punkt, total 2 Punkte.

1) Nachfrage aus den Ländern mit tiefen Währungen sinkt: Ziehe mich aus betroffenen Markt zurück, Spezielles Package...

2) Rückgang an Ski/Snowboardfahrern: Alternative Angebote, Konzentration auf

Sommer.

Korrekturhinweis: Weitere sinnvolle und nachvollziehbare Lösungen

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

- c) Die Tourismusbranche ist wichtig für die regionale Volkswirtschaft. Beschreiben Sie anhand von zwei Beispielen den volkswirtschaftlichen Nutzen der Tätigkeit des Lehrbetriebs für Ihre Region. Welche Auswirkungen können durch die veränderten Gegebenheiten entstehen. Sie erhalten für den Nutzen und die volkswirtschaftliche Auswirkung je 1 Punkt, total 4 Punkte.

Volkswirtschaftlicher Nutzen	Volkswirtschaftliche Auswirkung
Arbeitsplätze Steuerbeiträge	Abwanderung
Wertschöpfung Wirtschaftl. Ausgleich	Weniger Lohn, sinkendes Kaufkraft

 Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 8

6 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.7.1.6: Qualitätsentwicklung und -Sicherung im Tourismus darlegen

Ausgangslage

Sie haben während Ihrer Lehre verschiedene Qualitäts-Labels kennen gelernt.

Aufgabe

Nennen Sie **zwei** unterschiedliche Qualitätslabels, beschreiben Sie den **Unterschied** und zeigen Sie **je einen Vorteil** für das **Unternehmen** und den **Kunden / Gast** auf. Sie erhalten pro Q-Label 1 Punkt, für die Beschreibung des Unterschieds 2 Punkte und ½ Punkt für jeden sinnvollen Vorteil, total 6 Punkte.

Qualitäts-labels		
Unterschied		
Vorteil Kunde/Gast		
Vorteil Unternehmen/ Ort		

Korrekturhinweis: Lösungen gemäss separatem Lösungsblatt

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Lösung 9**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.1.1.3: Kundenbedürfnisse erfragen****Ausgangslage:**

Sie empfangen einen angemeldeten Kunden zum ersten Mal in Ihrem Büro. Sie wissen nur, dass sich dieser Kunde erstmals für Ihre Produkte und Dienstleistungen interessiert.

Aufgaben:

- a) Begründen Sie verständlich in einem Satz, weshalb Sie in einem solchen Erstgespräch vor allem offene Fragen stellen (keine Beispiele aufführen). Sie erhalten 2 Punkte für die korrekte Beantwortung.

Mindestens ein Aspekt muss genannt werden.

- Mit offenen Fragen werden die Kunden zum Erzählen aufgefordert.
- Ich erfahre mehr als nur mit einer Antwort auf eine geschlossene Frage.
- Der Kunde fühlt sich nicht bedrängt, sondern kann seine Anliegen und Bedürfnisse besser einbringen.

Korrekturhinweise:

- Orthografiefehler werden nicht berücksichtigt.
- Falls nur Stichworte: ½ Punkt Abzug.

- b) Formulieren Sie nachstehend vier offene Fragen in ganzen Sätzen, die Sie vom Kunden zwischen der Begrüßung und der Verabschiedung auf jeden Fall beantwortet haben möchten.

Sie erhalten pro sinnvolle offene Frage 1 Punkt, total 4 Punkte.

Beispielantworten:

- Womit kann ich Ihnen dienen?
- Für welchen Zweck/bei welchen Gelegenheiten benötigen Sie unsere Produkte/Dienstleistungen?
- Welche Preisvorstellungen haben Sie?
- Wozu möchten Sie dieses Produkt/diese Dienstleistung in Anspruch nehmen?

Korrekturhinweise:

- Verlangt werden ganze Sätze in Frageform.
- Andere sinnvolle Fragestellungen sind möglich.
- Fragen müssen klar und offen gestellt werden.
- Orthografiefehler werden nicht berücksichtigt.
- Falls nur Stichworte: pro Frage ½ Punkt Abzug.

Punkte

Lösung 10**3 Punkte****Leistungsziel-Nr. 1.1.2.2: Kundenbedürfnisse erfassen und weiterleiten****Ausgangslage:**

Sie arbeiten in der Administration bei einem Regionalfernsehen. Unter anderem betreuen Sie auch die Kunden zu Fragen von Werbespots. Kunde X möchte im nächsten Monat mit einem Spot auf sein Unternehmen und seine Produkte aufmerksam machen. Sie besprechen seine Anliegen und Bedürfnisse am Telefon.

