

Schriftlicher Unterrichtsentwurf

Fachrichtung:	
Fach:	Gestaltungstechnik
Lernfeld:	
Thema:	Abwägung der Vor- und Nachteile der eigenen Skizzen vor dem Hintergrund der Zielgruppenorientierung
Kurze Zusammenfassung	Der Schwerpunkt der Unterrichtsreihe liegt auf der Systematisierung des Gestaltungsprozesses, wie er in der FHR-Prüfung zur Anwendung kommt. Die Gliederung folgt der Progression der Leistungsanforderungen der FHR-Prüfungsfragen, die ihrerseits am Gestaltungsprozess und der vollständigen Handlung angelehnt sind, sodass hieraus Rückschlüsse für die berufliche Praxis zur Optimierung des Arbeitsprozesses gezogen werden können.
Datum:	03.05.2012
Bildungsgang/Stufe:	Fachoberschule 12, Schwerpunkt Gestaltung) Unterrichtsfach: Gestaltungstechnik
Autor:	---

1. Lernvoraussetzungen im Hinblick auf die Unterrichtsstunde

1.1. Rahmenbedingungen

Die FOS 12G gehört zu den vollzeitschulischen Bildungsgängen der Fachoberschule (gemäß APO-BK, Anlage C). Nach APO-BK Anlagen C9 und C11 sind neben den Schülerinnen und Schülern¹, die die Fachoberschule (FOS) als zweijährigen Bildungsgang durchlaufen auch fünf SuS mit bereits abgeschlossener Berufsausbildung im gestalterischen Bereich in der Jahrgangsstufe 12. Neben erweiterten beruflichen Kenntnissen können die SuS die Fachhochschulreife (FHR) erwerben² und sich damit für ein Fachhochschulstudium qualifizieren. Gestaltungstechnik ist hierbei schriftliches Prüfungsfach und wird vierstündig in der Woche unterrichtet.

Die FHR-Prüfung im Fach Gestaltungstechnik wird am 30.05. stattfinden. Letzter Schultag für diese Klasse ist der 16.05.

Die Klasse besteht aus 13 Schülerinnen und elf Schülern. Die Altersverteilung stellt sich wie folgt dar:

Alter	17	18	19	20	21	23	25
Anzahl	2	6	5	4	4	1	1

Die Klasse habe ich im Fach Gestaltungstechnik im Rahmen des Unterrichts unter Anleitung bei Frau Vörtl kennen gelernt und unterrichtet.

Die Leistungsbereitschaft der FOS 12G ist besonders im aktuellen Schuljahresabschnitt überwiegend hoch. Die Konzentrations- und Leistungsfähigkeit ist in praktischen Arbeitsphasen bei den meisten SuS dem Bildungsgang angemessen. In Phasen, in denen theoretische Aspekte angesprochen werden, arbeiten die SuS jedoch oftmals nicht ausreichend zielorientiert.

Die Leistungsfähigkeit in Prüfungssituationen ist eher schwach ausgeprägt, was sich in den Klausurergebnissen und -noten gezeigt hat. Auf fachlicher Ebene sind die Leistungen stark divergent, wobei die meisten SuS in Teilbereichen jedoch gute bis sehr gute Fähigkeiten nachweisen können. Diese sind z.B. die sprachliche Ausdrucksfähigkeit oder fachliche Kenntnisse.

Das Klassenklima ist meist gut und der Umgang der SuS untereinander stark kooperativ. Die meisten SuS arbeiten in angemessenem Niveau selbstorganisiert auch über den Unterricht hinaus.

¹ Zur Erhöhung der Lesbarkeit wird im Folgenden mit SuS abgekürzt.

² Vgl. APO-BK, Anlage C §1, §5

1.2. Vorkenntnisse bezogen auf den Stundeninhalt

Methodische Vorkenntnisse:

In den meisten Fächern arbeiten die SuS in projekt-orientierten Lernsituationen, die z.T. fächerübergreifend angelegt sind. Die häufigste Sozialform in den Arbeitsphasen ist die arbeitsteilige oder arbeitsgleiche Gruppenarbeit in unterschiedlicher Gruppenstärke, welche die individuellen Interessen und die Leistungsfähigkeit berücksichtigen. Daher sollte die Gruppenarbeit kaum Probleme bereiten. Ergebnispräsentationen und -sicherungen finden in der Regel im Plenum statt.

