

Themenübersicht in Bezug zu Teilnehmerunterlagen / Leistungskriterien

Anhang zur Wegleitung

Arbeitssituation	Leistungskriterien	Skript Seite	Folien Seite
Persönlichkeit und Führung verstehen			
<p>Einkaufsfachleute kennen die eigenen Stärken und Schwächen und die der Teammitglieder und können diese einschätzen.</p> <p>Sie wissen um die Bedeutung von Führung und verstehen die eigene Rolle als Persönlichkeit im Team. Sie verstehen auch deren Bedeutung und Anforderung und nehmen diese wahr.</p>	<p>Einkaufsfachleute ...</p> <p>... können sowohl sich als auch ihre Mitmenschen / Kollegen in Bezug auf Fähigkeiten realistisch einschätzen und sind sich ihres Einflussbereiches bewusst.</p> <p>(z. B. Biostrukturanalyse)</p>	25 – 36	
	<p>... erkennen gruppensdynamische Prozesse (formelle und informelle Rollen und Normen in Teams) und kennen einzelne Rollenmodelle.</p> <p>(z. B. nach Schindler, Riemann / Thomann, Margerison / McCann)</p>	37 – 45	26 – 28
	<p>... sind in der Lage, Stärken und Schwächen bei sich selbst zu erkennen und zu reflektieren.</p> <p>(z. B. Selbstreflektion)</p>	17 – 36	3 – 4
	<p>... verstehen Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung einer Führungspersönlichkeit und nehmen diese wahr.</p> <p>(z. B. Modell AKV)</p>	67 – 68	
	<p>... identifizieren Kompetenzen als Schlüsselqualifikation von Führungskräften und verstehen die jeweilige Voraussetzung.</p> <p>(z. B. Fachkompetenz = Fertigkeiten und Kenntnisse)</p>	67 – 68	
	<p>... beschreiben die verschiedenen Führungsstile und ihre Anwendung an Beispielen.</p> <p>(z. B. autoritär, integrierend, partizipativ, delegierend, laissez-faire)</p>	69 – 82	
	<p>... erklären den «Führungsprozess im Unternehmen» am Beispiel des eigenen beruflichen Umfeldes.</p> <p>(z. B. personenbezogen, sachbezogen, als Mitarbeiter / Geführter als Führungsperson)</p>		

Arbeitssituation	Leistungskriterien	Skript Seite	Folien Seite
Arbeitstechniken und Zeitmanagement anwenden			
<p>Einkaufsfachleute strukturieren ihre Aufgaben und verfolgen ihre Ziele konsequent.</p> <p>Dafür setzen sie ihre Ressourcen gezielt ein, praktizieren ein entsprechendes Zeitmanagement, nutzen rationale Arbeitstechniken und unterscheiden Wichtiges von Dringendem.</p>	<p>Einkaufsfachleute ...</p> <p>... analysieren ihr eigenes Arbeitsverhalten und erkennen arbeitsmethodischen Verbesserungsbedarf.</p> <p>(z. B. was ist wichtig, was dringend, Notwendigkeit von Tätigkeit – Zeit – Analysen)</p>	<p>162</p> <p>–</p> <p>211</p>	
	<p>... formulieren Ziele nach der SMART – Methode und setzen Prioritäten für sich und ihr Team.</p> <p>(z. B. Definition von SMART, Einbinden in Zielvereinbarung)</p>	<p>110</p> <p>–</p> <p>112</p>	
	<p>... setzen Techniken des Selbstmanagements gezielt ein und erstellen einen Tages- und Wochenplan.</p> <p>(z. B. Methoden nach Eisenhower, ALPEN und Pareto)</p>	<p>162</p> <p>–</p> <p>167</p>	
	<p>... verstehen es, durch effizientes und effektives Zeitmanagement die eigene Leistungsfähigkeit zu verbessern.</p> <p>(z. B. setzen von Prioritäten, Umgang mit Störungen, E-Mail Bearbeitung, Pufferzeiten, «stille Stunden», Sägezahneffekt)</p>	<p>168</p> <p>–</p> <p>211</p>	
	<p>... sind motiviert, diese Techniken und Methoden situationsgerecht einzusetzen.</p>	<p>53 – 66</p>	

