

RAHMENLEHRPLAN

für den Ausbildungsberuf

Kaufmann für Marketingkommunikation/

Kauffrau für Marketingkommunikation

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2006)

Teil I Vorbemerkungen

Dieser Rahmenlehrplan für den berufsbezogenen Unterricht der Berufsschule ist durch die Ständige Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK) beschlossen worden.

Der Rahmenlehrplan ist mit der entsprechenden Ausbildungsordnung des Bundes (erlassen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie oder dem sonst zuständigen Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan baut grundsätzlich auf dem Hauptschulabschluss auf und beschreibt Mindestanforderungen.

Auf der Grundlage der Ausbildungsordnung und des Rahmenlehrplans, die Ziele und Inhalte der Berufsausbildung regeln, werden die Abschlussqualifikation in einem anerkannten Ausbildungsberuf sowie - in Verbindung mit Unterricht in weiteren Fächern - der Abschluss der Berufsschule vermittelt. Damit werden wesentliche Voraussetzungen für eine qualifizierte Beschäftigung sowie für den Eintritt in schulische und berufliche Fort- und Weiterbildungsgänge geschaffen.

Der Rahmenlehrplan enthält keine methodischen Festlegungen für den Unterricht. Bei der Unterrichtsgestaltung sollen jedoch Unterrichtsmethoden, mit denen Handlungskompetenz unmittelbar gefördert wird, besonders berücksichtigt werden. Selbstständiges und verantwortungsbewusstes Denken und Handeln als übergreifendes Ziel der Ausbildung muss Teil des didaktisch-methodischen Gesamtkonzepts sein.

Die Länder übernehmen den Rahmenlehrplan unmittelbar oder setzen ihn in eigene Lehrpläne um. Im zweiten Fall achten sie darauf, dass das im Rahmenlehrplan erzielte Ergebnis der fachlichen und zeitlichen Abstimmung mit der jeweiligen Ausbildungsordnung erhalten bleibt.

Teil II Bildungsauftrag der Berufsschule

Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.

Die Berufsschule ist dabei ein eigenständiger Lernort. Sie arbeitet als gleichberechtigter Partner mit den anderen an der Berufsausbildung Beteiligten zusammen. Sie hat die Aufgabe, den Schülern und Schülerinnen berufliche und allgemeine Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln.

Die Berufsschule hat eine berufliche Grund- und Fachbildung zum Ziel und erweitert die vorher erworbene allgemeine Bildung. Damit will sie zur Erfüllung der Aufgaben im Beruf sowie zur Mitgestaltung der Arbeitswelt und Gesellschaft in sozialer und ökologischer Verantwortung befähigen. Sie richtet sich dabei nach den für die Berufsschule geltenden Regelungen der Schulgesetze der Länder. Insbesondere der berufsbezogene Unterricht orientiert sich außerdem an den für jeden staatlich anerkannten Ausbildungsberuf bundeseinheitlich erlassenen Ordnungsmitteln:

- Rahmenlehrplan der Ständigen Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK)
- Verordnung über die Berufsausbildung (Ausbildungsordnung) des Bundes für die betriebliche Ausbildung.

Nach der Rahmenvereinbarung über die Berufsschule (Beschluss der KMK vom 15.03.1991) hat die Berufsschule zum Ziel,

- "eine Berufsfähigkeit zu vermitteln, die Fachkompetenz mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbindet
- berufliche Flexibilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in Arbeitswelt und Gesellschaft auch im Hinblick auf das Zusammenwachsen Europas zu entwickeln
- die Bereitschaft zur beruflichen Fort- und Weiterbildung zu wecken
- die Fähigkeit und Bereitschaft zu fördern, bei der individuellen Lebensgestaltung und im öffentlichen Leben verantwortungsbewusst zu handeln."