Möglichkeiten zur Unterstützung der Reflexion von Arbeitsphasen und -ergebnissen haben die SuS für die gegenseitige Rückmeldung in Feed-back-Phasen eingeübt. Perspektivwechsel zur Zielgruppe wurden bislang nicht methodisch aufbereitet.

Für die eigenverantwortliche kritische Auseinandersetzung mit der gestalterischen Arbeit haben die SuS noch keine Hilfsmittel kennen gelernt.

Fachliche Vorkenntnisse:

Im Laufe des Schuljahres haben die SuS anhand z.T. realer Kundenaufträge mehrfach Gestaltungsprozesse mit unterschiedlichen fachlichen Schwerpunkten durchgeführt, wobei der Grad der Selbstständigkeit in der Planung, Organisation und Durchführung stetig zunahm.

Kenntnisse zum Corporate Design, Farbkontrasten und Farbwirkungen, Wahrnehmungsgesetze und Gestaltungsprinzipien können vorausgesetzt werden.

Durch die gemeinsame Auswertung der bisherigen Gestaltungstechnikklausuren zu Beginn der Unterrichtsreihe konnten die SuS ihren Lernbedarf aus problemhaften Bereichen der Klausuren erschließen und eine Planung für die Schritte der Unterrichtsreihe entwickeln³.

Hier ist deutlich geworden, dass die meisten SuS noch z.T. erhebliche Schwierigkeiten haben, sich kritisch mit eigenen Gestaltungsergebnissen auseinander zu setzen. Besonders die Objektivität der eigenen Arbeit gegenüber fällt den meisten SuS noch schwer.

Besonders die Fähigkeit zur zielgerichteten und sinnvollen Argumentation zur Reflexion, Begründung und Beurteilung der Gestaltungsentscheidungen ist bei den meisten SuS noch deutlich unfähig im Sinne des Kompetenzrasters für schriftliche Arbeiten in der FOS des BK Glockenspitze Krefeld.

2. Didaktisch-methodische Schwerpunkte

2.2.

³ S. Anhang

Einbettung in die Unterrichtsreihe

Datum	Thema der Unterrichtsstunde
25.04. Doppelstunde	Information Analyse der GT-Klausuren zur Feststellung des Lernbedarfs Erkennen von Operatoren für den Gestaltungsprozess Sammeln und systematische Aufbereitung der relevanten fachlichen Inhalte
26.04. Doppelstunde	Information Problemanalyse zum Kundenauftrag Zusammenfassung von Qualitätskriterien Planung Entwicklung einer Zielvorstellung zum Auftrag Entwicklung der Vorgehensweise zur Lösung des Auftrags
02.05. Doppelstunde	Durchführung Gestaltung von Ideenskizzen
03.05. Einzelstunde	Durchführung Reflexion der Gestaltungsarbeiten Abwägung der Vor- und Nachteile der eigenen Skizzen vor dem Hintergrund der Zielgruppenorientierung
03.05. Doppelstunde	Durchführung Gestaltung eines Entwurfs mit schriftlicher Begründung
09.05. Doppelstunde	Kontrolle Kontrolle des Lösungsweges und der erstellten Handlungsprodukte Reflexion Gelungene Aspekte Verbesserungsvorschläge Alternativen, weitere Planungsschritte

2.3. Fachlich-methodischer Schwerpunkt

Da die SuS unmittelbar vor den FHR-Prüfungen stehen, haben sie ihr Interesse deutlich gemacht die inhaltlichen und prozessbezogenen Fertigkeiten und Kenntnisse zu verbessern und zu wiederholen.

Bezugnehmend auf diese Gegenwartsbedeutung wurden die Prüfungsanforderungen und das systematische Vorgehen während der Klausur als Unterrichtsgegenstand aufgegriffen. Dadurch können die Ängste und Sorgen der SuS aufgegriffen werden und Sicherheit vermittelt werden.

Während der Unterrichtsreihe wird exemplarisch an einer neuen Lernsituation⁴ die Vorgehensweise im

⁴ S. Anhang

Gestaltungsprozess, die auf die FHR-Prüfung übertragbar ist, vertieft und optimiert. Dies geschieht auf der fachlich-inhaltlichen Ebene sowie der Metaebene.

Durch die Reflexion des Arbeitsprozesses werden auf der Metaebene Verallgemeinerungen für den Gestaltungsprozess und für die Vorgehensweise in der FHR-Prüfung erarbeitet. Somit greift die Unterrichtsreihe zukünftige Arbeitsprozesse auf.

