

RAHMENLEHRPLAN

für den Ausbildungsberuf

Medienkaufmann Digital und Print/

Medienkauffrau Digital und Print

(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 Medienkaufmann Digital und Print/zur Medienkauffrau Digital und Print ist mit der Verordnung über die Berufsausbildung zum Medienkaufmann Digital und Print/zur Medienkauffrau Digital und Print vom 31.03.2006 (BGBl. I S. 798) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Verlagskaufmann / Verlagskauffrau (Beschluss der KMK vom 27.03.1998) wird durch den vorliegenden Rahmenlehrplan aufgehoben.

Medienkaufleute Digital und Print sind in Verlagen und sonstigen Medienunternehmen tätig. Sie sind qualifiziert, marktorientierte und kaufmännisch-verwaltende Aufgaben selbstständig zu planen und durchzuführen. In den Medienunternehmen werden die verschiedenen Medienmärkte analysiert. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden in marktfähige Medienprodukte und Dienstleistungen transformiert und kundenorientiert angeboten. Medienkaufleute planen, steuern und kontrollieren alle Schritte von der Beschaffung über die Produktion bis zum Vertrieb der Produkte. Dabei sind sie in der Lage ihr Unternehmen in einem gesamt- und weltwirtschaftlichen Zusammenhang zu betrachten.

Der Schwerpunkt der Qualifikationen wird in den kundenorientierten Bereichen Verkauf und Marketing gesehen. Die Kompetenz der Mitarbeiter in diesen Aufgabengebieten wird über den wirtschaftlichen Erfolg der Medienunternehmen entschieden. Dieses an den Absatzmärkten ausgerichtete Denken beeinflusst darüber hinaus alle übrigen Unternehmensbereiche. Daraus leiten sich die Zielformulierungen des vorliegenden Rahmenlehrplans ab.

Der Lehrplan ist in Lernfelder gegliedert. Die Lerninhalte sind an den Arbeits- und Geschäftsprozessen im Betrieb und der Erfahrungswelt der Schülerinnen und Schüler orientiert und können so handlungsorientiert und exemplarisch anhand komplexer Aufgabenstellungen erarbeitet werden. Im vorliegenden Rahmenlehrplan wird auch die Vermittlung wirtschaftlichen Grundlagenwissens in die verschiedenen Lernfelder eingebunden. Lernfeldübergreifend ist die Anwendung von Informations- und Kommunikationssystemen sowie die Berücksichtigung der Grundsätze von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz sowie der Umweltschutz und der Datenschutz berücksichtigt worden. Diese sind im Umfang von 80 Unterrichtsstunden in die Lernfelder zu integrieren.

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.

Teil V Lernfelder

| Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf Medienkaufmann Digital und Print /Medienkauffrau Digital und Print | | | | |
|--|--|---|------------|------------|
| 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 | Herstellungs- und Produktionsprozesse von Digital- und Printmedien planen, steuern und kontrollieren | | 60 | |
| 6 | Medialeistungen bewerben und verkaufen | | 80 | |
| 7 | Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen analysieren | | 60 | |
| 8 | Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren und bewerten | | 80 | |
| 9 | Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben | | | 80 |
| 10 | Arbeitsprozesse in Redaktion oder Lektorat unterstützen | | | 40 |
| 11 | Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen wahrnehmen | | | 80 |
| 12 | Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren, beurteilen und steuern | | | 80 |
| 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 selbstständig oder in der Gruppe, wenden grundlegende Lern- und Arbeitstechniken sowie problemlösende 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-, Informations- 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. Die Schülerinnen und Schüler 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: Herstellungs- und Produktionsprozesse von Digital- und Printmedien planen, steuern und kontrollieren

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler wirken unter Abwägung wirtschaftlicher und ökologischer Kriterien an Planungs-, Gestaltungs- und Produktionsschritten bei der Umsetzung von Aufträgen für Digital- und Printmedien mit. Sie planen in den Phasen Vorstufe, Produktion und Weiterverarbeitung projekt- und teamorientiert. Sie wenden ihr branchenspezifisches technisches Basiswissen an, um den ständig neuen Anforderungen der Produktion gerecht zu werden. Sie kalkulieren Kosten und Zeitbedarf für die Produktion, holen Angebote interner und externer Dienstleister ein und bereiten sie auf. Sie koordinieren Abläufe der Produktion unter Einhaltung von Qualitätskriterien.