Zur Erreichung dieser Ziele muss die Berufsschule

- den Unterricht an einer für ihre Aufgabe spezifischen Pädagogik ausrichten, die Handlungsorientierung betont
- unter Berücksichtigung notwendiger beruflicher Spezialisierung berufs- und berufsfeldübergreifende Qualifikationen vermitteln
- ein differenziertes und flexibles Bildungsangebot gewährleisten, um unterschiedlichen Fähigkeiten und Begabungen sowie den jeweiligen Erfordernissen der Arbeitswelt und Gesellschaft gerecht zu werden
- Einblicke in unterschiedliche Formen von Beschäftigung einschließlich unternehmerischer Selbstständigkeit vermitteln, um eine selbstverantwortliche Berufs- und Lebensplanung zu unterstützen
- im Rahmen ihrer Möglichkeiten Behinderte und Benachteiligte umfassend stützen und fördern

- auf die mit Berufsausübung und privater Lebensführung verbundenen Umweltbedrohungen und Unfallgefahren hinweisen und Möglichkeiten zu ihrer Vermeidung bzw. Verminderung aufzeigen.

Die Berufsschule soll darüber hinaus im allgemeinen Unterricht und, soweit es im Rahmen des berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf Kernprobleme unserer Zeit wie zum Beispiel:

- Arbeit und Arbeitslosigkeit,
- friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung kultureller Identität,
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlage sowie
- Gewährleistung der Menschenrechte

eingehen.

Die aufgeführten Ziele sind auf die Entwicklung von **Handlungskompetenz** gerichtet. Diese wird hier verstanden als die Bereitschaft und Befähigung des Einzelnen, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz entfaltet sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Humankompetenz und Sozialkompetenz.

Fachkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig zu lösen und das Ergebnis zu beurteilen.

Humankompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, als individuelle Persönlichkeit die Entwicklungschancen, Anforderungen und Einschränkungen in Familie, Beruf und öffentlichem Leben zu klären, zu durchdenken und zu beurteilen, eigene Begabungen zu entfalten sowie Lebenspläne zu fassen und fortzuentwickeln. Sie umfasst Eigenschaften wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein. Zu ihr gehören insbesondere auch die Entwicklung durchdachter Wertvorstellungen und die selbstbestimmte Bindung an Werte.

Sozialkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, Zuwendungen und Spannungen zu erfassen und zu verstehen sowie sich mit Anderen rational und verantwortungsbewusst auseinander zu setzen und zu verständigen. Hierzu gehört insbesondere auch die Entwicklung sozialer Verantwortung und Solidarität.

Bestandteil sowohl von Fachkompetenz als auch von Humankompetenz als auch von Sozialkompetenz sind Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenz und Lernkompetenz.

Methodenkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung zu zielgerichtetem, planmäßigem Vorgehen bei der Bearbeitung von Aufgaben und Problemen (zum Beispiel bei der Planung der Arbeitsschritte).

Kommunikative Kompetenz meint die Bereitschaft und Befähigung, kommunikative Situationen zu verstehen und zu gestalten. Hierzu gehört es, eigene Absichten und Bedürfnisse sowie die der Partner wahrzunehmen, zu verstehen und darzustellen.

Lernkompetenz ist die Bereitschaft und Befähigung, Informationen über Sachverhalte und Zusammenhänge selbstständig und gemeinsam mit Anderen zu verstehen, auszuwerten und in gedankliche Strukturen einzuordnen. Zur Lernkompetenz gehört insbesondere auch die Fähigkeit und Bereitschaft, im Beruf und über den Berufsbereich hinaus Lerntechniken und Lernstrategien zu entwickeln und diese für lebenslanges Lernen zu nutzen.

Teil III Didaktische Grundsätze

Die Zielsetzung der Berufsausbildung erfordert es, den Unterricht an einer auf die Aufgaben der Berufsschule zugeschnittenen Pädagogik auszurichten, die Handlungsorientierung betont und junge Menschen zu selbstständigem Planen, Durchführen und Beurteilen von Arbeitsaufgaben im Rahmen ihrer Berufstätigkeit befähigt.

