

**Studienseminar für Lehrämter
an Schulen Duisburg II
Seminar für das Lehramt am Berufskolleg**

Schriftlicher Unterrichtsentwurf

| | |
|----------------------------------|---|
| Fachrichtung | Wirtschaftswissenschaften |
| Fach | Betriebswirtschaftslehre |
| Lernfeld | |
| Thema | Die Erarbeitung der Möglichkeiten von Werbung allgemein mit Hilfe der Kartenabfrage und die konkrete Entscheidung für die SportAktiv GmbH |
| Kurze Zusammenfassung | |
| Datum | 17. Juni 2005 |
| Bildungsgang/Stufe | Höhere Handelsschule – Unterstufe |
| Autor (freiwillig) | Nicole Maas |
| Emailadresse (freiwillig) | |

1. Lerngruppe

1.1 Besonderheiten der Lerngruppensituation

Bei der Klasse HH 44 handelt es sich um eine Vollzeitklasse der Unterstufe im Bildungsgang Höhere Handelsschule. Die Klasse besteht aus insgesamt 24 Schülern, wovon 8 weiblich und 16 männlich sind. Fünf Schüler der Klasse haben Vorwissen bezüglich des Lernstoffs aufgrund des vorherigen Besuchs der Handelsschule bzw. durch die Wiederholung der Unterstufe der Höheren Handelsschule. Für die anderen ist der Inhalt der Unterrichtsreihe vollkommen neu.

Das Klima innerhalb der Klassengemeinschaft kann als sehr gut beschrieben werden. Die Klasse zeichnet sich durch eine, für den Bildungsgang ungewöhnlich hohe Leistungsbereitschaft aus. Das zeigt sich zum einen durch einen hohen Aufmerksamkeitsgrad während des Unterrichts und zum anderen durch kritische Nachfragen bezüglich des Unterrichtsstoffs oder sogar darüber hinaus.

Ich unterrichte diese Klasse im Fach Betriebswirtschaftslehre im Rahmen des bedarfsdeckenden Unterrichts seit dem 08. September 2004.

1.2 Ausprägungen der Kompetenzbereiche

Die Schüler weisen zum Teil unterschiedliche Ausprägungen bezüglich ihrer Fähigkeiten auf. Bei einem Teil liegen die Stärken eher im mündlichen Bereich, bei anderen wiederum sind sie in Bezug auf Ausarbeitungen und somit schriftlicher Problemlösung ausgeprägter.

Die Fachkompetenz der Schüler lässt sich größtenteils im guten Bereich ansiedeln, wobei die Ausprägungen innerhalb der Klasse gestreut sind. Die mündliche Mitarbeit in dieser Klasse ist heterogen. Mehr als die Hälfte der Klasse zeigt aktives Interesse am Unterricht, der andere Teil verfolgt den Unterricht, nimmt jedoch seltener aktiv am Unterrichtsgeschehen teil.

Bezüglich der Lern- und Methodenkompetenz lässt sich sagen, dass die Schüler sowohl der Partner- als auch der Gruppenarbeit aufgeschlossen und positiv gegenüberstehen. Aufgrund einer Vielzahl von Anwendungen in unterschiedlichen Fächern sind diese Methoden den Schülern schon gut verinnerlicht. Darüber hinaus zeigen die Schüler Interesse an neuen Methoden und nehmen diese positiv an.

Die Schüler dieser Klasse weisen eine gute Sozialkompetenz auf. Dies zeigt sich insbesondere bei Problemen einzelner Schüler, bei denen durch andere Schüler versucht wird, diese zu beseitigen. Des Weiteren ermahnen die Schüler sich auch untereinander dem Unterrichtsgeschehen zu folgen, damit niemand durch den anderen gestört wird.

2. Didaktische Entscheidungen

2.1 Thematischer Zusammenhang

Das Thema der heutigen Stunde kann gemäß den Richtlinien und Lehrplänen für den Bildungsgang Höhere Berufsfachschule (Höhere Handelsschule) dem Lerninhalt „Absatz“ zugeordnet werden.

Thema der Unterrichtsreihe

Die Erarbeitung von Marketinginstrumente am Beispiel der SportAktiv GmbH

Thema der vorangegangenen Stunden

13.06.2005 Der Absatz der SportAktiv GmbH: Wie sieht der relevante Markt aus?
Möglichkeiten der Marktforschung.
17.06.2005 – Absatzwerbung der SportAktiv GmbH - Welche Zielgruppe soll
1.Stunde angesprochen werden? Wie sieht die Werbebotschaft aus?