Inhalte:

Contentmanagement
physische und digitale Informationsträger
Druckvorstufe
Offsetdruck
Tiefdruck
Digitaldruck

| | |
|--|---|
| Lernfeld 6: Medialeistungen bewerben und verkaufen | 2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden |
| <p>Ziel:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler erfassen die zentrale ökonomische Bedeutung des Verkaufs für die Medienunternehmen und analysieren die Marktsituation einzelner Informations- und Werbeträger im Vergleich zu anderen Medien. Sie wirken bei der Erstellung und Umsetzung von Marketingkonzepten mit und setzen zielorientiert Maßnahmen zur Kundenbindung und zur Kundenneugewinnung ein. Dabei berücksichtigen sie den Stellenwert des Marketings im Rahmen eines integrierten Marketingansatzes von Medienunternehmen. Sie beraten umfassend Kunden und nutzen dazu externe und interne Markt- und Mediauntersuchungen. Sie präsentieren dem jeweiligen Kunden eine ökonomische und rechtlich einwandfreie Lösung.</p> <p>Sie berechnen Verkaufspreise und wickeln Aufträge im Team und in enger Kooperation mit dem Außendienst und anderen Funktionsbereichen des Verlags ab und bearbeiten Reklamationen kundenorientiert. Sie setzen die Datenverarbeitung bei der Lösung von Aufgabensituationen gerecht und planvoll ein.</p> | |
| <p>Inhalte:</p> <p>Informations- und Werbeträgervergleich Stellenwert und Trends der Medien Media-Analyse, Verbraucheranalyse, Leseranalysen Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. Anzeigenformen Digital und Print, Sonderwerbformen, Beilagen Copytest Preislisten und Mediadaten Crossmedia-Konzept Grundgesetz, Landespressegesetz, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Beilagen Präsentationstechniken</p> | |

Lernfeld 7: Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen analysieren

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen in ihren Arbeitsprozessen die besondere Rolle und Verantwortung der Medienunternehmen in der sozialen Marktwirtschaft. Sie beurteilen gesellschaftliche und wirtschaftliche Folgen der Medienkonzentration.

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Strategien zur Erreichung kurz- und langfristiger Ziele der Wirtschaftspolitik auseinander. Sie bewerten den Einfluss geldpolitischer Maßnahmen auf Investitions- und Konsumententscheidungen und analysieren Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation von Medienunternehmen.

Inhalte:

Wirtschaftsordnung

Tendenzschutz

Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Gesetz zur Förderung der Stabilität und des Wachstums der Wirtschaft

angebots- und nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik

Geldpolitisches Instrumentarium der Europäischen Zentralbank

Lernfeld 8: Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren und bewerten

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler führen Jahresabschlussarbeiten durch und treffen Bewertungsentscheidungen unter Berücksichtigung betrieblicher Interessen und geltender Bewertungsvorschriften.

Sie bereiten den Jahresabschluss eines Medienunternehmens auf, ermitteln wichtige Kennzahlen zur Beurteilung der wirtschaftlichen Situation als Grundlage für weitergehende unternehmenspolitische Entscheidungen.

Die Schülerinnen und Schüler nutzen geeignete Software zur Gewinnung, Aufbereitung und Auswertung erforderlicher Daten.

Inhalte:

Abschreibungen

Lagerkennziffern, Bestandsveränderung, Inventurdifferenzen

Zeitliche Jahresabgrenzung

Rückstellung

Wertansätze für Vermögen und Schulden nach Handels- und Steuerrecht

Vermögensaufbau, Liquidität, Rentabilität, Wirtschaftlichkeit

Lernfeld 9: Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Markt- und Wettbewerbssituation für den Vertrieb von Digital- und Printprodukten, wählen für unterschiedliche Produkte den jeweils geeigneten Absatzweg und den optimalen Vertriebspartner aus. Sie entwickeln Maßnahmen für Werbung und Verkaufsförderung unter Berücksichtigung rechtlicher Regelungen, wirken bei deren Umsetzung mit und kontrollieren den Erfolg.

Die Schülerinnen und Schüler führen Bestellung, Berechnung, Versand und Rücknahme von Verlagsprodukten bei unterschiedlichen Vertriebswegen durch. Sie verhandeln über Konditionen, Zahlungsbedingungen und Bezugsformen. Sie ermitteln Umsatz- und Absatzzahlen und bereiten diese auf. Sie legen den Endverkaufspreis auch mit Hilfe geeigneter Software fest und wenden preispolitische Strategien an. Sie beurteilen Ziele des Vertriebsmarketings im Rahmen des integrierten Verlagsmarketings.