Lernen in der Berufsschule vollzieht sich grundsätzlich in Beziehung auf konkretes, berufliches Handeln sowie in vielfältigen gedanklichen Operationen, auch gedanklichem Nachvollziehen von Handlungen Anderer. Dieses Lernen ist vor allem an die Reflexion der Vollzüge des Handelns (des Handlungsplans, des Ablaufs, der Ergebnisse) gebunden. Mit dieser gedanklichen Durchdringung beruflicher Arbeit werden die Voraussetzungen für das Lernen in und aus der Arbeit geschaffen. Dies bedeutet für den Rahmenlehrplan, dass das Ziel und die Auswahl der Inhalte berufsbezogen erfolgt.

Auf der Grundlage lerntheoretischer und didaktischer Erkenntnisse werden in einem pragmatischen Ansatz für die Gestaltung handlungsorientierten Unterrichts folgende Orientierungspunkte genannt:

- Didaktische Bezugspunkte sind Situationen, die für die Berufsausübung bedeutsam sind (Lernen für Handeln).
- Den Ausgangspunkt des Lernens bilden Handlungen, möglichst selbst ausgeführt oder aber gedanklich nachvollzogen (Lernen durch Handeln).
- Handlungen müssen von den Lernenden möglichst selbstständig geplant, durchgeführt, überprüft, gegebenenfalls korrigiert und schließlich bewertet werden.
- Handlungen sollten ein ganzheitliches Erfassen der beruflichen Wirklichkeit fördern, zum Beispiel technische, sicherheitstechnische, ökonomische, rechtliche, ökologische, soziale Aspekte einbeziehen.
- Handlungen müssen in die Erfahrungen der Lernenden integriert und in Bezug auf ihre gesellschaftlichen Auswirkungen reflektiert werden.
- Handlungen sollen auch soziale Prozesse, zum Beispiel der Interessenerklärung oder der Konfliktbewältigung, sowie unterschiedliche Perspektiven der Berufs- und Lebensplanung einbeziehen.

Handlungsorientierter Unterricht ist ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Es lässt sich durch unterschiedliche Unterrichtsmethoden verwirklichen.

Das Unterrichtsangebot der Berufsschule richtet sich an Jugendliche und Erwachsene, die sich nach Vorbildung, kulturellem Hintergrund und Erfahrungen aus den Ausbildungsbetrieben unterscheiden. Die Berufsschule kann ihren Bildungsauftrag nur erfüllen, wenn sie diese Unterschiede beachtet und Schüler und Schülerinnen - auch benachteiligte oder besonders begabte - ihren individuellen Möglichkeiten entsprechend fördert.

Teil IV Berufsbezogene Vorbemerkungen

Der vorliegende Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/zur Kauffrau für Marketingkommunikation ist mit der Verordnung über die Berufsausbildung zum Kaufmann für Marketingkommunikation/zur Kauffrau für Marketingkommunikation vom 31.03.2006 (BGBl. I S. 808) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Werbekaufmann/Werbekauffrau (Beschluss der KMK vom 19.12.1989) wird durch den vorliegenden Rahmenlehrplan aufgehoben.

Die Vermittlung von fremdsprachlichen Qualifikationen gemäß der Ausbildungsordnung zur Entwicklung entsprechender Kommunikationsfähigkeit ist mit 40 Stunden in die Lernfelder integriert. Darüber hinaus können 80 Stunden berufsspezifische Fremdsprachenvermittlung als freiwillige Ergänzung der Länder angeboten werden.

Die Anwendung von Informations- und Kommunikationstechniken ist integrativer Bestandteil der Lernfelder.