Thema der heutigen Stunde

Die Erarbeitung der Möglichkeiten von Werbung allgemein mit Hilfe der Kartenabfrage und die konkrete Entscheidung für die SportAktiv GmbH.

Thema der folgenden Stunde

Die Erarbeitung der Preispolitik allgemein und speziell im Bezug auf die Produkte der SportAktiv GmbH.

2.2 Didaktischer Kommentar

Diese Stunde dient dazu, den Schülern auf der einen Seite die Methode der Kartenabfrage und auf der anderen Seite das Thema der Absatzwerbung, insbesondere im Hinblick auf Werbeträger und Werbemittel näher zu bringen.

Ausgehend von einem Dialog zwischen Otto Sport und Tina Aktiv, Inhaber der fiktiven Unternehmung SportAktiv GmbH, dass die Schüler seit den Unternehmensformen begleitet, wird die Leitfrage der Stunde „Welche Möglichkeiten der Werbung sind für die SportAktiv GmbH geeignet“ gebildet.

In einer ersten Erarbeitungsphase sollen die Schüler sich in Einzelarbeit über die Methode der Kartenabfrage informieren und sich je zwei verschiedene Werbemöglichkeiten überlegen. Diese Möglichkeiten der Werbung sollen auf Karten notiert und auf der Tafel angeklebt werden. Die Methode der Kartenabfrage und der damit verbundenen Einzelarbeit wurde hier gewählt um auch die ruhigen Schüler dieser Klasse zu ermuntern, aktiv am Unterrichtsgeschehen teilzunehmen und ihnen zu zeigen, dass sie auch alleine Lösungen finden können, die das Unterrichtsgeschehen vorantreiben.

Im Anschluss an die Einzelarbeit und diese erste Präsentation werden die Schüler aufgefordert in Gruppenarbeit thematische Schwerpunkte zu bilden, Oberbegriffe zu finden und die

einzelnen Werbemöglichkeiten den auf dem Arbeitsblatt definierten Begriffen Werbeträger und Werbemittel anhand eines Beispiels zuzuordnen. Die Definition der Werbeträger und Werbemittel wird hier vorgegeben, da der Schwerpunkt der Stunde auf der Methode der Kartenabfrage liegt.

Die Gruppenarbeit wird an dieser Stelle gewählt, um den Schüler nach der Einzelarbeit auch die Vorteile der Teamarbeit vor Augen zu führen.

Im Anschluss an die zweite Erarbeitungsphase erfolgt exemplarisch die Ergebnispräsentation einer Gruppe. Die gefundenen und geordneten Werbemöglichkeiten werden im Anschluss im Klassenunterricht diskutiert und auf ihre Geeignetheit für die SportAktiv GmbH überprüft. Die dabei auftretenden Kriterien bei der Auswahl einer Werbemöglichkeit werden an der Tafel festgehalten. Eine Beantwortung der Leitfrage der Stunde wird hier vorgenommen.

Den Abschluss der Stunde stellt eine Reflexion der Methode der Kartenabfrage dar. Insbesondere die Vorteile der Kartenabfrage sollen hier herausgestellt werden.

2.3 Stundenziel:

Der Schwerpunkt der Unterrichtsstunde liegt auf der Vermittlung methodischer Kompetenzen. Insbesondere die ruhigeren Schüler sollen durch die Methode der Kartenabfrage erkennen, wie viel auch sie zum Unterrichtsprozess beitragen können und so ihr Selbstbewusstsein auch im Hinblick auf die spätere Gruppenarbeit stärken.

Förderung der Fachkompetenz

Die Schüler

- kennen verschiedene Möglichkeiten der Werbung und die Unterscheidung zwischen Werbeträgern und Werbemitteln,
- übertragen ihr gewonnenes Wissen auf die konkrete Situation und finden so Kriterien zur Auswahl geeigneter Werbemöglichkeiten,
- treffen eine Entscheidung für den dargestellten Fall.

Förderung der Sozial- und Humankompetenz

Die Schüler

- erkennen ihre eigenen Möglichkeiten dem Unterrichtsgeschehen aktiv und produktiv beizutragen,
- lösen Problemstellungen mit Hilfe der Gruppenarbeit und entwickeln so ihre Teamfähigkeit weiter.

Förderung der Lern- und Methodenkompetenz

Die Schüler

- lernen die Methode der Kartenabfrage und die mit ihr verbundenen Vorteile kennen,

- übertragen erlerntes auf eine konkrete Situation.