Der Schwerpunkt der Unterrichtsreihe liegt auf der Systematisierung des Gestaltungsprozesses, wie er in der FHR-Prüfung zur Anwendung kommt. Die Gliederung folgt der Progression der Leistungsanforderungen der FHR-Prüfungsfragen, die ihrerseits am Gestaltungsprozess und der vollständigen Handlung angelehnt sind, sodass hieraus Rückschlüsse für die berufliche Praxis zur Optimierung des Arbeitsprozesses gezogen werden können.

In diesem Zusammenhang liegt der Schwerpunkt der folgenden Unterrichtsstunde auf der Erweiterung der gestalterischen Urteilskompetenz zur Überprüfung und Sicherung von Qualitätsanforderungen von Gestaltungsarbeiten.

In der Auswertung der vergangenen Gestaltungsaufgaben und Fachklausuren haben die SuS die größten Schwierigkeiten in der Beurteilung der eigenen Ideen und Skizzen erkannt und genannt.

Die Fremdüberprüfung wurde hinreichend besprochen, sodass didaktisch reduziert der Schwerpunkt auf der Selbstüberprüfung der Gestaltungsprodukte liegt. Diese Fähigkeit sollte im Rahmen der Prüfungsvorbereitung und für zukünftige berufliche Situationen erweitert werden, da nicht immer qualifizierte Personen zur Fremdüberprüfung verfügbar sind, die Qualität der Gestaltungsarbeiten dennoch gesichert sein sollte.

Die SuS können eigene Entwürfe noch nicht ausreichend kritisch reflektieren, weil der persönliche Bezug die Urteilsfähigkeit beeinflusst. Da Möglichkeiten zur Kundenorientierung und Vorgaben zum Corporate Design bereits ausführlich behandelt wurden, werden den SuS in der heutigen Stunde Hilfen angeboten einen Perspektivwechsel zur Zielgruppe vorzunehmen, um sich von der eigenen Arbeit lösen zu können.

Dazu lernen die SuS zunächst eine Methode kennen, mit der Werbe- und Marketingagenturen den Umgang mit Zielgruppen vereinfachen können. Auf der Grundlage von Marktforschungsstudien und anderen empirischen Ergebnissen werden Mitglieder einer bestimmten Zielgruppe personifiziert, z.B. in dem ihnen passende Namen, Gesichter, Berufe, Hobbies etc. zugeschrieben werden⁵. Damit die SuS möglichst zielgerichtet arbeiten können wird ihnen als Reduktionsentscheidung ein vorgefertigter Steckbrief zur

⁵ Vgl. Strupat 2009

Verfügung gestellt, den sie auf der Grundlage der aktuellen SINUS-Studie⁶ für ihre Zielgruppe aus der Lernsituation bearbeiten. Der Text zur SINUS-Studie ist so gekürzt, dass die SuS nur die für die Stunde relevanten Informationen vorliegen haben.

Durch die Auseinandersetzung mit der Lebenswelt der Zielgruppe und die Entwicklung eines typischen Steckbriefs können die SuS leichter eine Vorstellung von den Erwartungen der Zielgruppe erhalten und damit die Wirksamkeit ihrer Gestaltungsentscheidungen überprüfen. Die SuS wenden hier eine neue Methode an Zielgruppendefinitionen vorzunehmen.

Eine weitere Hilfe für den Perspektivwechsel ist eine entsprechende Brille aufzuziehen. Sie ist hier besonders geeignet, da die SuS visuell dazu angeregt werden eine bestimmte Sichtweise einzunehmen.

Hieraus können die SuS dann qualifiziert eine Auswahlentscheidung oder Verbesserungsvorschläge treffen, welche Arbeiten dem Kunden aus der Lernsituation vorgelegt werden können. Der Kunde möchte schließlich ein Produkt, das bei der Zielgruppe eine positive Reaktion auslöst. Die Auswahl erfolgt durch das Gegenüberstellen und Abwägen der zielführenden und weniger gelungenen Gestaltungsmittel aus der Perspektive der Zielgruppe.

Der Einstieg greift eine in gestalterischen Berufen auftretende Situation auf. Ein vorher festgelegter Termin wird vorverlegt, was eine effiziente und schnelle Arbeit erforderlich macht. Die Betonung der zielführenden Arbeit greift die Lernvoraussetzungen der Klasse auf. Hier können die SuS Strategien entwickeln und erfahren, die sie in Prüfungssituationen ebenfalls anwenden können.