Inhalte:

Preisbindungsgesetz, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Vertriebsrichtlinien

Buchhändlerische Verkehrsordnung

Buchhändlerische Abrechnungsgesellschaft

Abwicklung von Im- und Export

Kundenorientierte Gesprächsführung

Kommunikation in der Fremdsprache

**Lernfeld 10: Arbeitsprozesse in Redaktion o-
der Lektorat unterstützen****3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 40 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler bewerten die Auswirkungen von Erwerb, Sicherung und Verkauf von Verwertungs- und Nutzungsrechten. Sie wirken bei der Manuskriptbearbeitung, Satzvorbereitung und Korrektur mit. Sie überprüfen Autorenhonorare, auch unter Einsatz geeigneter Software.

Die Schülerinnen und Schüler erfassen die unterschiedlichen Funktionen und Kernaufgaben von Redaktion und Lektorat. Sie beachten das Zusammenwirken von Redaktion oder Lektorat mit Produktion, Marketing, kaufmännischer Verwaltung und externen Schnittstellen bei der Programm- und Titelplanung. Sie erkennen dabei die Bedeutung des Contentmanagements. Sie kennen die rechtlichen Grundlagen und die Funktion der Selbstkontrolle der Medienwirtschaft.

Die Schülerinnen und Schüler erläutern die wesentlichen Rechte und Pflichten von Autor, Herausgeber, Übersetzer und Verlag und setzen Verlagsverträge auf. Sie wenden die Bestimmungen des Urheber- und Verlagsrechts an und berücksichtigen Branchenrichtlinien.

Inhalte:

Publizistische Leitlinien

Grundgesetz, Landespressegesetz

Deutscher Presserat

Medienneutrale Datenhaltung

Betreuung von Herausgebern, Autoren und Übersetzern

Normvertrag, Titelschutz, Markenschutz, Recht am eigenen Bild, Pflichtstückverordnungen

Autorenhonorare, Lizenzentgelte

ISBN, ISSN, VLB-Meldung

Lernfeld 11: Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen wahrnehmen**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden****Ziel:**

Die Schülerinnen und Schüler werten im Rahmen der Bedarfsplanung Personalstatistiken aus und beachten dabei die Regelungen des Datenschutzes. Sie planen den Personalbedarf unter Berücksichtigung der arbeitsrechtlichen Besonderheiten von redaktionellen und kaufmännischen Mitarbeitern. Bei der internen und externen Personalbeschaffung treffen sie eine begründete Auswahl der Bewerber. Sie wirken bei Aufgaben der Personalverwaltung mit und berücksichtigen dabei die arbeits- und sozialrechtlichen Bestimmungen sowie die unterschiedlichen rechtlichen Stellungen der Mitarbeiter in einem Medienunternehmen. Sie arbeiten bei der Personalentwicklung mit.

Die Schülerinnen und Schüler bereiten Entgeltabrechnungen vor und buchen sie. Sie wenden für Medienunternehmen wichtige tarifliche Regelungen an. Sie berücksichtigen die Einflüsse von Kommunikation und Kooperation auf Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg eines Unternehmens.

Inhalte:

Personalbestandsanalyse und -bedarfsanalyse
freie Mitarbeiter
Arbeitsverträge
Tarifverträge
Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte
Personalbeurteilung
Sozialversicherung
Moderationstechniken

Lernfeld 12: Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren, beurteilen und steuern

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler nutzen das Controlling als Entscheidungshilfe für die betriebliche Steuerung. Sie erfassen die beim betrieblichen Leistungsprozess eines Medienproduktes entstehenden Kosten und Leistungen auf der Grundlage der Werte der Finanzbuchführung. Sie berechnen und beurteilen den Wertschöpfungsbeitrag einzelner Produkte sowie den Betriebserfolg. Zur Vorbereitung betrieblicher Entscheidungen setzen sie die verschiedenen Verfahren der Kostenrechnung ein. Sie beurteilen die Auswirkungen getroffener Entscheidungen auf die Erfolgssituation des Betriebes.

Inhalte:

Kostenartenrechnung
Kostenstellenrechnung
Deckungsbeitragsrechnung