Aufgabe:

Nennen Sie stichwortartig sechs mögliche und plausible Anliegen/Bedürfnisse, die Ihnen der Kunde im Hinblick auf die Produktion und Ausstrahlung des Werbespots vorbringen könnte. Überlegen Sie sich auch, welche Informationen Sie vom Kunden in Erfahrung bringen wollen.

Pro sinnvoll genanntes Stichwort erhalten Sie $\frac{1}{2}$ Punkt, total 3 Punkte.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Botschaft- Blickfang (Attraktion)- Preis- Zeitraum der Ausstrahlung | <ul style="list-style-type: none">- Anzahl Ausstrahlungen- Länge des Werbespots- bekannte Persönlichkeiten im Film integrieren |
|--|--|

Korrekturhinweis:

Weitere sinnvolle Stichworte sind möglich.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 11

6 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.1.2.3: Gliederung in Kunden- resp. Anspruchsgruppen

Ausgangslage:

Sie arbeiten im Reisebüro "Sunshine". Ihr Arbeitgeber hat seine Kunden in verschiedene Gruppen eingeteilt, um sie bedarfsgerecht bedienen und beraten zu können.

Aufgaben:

- a) Ergänzen Sie in der folgenden Tabelle je eine mögliche Kundengruppe und beschreiben Sie dazu zwei passende Angebote in Stichworten.
Sie erhalten pro richtige Zeile 1 Punkt, total 4 Punkte.

Kundengruppen	Angebote Ihres Arbeitgebers
Personen mit kleinem Budget	<ul style="list-style-type: none"> - Übernachten in einfachen Hotels, Pensionen oder Jugendherbergen - Genügend Freiraum zulassen für individuelle Aktivitäten - Reisen in der 2. Klasse
Personen mit gehobenen Ansprüchen	<ul style="list-style-type: none"> - Unterkunft in 4-/5-Sternehotels - Flüge mit Business/First Class - kulturelle Besichtigungen - Teilnahme an Konzerten, Opern - etc.
Gruppenreisende Jugend	<ul style="list-style-type: none"> - Spezielle Angebote für (Berufs-) Schulen, z.B. Besichtigungen, work-camps etc. - Klassenlager - Abschlussreisen
Gruppenreisende Senioren	<ul style="list-style-type: none"> - Carreisen - Besichtigung von Sehenswürdigkeiten - Rundum-Organisation - Medizinische Begleitung
Businesskunden Teamevents	<ul style="list-style-type: none"> - Outdoor-Events - Teamentwicklungsanlässe - Erlebnisorientierte Veranstaltungen
Businesskunden Einzelreisen	<ul style="list-style-type: none"> - Flüge mit der Businessclass - Hotels für gehobene Ansprüche - Mietwagenservice

Korrekturhinweise:

Alle sinnvollen Kundengruppen bzw. Angebote gelten lassen.
Kundensegmentierung muss erkennbar und die Segmente müssen sinnvoll abgegrenzt sein.
Teilpunkte sind möglich.

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

b) Das Reisebüro ist Mitglied eines Branchenverbandes, der die Interessen der Reisebüros gegenüber Dritten vertritt.

Zeigen Sie vier mögliche Ansprüche des Reisebüros an den Verband auf.

Pro Nennung erhalten Sie $\frac{1}{2}$ Punkt, total 2 Punkte.

- Vertretung der Branche gegenüber Behörden und im politischen Prozess
- Rechtsberatung
- Dienstleistungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit
- Erarbeitung von Rahmenbedingungen als Grundlage für Verhandlungen mit ausländischen Reiseveranstaltern und -vermittlern
- Vergünstigungen, Spezialangebote (z.B. bei Kollektiv-Versicherungen)
- Aus- und Weiterbildung

Korrekturhinweis:

Weitere sinnvolle Antworten gelten lassen, sofern Fallbezug vorhanden ist.

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Lösung 12

5 Punkte

Leistungsziel-Nr. 1.4.4.1: Ziele erreichen

Ausgangslage:

Wenn Sie eine umfangreiche Aufgabe lösen müssen, gehen Sie systematisch vor. Die "Sechs-Stufenmethode IPERKA" ist ein Instrument, um zielorientiert vorzugehen.