2.5 Stundenverlaufsplanung

| Phase | Handlungsaspekte/ Sachaspekte | Arbeitsform | Medien |
|---|--|---|--|
| Einstieg/ Problemdarstellung | Zwei Schüler lesen einen Dialog zwischen Otto Sport und Tina Aktiv vor. | Schülervortrag | Folie |
| Problemanalyse | Es werden folgende Erschließungsfragen geklärt, um die Schüler für das Problem zu sensibilisieren. a) Was ist der Inhalt des vorgetragenen Dialogs? b) Leitfrage: Welche Möglichkeiten der Werbung sind für die Sportaktiv GmbH geeignet? | Unterrichtsgespräch; fragend-entwickelnd | Tafel |
| Erarbeitungsphase I | Die Schüler informieren sich mit Hilfe eines Arbeitsblattes über die Methode der Kartenabfrage. Die Schüler überlegen sich je zwei verschiedene Möglichkeiten der Werbung und halten diese auf ausgegebenen Karten fest. | Einzelarbeit | Arbeitsblatt / Infoblatt/ Karten |
| Präsentation I | Die Schüler kleben ihre Karten an die Tafel. | Schülerpräsentation | Tafel/ Karten |
| Erarbeitungsphase II | Die Schüler sollen in Gruppenarbeit die an der Tafel klebenden Karten nach thematischen Schwerpunkten ordnen und Oberbegriffe für diese Schwerpunkte finden. Eine Unterscheidung zwischen Werbeträgern und Werbemitteln soll dabei vorgenommen werden. | Gruppenarbeit | Arbeitsblatt/ Infoblatt |
| Präsentation II | Eine Gruppe präsentiert exemplarisch ihre Lösung. | Schülerpräsentation | Tafel/ Karten |
| Transfer | Diskussion über die Kriterien geeigneter Werbemöglichkeiten und Entscheidung im Fall der Sport Aktiv GmbH. | Unterrichtsgespräch | Tafel/ Karten |
| Reflexion | Die Methode der Kartenabfrage wird im Klassenunterricht besprochen und diskutiert. | Unterrichtsgespräch | Tafel |
| Hausaufgabe | Die Schüler bekommen die Aufgabe sämtliche Karten den Begriffen Werbeträger oder Werbemittel zuzuordnen. | | |

3. Literaturverzeichnis

Follmer, Franz, Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen für die Höhere Berufsfachschule Wirtschaft, Band 1: Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage, Darmstadt 2003.

Lehrplan

Kultusministerium NRW (1989): Richtlinien und Lehrpläne – Höhere Berufsfachschule (Höhere Handelsschule), Verlagsgesellschaft Ritterbach GmbH, Frechen.

4. Anhang

Anhang A: Folie Dialog Otto Sport und Tina Aktiv

Anhang B: Arbeitsblatt

Anhang C: Informationstext

Anhang D: Tafelbild

Otto: Bis jetzt sieht alles gut aus:
Die Gründung unserer kleinen GmbH hat prima geklappt. Unser Budget ist zwar klein, aber bis jetzt ausreichend. Drei Fan-Shops haben wir nun schon eröffnet.



Tina: Und tolle Produkte haben wir auch. Unsere speziellen WM-Trikots und WM-Hosen sind einfach einmalig und toll.

Otto: Der mangelnde Bekanntheitsgrad ist ein Problem. Dabei ist die Werbebotschaft klar. Unsere Kunden sollen wissen, was für tolle Produkte wir haben.



Tina: Aber wie erfahren sie das?

Arbeitsblatt zum Thema Werbemittel

Fallzusammenfassung:

Otto Sport und Tina Aktiv treffen sich zu einer Sitzung. Der kleinen, frisch gegründeten GmbH geht es gut. Drei Filialen sind eröffnet und die Trikots und Hosen sind toll. Problematisch ist nur der geringe Bekanntheitsgrad. Dieses Problem soll nun angegangen werden...



Arbeitsaufträge I:

Bearbeiten Sie die Arbeitsaufträge in Einzelarbeit und nehmen Sie den angefügten **Informationstext** über die Methode der Kartenabfrage zu Hilfe.

1. Überlegen Sie sich zwei Möglichkeiten der Werbung für die Sport Aktiv GmbH und halten Sie diese auf den beiliegenden Karten fest.
2. Sammeln Sie die Karten an der Tafel.