Die Lernfelder mit ihren Zielformulierungen orientieren sich an exemplarischen Handlungsfeldern. Sie sind didaktisch-methodisch so umzusetzen, dass sie zur beruflichen Handlungskompetenz führen. Die Zielformulierungen beschreiben den Qualifikationsstand am Ende des Lernprozesses. Sie sind im Sinne der Nachhaltigkeit, ökologischer, sozialer und ökonomischer Entwicklung zu interpretieren. Ergänzt durch die Inhalte umfassen sie den Mindestumfang zu vermittelnder Kompetenzen.

Eine ganzheitliche Sichtweise auf komplexe Probleme und die Erarbeitung zukunftsverträglicher Lösungen ist daher als durchgängiges Unterrichtsprinzip zu berücksichtigen.

Die Lernfelder dieses Rahmenlehrplanes orientieren sich an typischen Geschäftsprozessen eines Unternehmens aus der Kommunikations- oder Medienbranche. Die unterstützende Begleitung von Marketing- und Kommunikationsprojekten wird als wesentlicher Kernprozess betrachtet, aus dem heraus sich Prozesse mit Schnittstellen zu weiteren Kernprozessen ergeben. Sie greifen die zunehmende Projektarbeit in den Betrieben auf und leisten über die Entwicklung einer umfangreichen Eigenverantwortlichkeit im Hinblick auf die Einschätzungen und Optimierungen von Abläufen einen wesentlichen Beitrag zur beruflichen Qualifizierung.

Als berufstypische Kompetenzen werden die Teamarbeit sowie die Kommunikationsfähigkeit integrativ in verschiedenen Lernfeldern eingesetzt und systematisch gefördert.

Teil V Lernfelder

Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf Kaufmann für Marketingkommunikation/ Kauffrau für Marketingkommunikation				
Lernfelder		Zeitrichtwerte in Unterrichtsstunden		
Nr.		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Den Ausbildungsbetrieb präsentieren	80		
2	Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten	80		
3	Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren	80		
4	Märkte analysieren und bewerten	80		
5	Werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten		40	
6	Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren		80	
7	Kommunikationsinstrumente analysieren und bewerten		80	
8	Integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren		80	
9	Bei der Mediaplanung mitwirken			80
10	Die Produktion von Kommunikationsmitteln vorbereiten und kontrollieren			80
11	Betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren			80
12	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen			40
Summen: insgesamt 880 Stunden		320	280	280

Lernfeld 1: Den Ausbildungsbetrieb präsentieren

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler präsentieren ihren Ausbildungsbetrieb. Sie setzen sich mit den Leitbildern, Umgangsformen, ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Unternehmen und Institutionen ihrer Branche auseinander. Sie stellen die Leistungsschwerpunkte, Arbeitsgebiete, Leistungsprozesse und Arbeitsabläufe von Kommunikations- oder Medienunternehmen im Überblick dar. Sie beschreiben die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Rechtsform ihres Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Regelungen sowie Aufgaben, Rechten und Pflichten der Beteiligten im Dualen System der Ausbildung und im Arbeitsverhältnis auseinander. Sie kennen die für die Berufsausbildung wesentlichen Rechtsvorschriften, artikulieren ihre eigenen Interessen, wägen diese unter Beachtung ihrer neuen Position ab und nehmen sie wahr. Sie sind mit den wesentlichen arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen der Kommunikations- oder Medienwirtschaft vertraut und können ihre Rechte als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beurteilen und wahrnehmen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Aufgabenstellungen selbständig oder in der Gruppe, wenden grundlegende Lern- und Arbeitstechniken sowie Problem lösende Methoden an. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse strukturiert unter Verwendung angemessener Medien.

Inhalte:

Ausbildungsvertrag, Berufsbildungsgesetz
Betriebsverfassungsgesetz
Unternehmensziele, Corporate Identity
Kommunikationsregeln
Einzelunternehmung, KG, GmbH, AG
Leistungen in der Kommunikations- oder Medienbranche
Wirtschaftsorganisationen, berufsständische Organisationen

Lernfeld 2: Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler erfassen Werteflüsse von Kommunikations- oder Medienunternehmen, die im Rahmen von Geschäftsprozessen anfallen.

