

Themenliste für das Prüfungsgebiet
Schwerpunktfach: Betriebswirtschaftliches Kolloquium
vertiefend aus Internationale Wirtschaft

Themen- Nummer	Themen- gebiet	Mögliche Inhalte und Schwerpunktsetzung
1	Rechtliche Grundlagen - Vertragswesen	<ul style="list-style-type: none"> • Vertragstypen (Kaufvertrag, Werkvertrag, Dienstvertrag, freier Dienstvertrag) • Gesetzliche Grundlagen im B2B und B2C (ABGB, UGB, KSchG, FAGG, ECG, UStG, PHG, VkrG) • Gesetzliche Voraussetzungen für das Zustandekommen von Kaufverträgen • Gesetzliche und zusätzliche Bestandteile von Kaufverträgen • Kaufvertragsklauseln bei Verträgen mit freibleibendem Preis • Allgemeine Geschäftsbedingungen • Rahmenbedingungen der internationalen Geschäftstätigkeit: Kulturdimensionen und Cultural Awareness • Internationale Kontrahierungspolitik: Zahlungsmanagement in der IGT • Internationales Risikomanagement: Bankgarantien
2	Kaufvertrag – rechtliche und betriebswirtschaftliche Grundlagen	<ul style="list-style-type: none"> • Rechte und Pflichten der Vertragspartner im B2B und B2C (inkl. Haustürgeschäfte und E-Commerce) • Unregelmäßigkeiten auf der Verkäuferseite (Mängel, Lieferverzug, fehlerhafte Rechnungen) • Unregelmäßigkeiten auf der Käuferseite (Zahlungsverzug) • Präventionsmöglichkeiten • Mahnwesen • Internationale Kontrahierungspolitik: Preispolitische Strategien und Preisdifferenzierung • Internationales Risikomanagement: Risiken in der IGT und risikopolitische Instrumente • Internationales Finanzmanagement: Phasen des Auslandsgeschäfts und Finanzierungsbedarf
3	Rechtliche Grundlagen der Betriebsgründung	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtsformwahl (Haftung, Mindestkapital, Besteuerung, Mitarbeit, Kontrolle, Organe bei Kapitalgesellschaften) • Firmenbuch und Buchführungspflicht • Vollmachten • Rahmenbedingungen der internationalen Geschäftstätigkeit: Weltwirtschaftliche Entwicklungen und die Bedeutung der Außenwirtschaft für Österreich • Marketingplanung für internationale Märkte: Entscheidungsfelder strategischer und operativer Planung • Internationale Distributionspolitik: Entscheidungsfelder

4	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Marktforschung • Marktsegmentierung, Zielmarktfestlegung und Marktpositionierung • Marketing-Mix • Portfolio-Analyse (BCG-Modell) • Marketing-Kritik • Ethik und Trends im Marketing • Aufgaben und Prozesse der internationalen Marktforschung: Fragestellungen und Schritte • Internationale Produktpolitik: Entscheidungsfelder, Produktgestaltung, Standardisierung und Differenzierung • Internationale Markenpolitik: Markenlose Produkte vs. Markenprodukte
5	Investition und Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Statische und dynamische Investitionsrechnung • Eigen- und Fremdfinanzierung (insb. Kreditfinanzierung, Leasing, Factoring) • Ratings und Basel III • Cashflow • Finanzplanung • Markteintrittsentscheidungen für internationale Märkte: Eintrittsvarianten mit Leistungserstellung im Ausland • Internationales Risikomanagement: Private Kreditversicherung und das Österreichische Exportrisikogarantiesystem • Internationales Finanzmanagement: Verfahrensmäßige Exportfinanzierung in Österreich
6	Management	<ul style="list-style-type: none"> • Strategische und operative Planung (Unternehmensleitbild, Branchen- und Umfeldanalyse, SWOT-Analyse, Portfolioanalyse (BCG-Modell)) • Projektmanagement (inkl. Werkzeuge) • Organisation (Aufbau- und Ablauforganisation, informelle Organisationsstrukturen) • Führungs- und Managementkonzeptionen • Rahmenbedingungen der internationalen Geschäftstätigkeit: Zahlen zur Außenwirtschaft Österreich, Warenstruktur und Potentiale • Marketingplanung für internationale Märkte: Marktsegmentierung und Risiken der IGT • Markteintrittsentscheidungen für internationale Märkte: Eintrittsvarianten mit Leistungserstellung im Inland
7	Kostenmanagement und Kalkulation	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenbegriff, Abgrenzung von Aufwendungen und Kostenarten • Kostenrechnungssysteme (Vollkosten- und Teilkostenrechnung) • Aufgaben, Zusammenhänge und Werkzeuge der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung • Bezugs- und Absatzkalkulation • Break-even-Analyse • Make-or-Buy-Entscheidung • Aufgaben und Prozesse der internationalen Marktforschung: Analyse des Marketingumfelds und Methoden • Internationale Produktpolitik: Produktlebenszyklus • Internationale Kommunikationspolitik: Rahmenbedingungen für Werbung in Auslandsmärkten und Werbeziele

8	Unternehmenssteuerung und Controlling	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffsbeschreibung • Strategisches und operatives Controlling (inkl. Werkzeugen) • Kennzahlen (Arten von Kennzahlen, Quick Test, Gefahrenfrüherkennung lt. URG) • Balanced Scorecard • Marketingplanung für internationale Märkte: Methoden der Ländermarktwahl • Markteintrittsentscheidungen für internationale Märkte: Zeitplanung des Markteintritts • Zukunft der internationalen Geschäftsbeziehungen: Entwicklungstendenzen
9	Materialwirtschaft und Logistik	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Lagerhaltung und Logistik inkl. Spedition und Transport • Beschaffungsmarketing • Beschaffungsmethoden und Bestellsysteme im Vergleich • Zentrale und dezentrale Lagerung • Lagergrundsätze • Lagerkennzahlen (inkl. Maßnahmen zur Optimierung) • Internationale Produktpolitik: Produktpolitische Strategien • Internationale Distributionspolitik: Standortpolitische Entscheidungen • Internationales Finanzmanagement: Kurz-, mittel und langfristige AH-Finanzierung
10	Verkauf und Absatzorganisation	<ul style="list-style-type: none"> • Optimale Kaufvertragsgestaltung aus der Sicht des Verkäufers (Liefer- und Zahlungsbedingungen) • Vertriebsorganisation inkl. Handelsvertreter und Kommissionär • Besonderheiten beim Aufbau einer internationalen Vertriebsorganisation • Internationale Markenpolitik: Markenstrategien • Internationale Kontrahierungspolitik: Einflussfaktoren aus den Preis • Internationale Distributionspolitik: Transportdokumente und Transportversicherung
11	Internationale Geschäftstätigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen • Österreich als Exportland (inkl. aktueller Zahlen) • Schwierigkeiten und Risiken • Internationales Risikomanagement • Lieferbedingungen (INCOTERMS 2010) • Zahlungsbedingungen (Vorauszahlung, Dokumentenakkreditiv, D/P, D/A) • Internationale in Markenpolitik: Markenschutz und Produktpiraterie • Internationale Kommunikationspolitik: Standardisierte vs. differenzierte Werbung • Zukunft der internationalen Geschäftsbeziehungen: Auswirkungen der Digitalisierung auf die IGT