5 Minuten !

Arbeitsaufträge II:

Bearbeiten Sie die Arbeitsaufträge in Gruppenarbeit und nehmen Sie den **Informationstext** über die Methode der Kartenabfrage sowie die Informationen zu der Unterscheidung von Werbeträger und Werbemittel zu Hilfe.

1. Sortieren Sie die Karten nach thematischen Schwerpunkten.
2. Finden Sie Oberbegriffe für diese Schwerpunkte.

Im Marketing wird zwischen Werbeträgern und Werbemitteln unterschieden. Folgende Definition wird dabei verwendet:

Werbeträger: Werbeträger sind alle Personen oder Dinge, die Werbemittel an die Zielgruppe herantragen. Transportmittel für die Werbemittel, z.B. Zeitschrift.

Werbemittel: Beinhaltet die Werbebotschaft in Form von Handzetteln, Plakaten, Zeitungsanzeigen,....

3. Nehmen Sie eine Unterscheidung zwischen Werbeträgern und Werbemitteln anhand eines Beispiels vor.



10 Minuten !

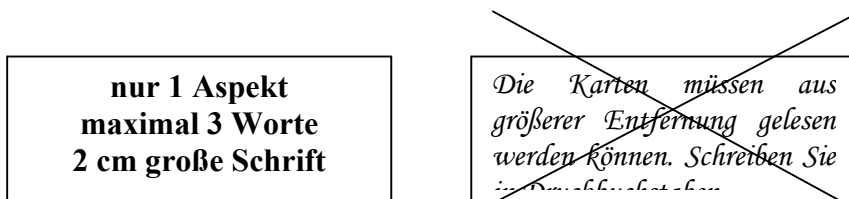
Informationstext

Kartenabfrage

Diese Methode ist besonders geeignet, alle Teilnehmer zu eigenen Ideenbeiträgen zu motivieren und bei der Suche nach Problemlösungsansätzen zu beteiligen.

Wie funktioniert die Kartenabfrage?

1. Eine Problem oder eine Leitfrage wird an der Tafel, auf der Folie, etc. festgehalten.
2. Jeder Teilnehmer erhält Karten und einen Filzstift.
3. Die Karten sind so zu beschriften, dass sie auch aus größerer Entfernung gelesen werden können.

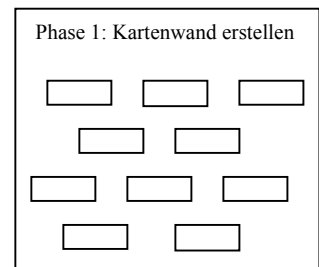


4. Die Teilnehmer haben 5-10 Minuten Zeit für das Ausfüllen der Karten.

Der weitere Ablauf erfolgt in drei Phasen:

Phase 1

5. Die Karten werden einzeln von den Teilnehmern vorgelesen und an eine Pinnwand oder Tafel geheftet.

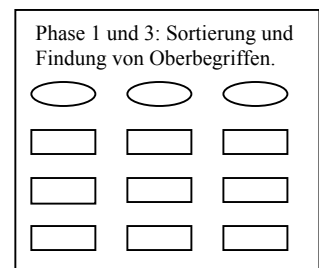


Phase 2

6. Die Karten können dabei nach thematischen Schwerpunkten sortiert oder zu Problemfeldern verdichtet werden.

Phase 3

7. Zum Abschluss können Oberbegriffe für die Schwerpunkte oder Problemfelder gefunden werden.



| Rechte Tafel | Folie | Linke Tafel |
|--|-------|---|
| <p>Leitfrage: Welche Möglichkeiten der Werbung sind für die Sport Aktiv GmbH geeignet?</p> <p>Gesprochene s Wort</p> <ul style="list-style-type: none"> WT: Fernsehen WM: Werbespot Werbeführung Radio Werhefunk <p>Geschriebenes Wort</p> <ul style="list-style-type: none"> Zeitung Anzeige Katalog Prospekte Werhebrief <p>Bilder und Zeichen</p> <ul style="list-style-type: none"> Litfaßsäule Plakatwände Plakate Werhefotos Schaufenster <p>Werbezugaben</p> <ul style="list-style-type: none"> Proben Luftballons | | <p><u>Kriterien für die Auswahl von Werbemitteln:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosten • Streuweite <p><u>Vorteile der Kartenabfrage:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Jeder ist aktiv am Problemlösungsprozess beteiligt. - Schriftlich fixierte Ideen gehen nicht im Gespräch unter. - Die gesammelten Ideen können die Beteiligten immer wieder zu eigenen Beiträgen motivieren. |

