

Einsendearbeit

In der Regel schreiben Sie während Ihrer Weiterbildung Einsendearbeiten zur Lernerfolgskontrolle.

Die Prüfungsinhalte der einzelnen Einsendearbeiten sind der Rubrik „Prüfungsleistungen“ im Online-Campus zu entnehmen. Die Einsendearbeiten sind ebenfalls im Online-Campus zur Bearbeitung abgelegt.

A. Vorbemerkungen:

Die fristgerecht eingegangene Einsendearbeit wird korrigiert und im Online-Campus wieder zur Verfügung gestellt.

B. Hinweise zur Bewertung:

1. Bei jeder Aufgabe bzw. Teilaufgabe ist die erreichbare Punktzahl vermerkt.
2. Sie benötigen mindestens 54 % der insgesamt erreichbaren Punktzahl, damit diese Einsendearbeit als erfolgreich bearbeitet gelten kann.

C. Hinweise zur Bearbeitung/Einreichung:

1. Die Aufgaben sind mit **eigenen Worten** zu beantworten. Bitte kopieren Sie keine Texte aus Ihrem Studienheft oder aus anderen fremden Textquellen. Zitate sind als solche zu kennzeichnen und die Quelle anzugeben.
2. Schreiben Sie **maximal** eine DIN-A4-Seite (bei Schriftgröße 12 Pt.) pro Aufgabe.

Bitte beachten Sie:

Grundlage für die folgenden Aufgaben sind die Studieneinheiten:

Teil A – Kundenbindung im Gastgewerbe

Teil B – Warenwirtschaftssysteme – ein lohnender Einsatz

Sie können die Teile in beliebiger Reihenfolge bearbeiten.

Wir haben die Aufgaben so ausgewählt, dass zum einen Ihr Wissen abgefragt wird (= **Reproduktion**, z.B. von Definitionen, Begriffen, Merkmalen usw.), zum anderen Ihr Wissen angewendet werden soll (= **Transfer**, z.B. Beurteilung von Alternativen).

Für die Bearbeitung der Aufgaben ist die Beschäftigung mit weiterführender Literatur nicht zwingend notwendig. Sie sollten aber eventuell vorhandene Unklarheiten bzw. Informationsdefizite anhand entsprechender Bücher aufarbeiten.

Sie erhalten Ihre Einsendearbeit so schnell wie möglich korrigiert zurück.

Das IST-Team wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung!

Teil A – Kundenbindung im Gastgewerbe

Aufgabe 1

14 Punkte

Für eine erfolgreiche Gästeorientierung ist ein Perspektivwechsel des Unternehmers erforderlich. Externe und interne Instrumente strukturieren dabei die Messmethoden der Gästezufriedenheit in zwei Gruppen.

- a) **Nennen Sie** jeweils zwei Anwendungsbeispiele für die oben genannten Instrumente. (4 Punkte)
- b) Mit dem Web 2.0 sind unzählige weitere Kommunikationskanäle, wie etwa die Social-Media-Plattformen, geschaffen worden, die uns dabei helfen können den Gast besser zu verstehen und dank der gewonnenen Informationen seine Bedürfnisse und Wünsche vollumfänglich zu befriedigen. **Erläutern Sie**, wieso es heutzutage zu einer Reizüberflutung des Einzelnen kommen kann und wie man sich aus betrieblicher Sicht dennoch von der Konkurrenz abhebt. **Beachten Sie** hierbei besonders den Aspekt der **Emotionsweckung** und des **Storytelling**. (10 Punkte)

Teil B – Warenwirtschaftssysteme – ein lohnender Einsatz

Aufgabe 2

10 Punkte

Im Anschluss an die Angebotseinholung bei potenziellen Lieferanten muss im Auswahlprozess abgeglichen werden, welcher Anbieter das Anforderungsprofil am besten abdeckt und ob dieser seine Leistung zu annehmbaren Konditionen ausführt.

- a) Welche Besonderheiten können bei der Auswahl auftreten und wie sollte man mit diesen umgehen? **Geben Sie drei Beispiele an**. (6 Punkte)
- b) **Beschreiben Sie** zudem, wieso die Definition von Auswahlkriterien im Vorfeld erfolgen sollte. (4 Punkte)