1. Information
2. Planung
3. Entscheidung
4. Realisation
5. Kontrolle
6. Auswertung

Aufgaben:

- a) Geben Sie in Stichworten je zwei Gründe an, weshalb die folgenden beiden Phasen dieser Methode für eine erfolgreiche Projektabwicklung von Bedeutung sind. Je sinnvolle Antwort erhalten Sie 1 Punkt, total 2 Punkte.

IPERKA-Stufe	Erklärung
Kontrolle	Ist wichtig, um keine wesentlichen Punkte zu vergessen. Zudem ermöglicht die Kontrolle, kurzfristige Änderungen/Anpassungen vorzunehmen. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser.
Auswertung	Ermöglicht Fehlerbehebung, Weiterentwicklung, Prozessoptimierung, Ergebnisanalyse.

- b) Thema Stellenbesetzung: Ordnen Sie die folgenden Fragen/Aussagen den entsprechenden Stufen der IPERKA-Methode zu. Je korrekte Bestimmung erhalten Sie ½ Punkt, total 3 Punkte.

Fragen / Aussagen	Sechs-Stufenmethode IPERKA					
	1	2	3	4	5	6
Ist die richtige Person gefunden worden?					X	(X)
Die Stelle wird im Internet publiziert.			(X)	X		
Vereinbaren von Terminen für die Bewerbungsgespräche.		X		(X)		
Welche Aufgaben werden der Stelle zugeteilt?	X	(X)				
Die Bewerbungsgespräche werden durchgeführt.				X		
Was muss im Bewerbungsverfahren verbessert werden?						X

Korrekturhinweis:

Es werden keine Teilpunkte vergeben.

Erreichte Punktezahl pro Seite:

Punkte

Lösung 13**2 Punkte****Leistungsziel-Nr. 2.1.2.1: Standard PC-Programme auswählen****Ausgangslage:**

Ihre Berufsbildnerin bittet Sie, einen Massenversand an die wichtigsten Kunden vorzubereiten mit dem Ziel, die Kunden auf ein neues Produkt sowie auf verschiedene Promotionsangebote hinzuweisen.

Aufgabe

Welche PC-Programme nutzen Sie, um diesen Massenversand mit einem Brief und einer Beilage effizient und werbewirksam für den Empfänger gut lesbar zu machen? Führen Sie zwei Programme auf, die Sie für diesen Versand nutzen können und zeigen Sie auf, wozu sie diese nutzen.

Je Programm und Begründung erhalten Sie 1 Punkt, total 2 Punkte.

Programm	Begründung Einsatzbereich (weshalb eignet sich dieses Programm?)
Word	Für Geschäftsbriefe Die Textverarbeitung erlaubt vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten für korrekten Brief / Flyer / Werbedokument
Excel / Access	Kundenliste/Adressliste Ermöglicht das Erstellen einer Tabelle bzw. das Sortieren der Kunden nach Kundengruppen (Aufträge, Volumen, Kosten), E-Mail Adressen, etc.
Outlook/Mail/etc	Versandmöglichkeit Die elektronische Zustellung ist rasch, günstig, effizient. Es muss nicht auf das Angebot der Post zurückgegriffen werden.

Korrekturhinweis:

Aufführen eines Programms ohne Begründung: keine Punkte.

 Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 14**5 Punkte****Leistungsziel-Nr. 2.1.3.1: Informationen beschaffen****Ausgangslage:**

Sie sind auf Stellensuche. Nächste Woche sind Sie für ein Bewerbungsgespräch bei der Firma Kamber GmbH, Bauunternehmung, eingeladen.

Aufgabe:

Ergänzen Sie die Tabelle mit fünf Informationen über die Firma, die für Ihr Gespräch nützlich sein könnten. Für jede Information geben Sie stichwortartig an, auf welchem Weg Sie diese beschaffen können.

Für jede sinnvolle Information mit Angabe der Informationsquelle erhalten Sie 1 Punkt, total 5 Punkte.