Arbeitssituation	Leistungskriterien	Skript Seite	Folien Seite
Mitarbeiter führen und entwickeln			
<p>Einkaufsfachleute entwickeln aus den Unternehmenszielen für sich und das Team selbst Ziele, machen diese transparent und kommunizieren sie zeitnah.</p> <p>Mit ihrem motivierenden Verhalten fördern und entwickeln sie ihr Team.</p>	<p>Einkaufsfachleute beschreiben die zentralen Führungskompetenzen. (z. B. Sozial-, Selbst-, Methoden-, Fachkompetenz)</p>	67 – 68	
	<p>... verstehen Werkzeuge zum Beschreiben von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten einer Führungsperson. (z. B. Stellenbeschreibung, Anforderungsprofil, Funktionsdiagramm)</p>	86 – 89	
	<p>... kennen die wichtigsten Führungsmodelle und können sie im eigenen beruflichen Umfeld anwenden. (z. B. nach Hersey / Blanchard, Blake / Mouton, Tannenbaum / Schmidt)</p>	69 – 82	5 – 7
	<p>... setzen wesentliche Methoden zur Kontrolle von Arbeitsleistungen ein und wenden Feedback-Techniken an. (z. B. Arbeitsrapporte)</p>		
	<p>... erklären Motivationsmodelle anhand von Beispielen. (z. B. nach Maslow, Herzberg)</p>	46 – 66	
	<p>... unterscheiden verschiedene Managementmodelle hinsichtlich Vorteilen und Gefahren. (z. B. Management by Objectives, by Delegation, by Exception)</p>	83 – 89	
	<p>... kennen die verschiedenen Teamentwicklungsphasen nach Bruce Tuckman und können anhand von ihnen aktuelle Teamsituationen analysieren und erläutern. (z. B. forming, storming, norming, performing, reforming)</p>	6 – 15	2

Arbeitssituation	Leistungskriterien	Skript Seite	Folien Seite
Erfolgreich kommunizieren			
<p>Einkaufsfachleute sind sich der Wirkung und Bedeutung der Kommunikation im Team und gegenüber Geschäftspartnern bewusst. So verhalten sie sich je nach Situation in Gesprächen entsprechend und setzen z. B. auch Fragetechniken ein.</p> <p>Als wichtiges Element der Führung erleben und praktizieren Einkaufsfachleute den Prozess der Selbstreflexion und des Feedbacks.</p> <p>Einkaufsfachleute sind sich der Wirkung ihrer Körpersprache, das heisst ihrer verbalen und non-verbalen Kommunikation sehr bewusst.</p>	<p>Einkaufsfachleute wenden Modelle der Kommunikation als Führungsinstrument an. (z. B. nach F. Schulz von Thun, Sender – Empfänger – Modell)</p>	90 – 98	9
	<p>... kennen Kommunikationsgrundsätze, unterscheiden verbale, non-verbale und para-verbale Elemente der Kommunikation und setzen diese gezielt ein. (z. B. Axiome nach P. Watzlawick)</p>	99 – 101	8
	<p>... wenden Instrumente in der Gesprächsführung an. (z. B. TZI-Dreieck, Ich-Botschaft, aktives Zuhören, Metakommunikation)</p>	103 – 105	10 – 12
	<p>... kennen die wichtigsten Gesprächsarten in der Führung und können sie entsprechend anhand von Praxisbeispielen anwenden. (z. B. Kritik-, Konflikt-, Beurteilungs-, Anerkennungs-, Bewerbungs-, Schlechte-Nachrichten Gespräch)</p>	106 – 121	
	<p>... verstehen die Funktionen des Fragens und nutzen gezielt Fragetechniken. (z. B. geschlossene, offene, rhetorische, Suggestivfragen)</p>		
	<p>... erläutern die Feedbackregeln und wenden diese im Teamprozess an. (z. B. Feedback geben und bekommen nach dem Johari-Fenster)</p>	122	29

