

<b>Themenbereiche für die Berufsreifeprüfung Fachbereich BWL und Rechnungswesen – BWL mündlich</b>	
<b>Prüfungsgebiet:</b>	Betriebswirtschaftslehre
<b>Fachgruppe:</b>	KFA
<b>Datum:</b>	05.11.2020

<b>Nr.</b>	<b>Themenbereich</b>	<b>Stoffgebiete</b>
1	<b>Kaufvertrag – rechtliche Grundlagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundkenntnisse der Vertragserstellung: Zustandekommen, Rechte/Pflichten, grundsätzliche rechtliche Bestimmungen des: ABGB, UGB, KSchG bzw. E Commerce und Verbraucherkredit Gesetz, UstG sowie Produkthaftung, Gewährleistung und Garantie</li> <li>• Vertragsgestaltung; Möglichkeiten</li> <li>• Ablauf, Erstellung und Analyse von Geschäftsbriefen;</li> <li>• Mahnwesen</li> </ul>
2	<b>Betriebsführung – rechtliche Grundlagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtsformwahl; Analyse der Unterschiede und Auswirkungen,</li> <li>• Gewerberecht, Sozialversicherung;</li> <li>• Die Schritte im Rahmen einer Betriebsgründung, Finanzierung, Standortwahl, Verträge und Beratungs-Möglichkeiten</li> </ul>
3	<b>Der Handel – Aufgaben, Entwicklung und Zielsetzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funktionen des Handels;</li> <li>• Handelsformen und deren Entwicklung seit 1950;</li> <li>• Zukünftige Aufgaben und Erscheinungsformen; wie IKT auch die Handelswelt verändert</li> <li>• Von C&amp;C Märkten zum Franchising.</li> </ul>
4	<b>Banken und Versicherungen - Aufgaben und Zielsetzungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Kapitalmarkt</li> <li>• Anlageformen, Kreditarten und der Dienstleistungsbereich von Banken</li> <li>• Basel Abkommen, nationale und internationale Organisationen.</li> <li>• Der Markt der Versicherer, Erscheinungsformen, Vertragserstellung und -gültigkeit</li> <li>• Verhalten im Schadensfall und Vergütungsprobleme</li> </ul>
5	<b>Kaufvertrag – Probleme bei der Erfüllung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probleme bei der Erfüllung von Kaufverträgen, insbesondere der Liefer- und Zahlungsverzug</li> <li>• Rechtliche Folgen und Mahnwesen</li> <li>• Präventionsmöglichkeiten wie Eigentumsvorbehalt, Bankgarantien</li> </ul>

6	<b>Personal – Management</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalbeschaffung, intern und extern</li> <li>• Personalbedarfsplanung</li> <li>• Personalauswahl und –einstellung; Motivation der Arbeitnehmer, Rechte/Pflichten, Interessensvertretungen, Arten von Arbeitsverträgen</li> <li>• Personaleinsatz</li> <li>• Personalbeurteilung und –entlohnung</li> <li>• Personalentwicklung</li> <li>• Personalfreisetzung</li> </ul>
7	<b>Der Handel – Internationale Geschäftstätigkeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaufvertragsgestaltung innerhalb der internationalen Geschäftstätigkeit;</li> <li>• Incoterms, anwendbares Recht, Zahlungsbedingungen, Dokumente</li> <li>• Finanz- und risikopolitische Maßnahmen zur Risikoverminderung in der IGT</li> <li>• Export und Globalisierung, Strategiefindung unter Einsatz der SWOT Analyse</li> </ul>
8	<b>Marketing - Strategie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategieentwicklung unter Einsatz von Umfeld- und SWOT Analysen;</li> <li>• Portfolioerstellung und das Boston Consulting Grid;</li> <li>• Lebenszyklen, sowohl Produkt- als auch Unternehmensbezogen;</li> <li>• Einsatz von MAFO zur Risiko Minderung;</li> <li>• Kunden- und Marktsegmentierungen, Nutzung geographischer Informationssysteme;</li> <li>• Markenpositionierung im Umfeld der Mitbewerber</li> </ul>
9	<b>E Commerce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elektronischer Handel, auch Internethandel, Onlinehandel oder E-Commerce, bezeichnet Ein- und Verkaufsvorgänge mittels Internet (oder anderer Formen von Datenfernübertragung);</li> <li>• Das E Commerce Gesetz,</li> <li>• Bezahlverfahren im Internet; Pay Pal und Karten;</li> <li>• Web-Shop-Software-Systemen und Shop-Architektur</li> <li>• Die Entwicklung zum gläsernen Kunden, Vorteile für die Anbieter und Probleme für den Konsumenten;</li> <li>• Sicherheit im Internet</li> </ul>
10	<b>Operatives Marketing - Umsetzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktpolitik, Preis-und Kommunikationspolitik, Vertriebspolitik, der Marketing MIX;</li> <li>• USP Entwicklung und Positionierung;</li> <li>• Selektive Markt- und Zielgruppenauswahl;</li> <li>• Operative Zielsetzungen und Marketingerfolgskontrolle;</li> <li>• Einsatz von MAFO zur Entscheidungsfindung;</li> <li>• Marketing Ethik und Kompatibilität mit gesellschaftlichen Anforderungen</li> </ul>