Information	Informationsquelle
Rechtliche Form der Firma	Handelsregister
Haupt- und Nebentätigkeit der Firma	Homepage
Lohnniveau	Salärempfehlungen, Lohnrechner (Homepage www.kvschweiz.ch) Verbände
Rolle der Gesprächsperson in der Firma	Unterschrift im Einladungsbrief
Umsatz der Firma im vergangenen Jahr	Tätigkeitsbericht/Geschäftsbericht
Informationen über die Branche, Wirtschaftssektor	SECO, Statistik
Informationen über die Konkurrenten	Internet
Angebot der Unternehmung	Prospekt / Homepage

Korrekturhinweise:

Weitere sinnvolle Antworten sind möglich!

Falls nur die Information ohne Quelle/Begründung aufgeführt ist, ½ Punkt.

 Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Lösung 15**2 Punkte****Leistungsziel-Nr. 2.1.4.1: Daten pflegen****Ausgangslage:**

Ein grosser Büromateriallieferant verfügt über ein neues Programm zur Erfassung der Waren. Das Programm ermöglicht eine aktuelle Übersicht des Warenlagers.

Aufgabe:

Über welche Informationen sollte dieses Programm Auskunft geben können, damit der Warenbestand jederzeit aktuell und abrufbar ist? Zählen Sie vier Informationen auf. Je aufgeführte Information erhalten Sie ½ Punkt, total 2 Punkte.

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Name und Beschreibung der Produkte- Wareneingang- Warenausgang | <ul style="list-style-type: none">- Veränderung des Lagerbestandes- Referenz-Nr. / Artikelnummer |
|--|---|

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Lösung 16**5 Punkte****Leistungsziel-Nr. 2.1.4.2: Umgang mit Daten des Lehrbetriebes****Ausgangslage:**

Sie arbeiten in der Administration eines mittleren Betriebes und führen einen Lernenden in das Aufgabengebiet ein. Sie haben Zugriff auf verschiedene Daten und wollen dem Lernenden aufzeigen, wie mit unterschiedlichen Daten umgegangen werden muss.

Aufgabe:

Zeigen Sie mit Hilfe der untenstehenden Tabelle auf, ob es sich bei den erwähnten Beispielen um vertrauliche oder öffentliche Informationen handelt.

Welche Konsequenzen ergeben sich bei Nichteinhaltung der Vertraulichkeit (nur bei vertraulichen Daten)?

Für die korrekt ausgefüllte Tabelle erhalten Sie total 5 Punkte.

Daten/Informationen	vertraulich	öffentlich	Konsequenz
Kundendatei des Unternehmens	X (½)		Vertrauensverlust, Verschaffen eines Vorteils für die Konkurrenz (1 Punkt)
Jahresbericht des Unternehmens		X (½)	
Salärabrechnung der Mitarbeiter	X (½)		Daten- und Personenschutzbestimmungen werden verletzt (1 Punkt)
Strategiepapiere	X (½)		Mitbewerber können vertrauliche Informationen strategisch nutzen. Verstoss gegen OR-Bestimmung [Art. 321] (1 Punkt)

Korrekturhinweise:

Punkte-Verteilung gemäss Angaben in der Lösung.

Falls beim Jahresbericht "vertraulich" mit der Begründung Familien-AG oder ähnlich angekreuzt wird, ebenfalls gelten lassen.

Punkte

Lösung 17**6 Punkte****Leistungsziel-Nr. 3.4.1.2: Arbeiten an Buchungsbelegen kennen****Ausgangslage:**

Sie arbeiten seit einem Jahr in der Kreditorenbuchhaltung bei der Fuchs GmbH.
Sie benötigen eine grafische Darstellung des Prozesses der Kreditorenverarbeitung.

Aufgabe:

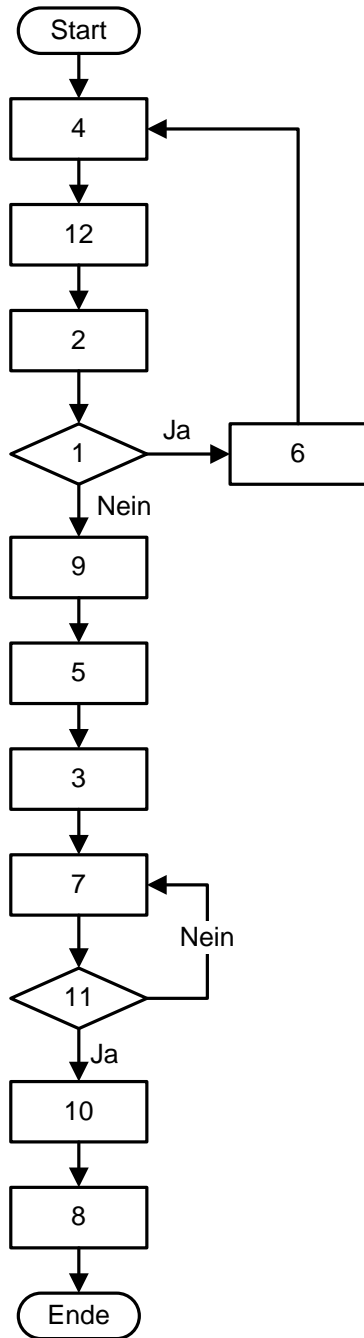
Übertragen Sie die Nummern der nachfolgenden Arbeitsschritte in das vorbereitete Flussdiagramm und legen Sie eine sinnvolle Reihenfolge fest.
Pro richtige Bestimmung erhalten Sie ½ Punkt, total 6 Punkte.

1	Abweichung?
2	Vergleich mit Auftrag
3	Zahlungstermin festlegen
4	Rechnung erhalten
5	Fälligkeit prüfen
6	An den Rechnungssteller retournieren
7	Erfassung im Zahlungssystem
8	Ablage Rechnungen im Kreditorenordner
9	Kontierung gemäss Kontenplan vornehmen
10	Die Rechnung als bezahlt abstempeln
11	Zahlung ausgelöst?
12	Kontrolle der Rechnung

Erreichte
Punktzahl
pro Seite:

Punkte

Flussdiagramm:



Korrekturhinweise:

Je korrekt erfolgter Bestimmung der Schritte ½ Punkt, total 6 Punkte.
Andere Lösungen im Bereich der Reihenfolge sind zu prüfen und falls sinnvoll und vertretbar zu akzeptieren.

Erreichte
Punktezah
pro Seite:

Lösung zu Aufgabe 8, LZ 1.7.1.6

Merkmale sowie Vorteile sind nicht abschliessend aufgeführt.

	Q, QQ, QQQ	Safety in Adventure	ISO	Familien willkommen	Enjoy Switzerland	HACCP
Merkmale	<ul style="list-style-type: none"> -3 Stufen -Serviceketten -Gästabefragung, Mitarbeiterbefragung, Mystery Person, Basis- und Führungsprofil -Beurteilung Gesamtunternehmen durch verschiedene Aspekte 	<ul style="list-style-type: none"> - Sicherheit für Outdoor/Indoor-Adventure-Veranstalter 	<ul style="list-style-type: none"> - Gesamtbeurteilung des Unternehmens - Prozesse & Arbeits-abläufe - Audit 	<ul style="list-style-type: none"> - Familienfreundliche Orte 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisierung Bevölkerung - Angebotsgestaltung - Gästelenkung - Usw. 	<ul style="list-style-type: none"> - Komplettes Hygiene-Konzept für einen Betrieb - Kritische Kontrollpunkte werden vom Betrieb bestimmt
Verbreitung	National auf dem Weg zu international	National	International	National	National	National (EU-harmonisiert)
Kontrollstelle	STV	SQS	SQS	STV	ST	Kanton (Lebensmittelinspektorat)
Freiwillig Ja/Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein
Vorteile Kunden/Gast	<ul style="list-style-type: none"> - Gast kann sich auf einfache Weise einbringen (Feedbacks) 	<ul style="list-style-type: none"> - Sicherheitsstandard vorhanden - Regelmässige Kontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> Siehe Q 	<ul style="list-style-type: none"> - Gewissheit, einen familienfreundlichen Ort anzutreffen - Klare Deklaration 	<ul style="list-style-type: none"> - Gewissheit, dass der Ort Gästefreundlich ist (Lenkung, Angebot, usw.) 	<ul style="list-style-type: none"> Hygiene-Standard gesichert
Vorteile Unternehmen/Ort/Region	<ul style="list-style-type: none"> - Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> - Vermarktung - Versicherungsschutz 	<ul style="list-style-type: none"> - Transparente und standardisierte Arbeitsabläufe - Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> - Klare Positionierung 	<ul style="list-style-type: none"> - Ort wird aus Gästesicht fit gemacht 	<ul style="list-style-type: none"> - Permanente Kontrolle