Sie erstellen Inventar und Bilanz eines Kommunikations- oder Medienunternehmens und bilden die wesentlichen Aufwendungen und Erträge auf der Grundlage der geltenden Rechtsvorschriften ab.

Sie ermitteln den Erfolg und leiten aus dem vorläufigen Jahresabschluss Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ab. Sie erkennen die Dokumentations-, Informationsfunktion und Kontrollfunktion des Rechnungswesens in ihrer Bedeutung für unterschiedliche Interessentenkreise.

Inhalte:

HGB

Bilanz

Gewinn- und Verlustrechnung

Abschreibungen

Geschäftsfälle

**Lernfeld 3: Beschaffungsprozesse planen, steuern
und kontrollieren**

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler planen und kontrollieren Beschaffungsprozesse und treffen die für die Bereitstellung der Dienstleistungen, Betriebsmittel und Werkstoffe betriebswirtschaftlich notwendigen Entscheidungen unter Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit. Sie übernehmen die Qualitätskontrolle bei der Abnahme der Leistungen. Dazu informieren sie sich über rechtliche Regelungen der Branche und bereiten Datenmaterial für Entscheidungszwecke auf.

Sie analysieren vertragliche Vereinbarungen unter rechtlichen Aspekten, wenden Rechtsnormen an und schließen Verträge. Sie entwickeln auch im Team Lösungsvorschläge bei Vertragsstörungen und setzen diese um. Sie bereiten Entscheidungen im Rahmen der Beschaffung finanzieller Mittel auf der Basis der Grundkenntnisse der Finanzierung vor.

Inhalte:

Angebotsvergleich
Rechts- und Geschäftsfähigkeit
Kaufvertrag, Dienstvertrag, Werkvertrag
Leasing, Darlehen, Kontokorrentkredit

Lernfeld 4: Märkte analysieren und bewerten

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler analysieren und beurteilen Produkte und Dienstleistungen und bewerten die entsprechenden Marketingstrategien. Dabei nutzen sie die relevanten Methoden der Marktforschung und deren Quellen und wenden gängige Informationstechnologien an. Sie verschaffen sich einen Überblick über produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitische Maßnahmen. Sie hinterfragen Strategieansätze im Marketing unter Berücksichtigung ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Folgen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Text-, Bild- und Grafikdaten digital und beachten dabei unterschiedliche mediale Darstellungsarten und Datenformate und setzen konzeptionelle Vorgaben zielgruppenorientiert um.

Inhalte:

Marketingziele und Zielhierarchien
Marktanalyse, -beobachtung, -prognose
Produkt- und Markenstrategien
Portfolioanalyse
Produktlebenszyklus
Preisstrategien
Distributionsstrategien
Gestaltungsgrundsätze

Lernfeld 5:	Werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler wirken mit an der Vorbereitung des Einkaufs und der Sicherung von Rechten und Lizenzen auch unter Beachtung internationaler Aspekte. Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über aktuelle rechtliche Regelungen der Branche. Sie nutzen Informations- und Kommunikationssysteme zur Recherche der gesetzlichen und freiwilligen Rahmenbedingungen der Werbe- und Medienwirtschaft und bereiten Datenmaterial für Entscheidungszwecke auf. Die Schüler überprüfen Konzepte hinsichtlich werbe- und medienrechtlicher Vorschriften. Sie berücksichtigen Vorschriften und Entscheidungen der freiwilligen Selbstkontrolle der Werbewirtschaft.		
Inhalte: Werbe- und Medienrecht Markenrecht Urheberrechte Verwertungsrechte Patentrecht, Gebrauchsmusterrecht, Geschmacksmusterrecht Art Buying Preisangabenverordnung Werberat		

Lernfeld 6: Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Auf der Grundlage eines vorgegebenen Briefings und Budgets sowie der Ergebnisse einer entsprechenden Marktforschung entwickeln die Schülerinnen und Schüler im Team ein Marketingkonzept für ein konkretes Produkt bzw. für eine Dienstleistung. Hierbei berücksichtigen sie auftretende Zielkonflikte der Marketingkonzeption und reflektieren ihren Lösungsansatz.