Die kooperativen Arbeitsphasen und die Gruppeneinteilung trägt den Lernvoraussetzungen Rechnung, dass alle SuS in Teilbereichen nützliche Fähigkeiten und Kenntnisse haben, die sie den anderen zur Verfügung stellen können. Weitestgehend sitzt in jeder Gruppe mindestens ein/e SuS sitzt, die/der in fachlichen Kenntnissen leistungstark ist.

Die Sicherung und Vertiefung der Ergebnisse erfolgt durch die Anwendung der Steckbriefinformationen sowie die Reflexion des Arbeitsprozesses und den Transfer auf die FHR-Prüfung.

⁶ Vgl. SINUS-Institut 2012

3. Ziele des Unterrichts

Die SuS erweitern ihre Fähigkeit zur Zielgruppendefinition, indem sie aus der aktuellen SINUS-Studie relevante Informationen ermitteln und diese in einen typischen Steckbrief transferieren.

Die SuS zeigen, dass sie die Qualität von Gestaltungsarbeiten erkennen und beurteilen können, indem sie zielgruppenspezifische Wirkungen durch die Perspektivübernahme der Zielgruppe überprüfen und in der Checkliste eintragen.

Die SuS zeigen, dass sie sich kritisch mit Gestaltungsentscheidungen auseinandersetzen können, indem sie zielführende Skizzen mit weniger wirkungsvollen vergleichen und begründet eine Auswahlentscheidung treffen.

4. Synopse

Phase	Inhalt	Sozialform/ Methode	Medien
Einstieg	Auftragsänderung! „Das FOS-Team hat gerade Bescheid gesagt, dass es bis 10:40h nur maximal fünf wirkungsvolle Vorschläge braucht!“ Die SuS stellen fest, dass zu viele Skizzen vorhanden sind.	L-Impuls	
Problematierung	„Was können wir da tun?“ Die SuS schlagen Vorgehensweisen zur Auswahl der Skizzen vor. „Worauf muss bei der Auswahl geachtet werden?“ SuS nennen Gestaltungs-Determinanten: - Kundenorientierung - Zielgruppenorientierung (- gestalterische Qualität) „Wie können wir die Zielgruppenorientierung sicherstellen?“	L-S-Gespräch L-Impuls	
Planung	Die SuS schlagen Vorgehensweise vor.	L-S-Gespräch	
Erarbeitung	Die SuS entwickeln einen Steckbrief für einen typischen Vertreter der Zielgruppe.	Arbeitsgleiche GA	AB Plakate Stifte
Anwendung Sicherung	Die SuS versetzen sich mithilfe der Brille in die Perspektive der Zielgruppe. Die SuS stellen Vor- und Nachteile ihrer Skizzen bezogen auf die Zielgruppe fest. Die SuS entscheiden sich begründet für eine Skizze.	Arbeitsgleiche GA mit unterschiedlichen Skizzen	Brillen Skizzen Check-listen
Präsentation	Die SuS stellen ihre Ergebnisse vor. Skizzen werden um 10:45h vom FOS-Gestaltungsgremium abgeholt!	S-Vortrag	Plakate Check-listen
Reflexion	„War die Vorgehensweise zielführend?“ „Welche Alternativen bieten sich an?“ „Wie kann man dies für den Gestaltungsprozess/ für Klausuren verallgemeinern?“ „War die Methode der Perspektivübernahme durch die Brille hilfreich?“	L-S-Gespräch	
did. Reserve Transfer	SuS entwickeln aus der Bewertung der Arbeit Handlungsmöglichkeiten zur Optimierung der Gestaltung.	L-S-Gespräch	

5. Literatur

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes NRW (1999). *Verordnung über die Ausbildung und Prüfung in den Bildungsgängen des Berufskollegs, (Ausbildungs- und Prüfungsordnung für Berufskollegs). Anlage C.* Düsseldorf

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes NRW (2011). *Richtlinie für die Bildungsgänge der Fachoberschule Klassen 11,12 und 13 (APO-BK Anlagen C9, C10, C11 und D29).* Düsseldorf

Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes NRW (2007). *Lehrplan für das Berufskolleg NRW für die Bildungsgänge der Fachoberschule. Gestaltungstechnik.* Düsseldorf

Pro-art Werbeagentur, Brendhelfer, Vertriebskick (2011). Excellence-Breakfast-Meeting. *Schneller mehr verkaufen. Was Kunden wirklich hilft. Erfolg durch Kunden-Kunden-Marketing.* Emsdetten: Wissensbilder Akademie