Arbeitssituation	Leistungskriterien	Skript Seite	Folien Seite
Konflikte bewältigen			
Einkaufsfachleute sind in ihrer Arbeitswelt vielfältigen Anforderungen ausgesetzt. Fehler, Konflikte, Stress und Veränderungsdruck belasten ihre Arbeit.	Einkaufsfachleute wissen, was ein Konflikt ist, kennen Konfliktarten und verstehen die Eskalationsdynamik. (z. B. Modell nach F. Glasl)	123 – 142	13 – 14
	... beschreiben Ursachen und Dynamik von Konflikten, erkennen Konfliktsituationen frühzeitig. (z. B. Konflikteskalationsstufen nach F. Glasl)	123 – 142	15 – 24
Daher befinden sie selbst und ihr Team sich in einem potenziellen Konfliktumfeld – auch abteilungsübergreifend und mit Geschäftspartnern.	... erkennen Konflikte bei sich selbst oder im Team, gehen diese aktiv an und suchen nach adäquaten Lösungen. (z. B. Klärung von Aufgaben – Kompetenzen – Verantwortung, Unter- oder Überforderung)	123 ff 156 ff	
So erkennen Einkaufsfachleute frühzeitig Konflikte, berücksichtigen bewusst Grundsätze des Konfliktmanagements und können entsprechende Massnahmen zu deren Lösung einleiten.	... kennen unterschiedliche disziplinarische Massnahmen. (z. B. Verweis, Verwarnung, Kündigung)		
	... erkennen ihre Verantwortung als Teamleiter und sind bereit, in Konfliktsituationen in ihrem Team eine entsprechende Intervention vorzunehmen. (z. B. Führen von Konfliktgesprächen)	115 – 116	25
	... erkennen ihre eigenen Konfliktverhaltensmuster und Strategien. (z. B. Verhaltensmuster nach Thomas Kilmann / Bert Voigt)	143 – 155	

Arbeitssituation	Leistungskriterien	Skript Seite	Folien Seite
Ergebnisse präsentieren			
<p>Einkaufsfachleute präsentieren ihre Arbeit und wichtige Ergebnisse, z. B. aus Projekten ihrer Teams, Vorgesetzten und Lieferanten.</p> <p>Sie wissen um die Mittel, Methoden und um die Struktur einer erfolgreichen Präsentation.</p> <p>Dabei berücksichtigen sie wichtige Aspekte der Kommunikationstechnik.</p>	<p>Einkaufsfachleute kennen wichtige Grundsätze und Erfolgsfaktoren einer guten Präsentation. (z. B. Strukturierung des Themas, Analyse der Zielgruppe, Einsatz der Medien / Sprache, des persönlichen Erscheinungsbildes)</p>	<p>212 – 221</p>	
	<p>... bereiten Präsentationen systematisch vor und beschreiben wesentliche Erfolgsfaktoren bei der Durchführung. (z. B. Ziele definieren, Inhalte sammeln und strukturieren, Visualisierungstechniken)</p>	<p>226 – 231</p>	
	<p>... erstellen Struktur und Ablauf einer erfolgreichen Präsentation, stellen den Ablauf dar und begründen die einzelnen Schritte. (z. B. Einführung = Ziel, Hauptteil = Inhalt, Schlussteil = Fazit)</p>	<p>221 – 225</p>	
	<p>... kennen die Vor- und Nachteile von einzelnen Präsentationsmedien und können die technischen Hilfsmittel anhand von konkreten Übungen einsetzen. (z. B. Beamer-Präsentation, Pinnwand, Flip-Chart, Visualizer)</p>	<p>226 – 231</p>	
	<p>... sind sich der Bedeutung einer erfolgreichen Präsentation bewusst und setzen diese motiviert und gezielt in ihrem Arbeitsbereich ein. (z. B. strategische Projekte, Firmenpräsentationen bei Lieferanten)</p>	<p>232</p>	
	<p>... sind sich der Erfolgsfaktoren einer erfolgreichen Präsentation hinsichtlich Körpersprache bewusst und setzen sie ein. (z. B. Gestik, Mimik, Tonalität, Erscheinungsbild)</p>	<p>214 – 221</p>	