Unter Berücksichtigung der Marketingziele wenden sie produkt-, preis- und distributionspolitische Instrumente an und zeigen Grundstrukturen der Kommunikationspolitik auf.

Zur Ergebnisdarstellung nutzen sie gängige Informations-, Kommunikations- und Präsentationstechniken. Sie wenden geeignete Formen des Projektmanagements und Kreativitätstechniken an.

Inhalte:

Budgetierungsverfahren

Operationalisierung von Marketingzielen

Produktdifferenzierung, - variation, - diversifikation, - elimination

Skimming- und Penetrationsstrategie

Aquisitorische Distribution

Kommunikationszielgruppen

**Lernfeld 7: Kommunikationsinstrumente und
– strategien analysieren und bewerten**

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler analysieren und bewerten die Instrumente der Kommunikationspolitik. Hierzu entwickeln sie Bewertungskriterien. Sie diskutieren die Bedeutung einer Vernetzung der einzelnen Maßnahmen zur Optimierung des Kommunikationserfolgs.

Sie setzen sich mit den wesentlichen Elementen einer Kommunikationsstrategie (Kommunikationsziele, -zielgruppen, -inhalte und Copy Strategie) auseinander.

Sie kennen gängige Modelle zur Kommunikationswirkung und Verfahren der Erfolgskontrolle und verfügen über entsprechende Methoden ihre Kenntnisse kurzfristig zu aktualisieren.

Inhalte:

Zielgruppentypologien

Kommunikationsinstrumente

Integrierte Kommunikation

Unique selling proposition, unique advertising proposition

consumer benefit

Reason why, tonality

claim, slogan

Subjektive und objektive Werbewirkungsforschung

response

recall, recognition

**Lernfeld 8: Integrierte Kommunikationskonzepte
entwickeln und präsentieren**

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler entwickeln integrierte Kommunikationskonzepte auf der Grundlage von Briefings und detaillierten Situationsanalysen. Hierzu prüfen, hinterfragen und reflektieren sie die Inhalte der Briefings und formulieren Rebriefings.

Sie konkretisieren Kommunikationsziele, leiten mit Hilfe geeigneter Instrumente Kommunikationszielgruppen ab und formulieren treffende Copy-Strategien.

Sie wählen die geeigneten Kommunikationsinstrumente aus, entwickeln Vorschläge für die Struktur und den Ablauf der kommunikativen Maßnahmen und machen Vorschläge zur Werbewirkungskontrolle.

Sie dokumentieren und präsentieren kundenadäquat ihre Kommunikationskonzepte mit Hilfe entsprechender Informations- und Kommunikationstechnologie.

Hierbei berücksichtigen sie auftretende Zielkonflikte und reflektieren ihren Lösungsansatz unter Qualitätsaspekten.

Inhalte:

Briefing / Rebriefing
Kalkulation
Budgetaufteilung
Kreativitätstechniken
Präsentationstechniken
Projektmanagement
Personelle und technische Kapazitätsplanung
Qualitäts-, Konflikt- und Beschwerdemanagement

Lernfeld 9: Bei der Mediaplanung mitwirken

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler prüfen und bewerten die Einsatzmöglichkeiten verschiedener Medien und Maßnahmen. Sie entwickeln auf der Grundlage von Kommunikations- und Werbestrategien aufgabenbezogene Mediastrategien und erstellen alternative Mediapläne unter Einbezug quantitativer, qualitativer und administrativer formeller Kriterien. Dabei orientieren sie sich an der Zielsetzung, den Media-Etat möglichst effizient einzusetzen.