SINUS-Institut (2012). *Pressemitteilung zur SINUS-Jugendstudie. Wie ticken Jugendliche 2012?.* Berlin

Strupat, Ralf R. (2009). *Zielgruppendefinition. Wie bestimme ich meine Zielgruppe.*
<http://www.onpulsion.de/themen/169/zielgruppendefinition-wie-bestimme-ich-meine-zielgruppe/>
28.03.2012

6. Versicherung

Ich versichere, dass ich die schriftliche Planung eigenständig verfasst, keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt und die Stellen der schriftlichen Planung, die anderen Werken dem Wortlaut oder Sinn nach entnommen sind, in jedem einzelnen Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht habe. Das Gleiche gilt auch für beigegebene Zeichnungen, Kartenskizzen und Darstellungen.

Datum

Unterschrift

7. Anhang

Arbeitsblätter:



Klasse: FOS 12G
Fach: Gestaltungstechnik
Datum: 03.05.2012

Zeit bis: _____

Ihre Aufgaben:

- 1. Erstellen** Sie in Ihrer Gruppe einen Steckbrief zu einem typischen Vertreter der Zielgruppe für den aktuellen Kundenauftrag!

Verwenden Sie dazu die Informationen aus der aktuellen Sinus-Studie.

- 2.** Nehmen Sie jeder den **Blickwinkel Ihres Vertreters** mithilfe der Brille ein!

Wodurch würden sie sich am meisten angesprochen fühlen?

Welche Gestaltungsmittel drücken am besten Ihre Erwartungen und Stimmung aus?

- 3. Beurteilen** Sie nun die Skizzen nach Ihrer Wirksamkeit zur Zielgruppenansprache!

Verwenden Sie dazu die Checkliste.

Schlüpfen Sie nun wieder in die **Rolle des Gestalters!**

- 4. Entscheiden** Sie sich in der Gruppe für den wirkungsvollsten Entwurf!

Sie können auch Veränderungen vornehmen, sofern die Zeit noch reicht.

Befestigen Sie Ihren Entwurf für die Präsentation an Ihren Steckbriefen.

Pressemitteilung

Berlin, 28. März 2012

Sinus-Studie „Wie ticken Jugendliche 2012“ erschienen

Studie zu von 14- bis 17-Jährigen in Deutschland

Auf unsichere Berufsaussichten und Leistungsdruck reagieren Jugendliche in Deutschland mit Pragmatismus statt Protest – und dem Streben nach mehr Sicherheit. [...]

Trotz unsicherer Zukunftsperspektiven ist der Bewältigungsoptimismus unter den meistens Jugendlichen groß. Eine Ausnahme bilden jedoch die Jugendlichen aus prekären Lebensverhältnissen, die sagen: „Wir haben keine Chance auf eine Berufsausbildung und ein Arbeitsverhältnis“. [...]

Bei allen Unterschieden zwischen den Jugendlichen fasst die Studie auch allgemeine Befunde zusammen. So gibt es zum Beispiel in allen Lebenswelten trotz unterschiedlicher Wertevorstellungen ein wachsendes Bedürfnis nach Sicherheit, Freundschaft und Familie. Diese „Regrounding“-Tendenzen sind eine Reaktion auf gestiegenen Leistungsdruck, zunehmende Gestaltungsoptionen und die Unsicherheit, wie sich das Leben entwickeln wird. Den meisten Jugendlichen ist bewusst, dass ihre Berufs- und Lebensaussichten unsicher sind. Deshalb verhalten sich viele wie „Mini-Erwachsene“, die immer früher damit beginnen (müssen), das Leben und die Karriere aktiv zu gestalten.

Die Studie zeigt in Schwerpunktthemen, was Jugendliche in Bezug auf Schule, Berufsorientierung, Glaube, Engagement und Medien denken. An ihren Schulen wünschen sie sich kompetente, empathische Lehrer mit Ausstrahlung. Sie wollen individuell gefördert werden und praxisnah lernen. Wie wichtig die Orientierung an der Lebenswelt ist, zeigt der Blick auf die prekären Jugendlichen: Für sie haben die Inhalte des Unterrichts wenig mit ihrem Alltag zu tun. [...]

Die Studie erscheint zunächst im Verlag Haus Altenberg und ist ab 1. April im Buchhandel erhältlich (ISBN 978-3-7761-0278-9). Im Herbst kommt die Studie als Band in der Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb heraus. Rezensionsexemplare, Pressematerial zu den Lebenswelten und den zentralen Ergebnissen gibt es auf den Internetseiten der Herausgeber und auf www.sinus-institut.de.