Die Schülerinnen und Schüler führen Mediakalkulationen durch. Sie simulieren die Durchführung und Abwicklung des Mediaeinsatzes und führen die Qualitätskontrolle durch.

Inhalte:

Mediaziele
Marktmediastudien
Intra- und Intermediavergleich
Planevaluation
Media-Budgetierung
Media-Einkauf
Mediaabrechnung

Lernfeld 10: Die Produktion von Kommunikationsmitteln organisieren und kontrollieren.

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler planen die Erstellung von Kommunikationsmitteln. Sie bewerten die wesentlichen Verfahren der Kommunikationsmittelproduktion in Hinblick auf ihre Angemessenheit und Wirtschaftlichkeit, entwickeln daraus Kombinationsmöglichkeiten und sprechen projektbezogene Empfehlungen aus. Sie bewerten die Eignung von unterschiedlichen Werkstoffen zur Erstellung von Kommunikationsmitteln. Bei der Planung arbeiten sie zusammen mit Dienstleistern, vergleichen Angebote und kalkulieren die Kosten. Sie erstellen einen Projektplan, um den Produktionsablauf zu dokumentieren. Sie kennen Verfahren und Abläufe der Qualitätskontrolle bei der Herstellung von Kommunikationsmitteln und entsprechende umweltrechtliche Bestimmungen.

Inhalte:

Gestaltungskriterien
Druckverfahren
Bedruckstoffe
Weiterverarbeitung
Audivisuelle Medien
Multimedia

**Lernfeld 11: Betriebliche Werteprozesse steuern,
kontrollieren und dokumentieren**

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler planen anhand eines Kundenbriefings die Verteilung des Jahresetats. Sie kalkulieren unter Berücksichtigung des Jahresetats Einzelprojekte, erstellen Kostenvoranschläge und ermitteln den geplanten Deckungsbeitrag von Einzelprojekten.

Sie verschaffen sich einen Überblick über die unterschiedlichen Vergütungsformen für feste oder freie Mitarbeiter. Sie erstellen unter Berücksichtigung der Sozialversicherungsbeiträge Gehalts- bzw. Honorarabrechnungen.

Sie kalkulieren Agenturhonorare auf Basis verschiedener Agenturvergütungsmodelle und überwachen den Etat. Sie erstellen beispielhaft Kundenrechnungen, vergleichen diese mit Kostenvoranschlägen und analysieren mögliche Abweichungen.

Inhalte:

Kostenartenrechnung

Kostenstellenrechnung insbesondere Betriebsabrechnungsbogen

Agenturspezifische Deckungsbeitragsrechnung

Jahresbudget Planung

Kostenvoranschlag

Vergütungsmodelle, -abrechnungen

Projektkalkulation

Kostenkontrolle

Lernfeld 12:	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen	3. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler analysieren Einflüsse gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf die wirtschaftliche Situation der Kommunikationsunternehmen und beurteilen die Bedeutung der Branche für die regionale und überregionale Wirtschaftsentwicklung. Sie verschaffen sich einen Überblick über den ordnungspolitischen Rahmen für Unternehmen der Kommunikationswirtschaft. Sie erkunden die konjunkturelle Lage der Gesamtwirtschaft und der Branche. Sie reflektieren Auswirkungen der Wirtschaftspolitik auf die wirtschaftliche Situation ihres Ausbildungsbetriebs, der Kommunikationsbranche insgesamt und auf gesamtwirtschaftliche Zielgrößen. Sie können Chancen und Risiken der europäischen Integration und der Globalisierung bei der Entwicklung von Euro- und Globalmarketingmaßnahmen berücksichtigen.		
Inhalte: Bruttoinlandsprodukt Magisches Viereck Inflation, Deflation Angebots- und nachfrageorientierte Konjunkturpolitik Grundzüge der Geld- und Fiskalpolitik		