Quelle: SINUS-Institut (2012). *Wie ticken Jugendliche?*

Steckbrief mit möglichem Ergebnis:

Ich heiße:

Leon

Alter: 15

Wohnort: *Krefeld*

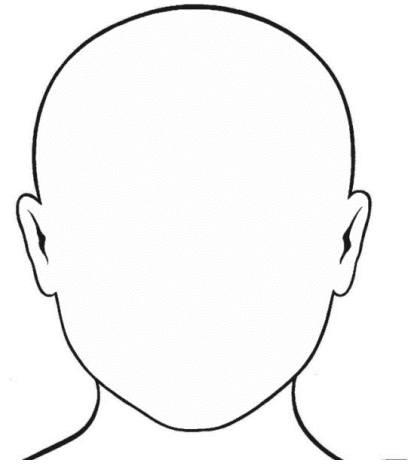
Hobbies: *Chillen, Musik, Skaten*

Meine berufliche Zukunft sieht so aus:

Keine Ahnung.

*Ich werde versuchen später eine
Ausbildung zu machen.*

Ich nehme das, was kommt.



Diese Gefühle sollte die Schule mir vermitteln:

*Sicherheit, Jugendlichkeit, Erfolg
Orientierung*

*Diese Gestaltungsmittel sind besonders
geeignet zur Zielgruppenansprache:*

*kräftige Farben für Jugendlichkeit
warme Farben für Sicherheit
Starke Kontraste für Orientierung
Progression für Erfolg
Gesetz der Prägnanz für Orientierung*

Bitte
hier ausgewählte
Skizze aufkleben

Checkliste mit Kopiervorlage:



Klasse: FOS 12G
Fach: Gestaltungstechnik
Datum: 03.05.2012

Wie wirkungsvoll sind die Skizzen aus der Sicht von (Name eintragen) :

Gestaltungsmittel	Skizze	Skizze	Skizze	Skizze	Skizze
Farbwirkung Farbkontraste					
Gestaltungs- prinzipien					
Wahrnehmungs- gesetze					
Format					



Krefeld, 26.04.2012

Liebe FOS 12G,

für den kommenden Tag der offenen Tür soll der BK Glockenspitz Krefeld „Wegweiser“ zu den verschiedenen Bildungsgängen vereinfacht werden.

Die Informationen sollen auf einem DIN A4-Flyer als Übersicht zusammengefasst werden.

Die Texte werden Ihnen vorgegeben, sodass Sie sich voll auf die gestalterische Umsetzung konzentrieren können.

Zielgruppe sind vor allem angehende Schüler des BK Glockenspitz Krefeld.

Die Gestaltungsvorschläge sollten Sie uns bis zum 09.05.2012 mit einer Begründung Ihrer Entscheidungen zukommen lassen. Da uns momentan nicht allzu viel Zeit zur Verfügung steht bitten wir um eine präzise aber dennoch vollständige Darstellung Ihrer Argumente.

Wir freuen uns auf Ihre Vorschläge und wünschen Ihnen viel Erfolg bei den FHR-Klausuren!

Mit freundlichen Grüßen

Das FOS-Gestaltungsgremium

„Fahrplan“ zur Prüfungsvorbereitung

Klausurablauf					Vorbereitung durch...	
AB	Arbeits-schritt	Was ist zu tun?	Operatoren	Zeit	... wiederholen/ anwenden von...	Datum
I	Problem-analyse		benennen aufzeigen beschreiben darstellen wiedergeben zusammen- fassen	40 Min	Gestaltungsprinzipien Wahrnehmungsgesetze Corporate Design Zielgruppenanalyse	26.04.
I II	Zielvor- stellung		heraus- arbeiten präzisieren strukturieren untersuchen	20 Min	Werbewirkung	26.04.
II	Ideen- skizze		entwerfen gestalten visualisieren	50 Min	Darstellungstechniken Materialien	26.04.
II	Varianten		entwerfen gestalten visualisieren optimieren		Kreativitätsmethoden Qualitätskriterien	02.05.
II	Ent- scheidung		vergleichen entscheiden		Perspektivenwechsel	03.05.
III	Be- gründung		begründen diskutieren	50 Min	Argumentation Fachbegriffe	03.05.
III	Reflexion		beurteilen erörtern nachweisen überprüfen übertragen reflektieren		Beurteilungskriterien	09.05.
Kontrolle				20 Min		10.05.