|  |  |
| --- | --- |
| Zielanalyse | Stand: 2021 |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberuf | Zeitrichtwert  |
| WSY | Kaufmann für IT-System-Management und Kauffrau für IT-System-Management | 40 |
| Lernfeld Nr. | Lernfeldbezeichnung | Jahr |
| 11 | **Absatzmarketing-Maßnahmen planen und bewerten** | 3 |
| Kernkompetenz |
| **Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, Absatzmarketing-Maßnahmen zu planen und deren Erfolg zu bewerten.** |
| Schule, Ort | Lehrkräfteteam |
|  |  |
| **Bildungsplan[[1]](#footnote-2)** | **didaktisch-methodische Analyse** |

| kompetenzbasierte Ziele | Konkretisierung | Lernsituation | Handlungsergebnis | überfachlicheKompetenzen | Hinweise | Zeit |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Die Schülerinnen und Schüler **analysieren** auftragsbezogen Zielgruppen und informieren sich über aktuelle Marketing-Maßnahmen des Unternehmens und der Wettbewerber (*Benchmarking*). |  | **LS01 Zielgruppen der Marketing-Maßnahmen des Unternehmens beschreiben** | Bericht | systematisch vorgehenInformationsquellen auffindenInformationen strukturierenZusammenhänge herstellenSchlussfolgerungen ziehen | Vgl. LF01 | 02 |
| **LS02 Eigene Marketing-Maßnahmen mit denen der Wettbewerber vergleichen** | Präsentation | systematisch vorgehenInformationen strukturierenmit Medien sachgerecht umgehen | Projekt möglich | 06 |
| Sie **planen** ergänzende Absatzmarketing-Maßnahmen zur Kundengewinnung, Bestandskundenbindung und Kundenreaktivierung. Dazu verwenden sie Instrumente der Marktbeobachtung und -analyse. Sie halten rechtliche Regelungen und betriebliche Vorgaben ein und berücksichtigen ethische Grenzen sowie interkulturelle Besonderheiten.Die Schülerinnen und Schüler **präsentieren** das Planungsergebnis den Auftraggebern und vertreten ihre Entscheidungen. |  | **LS03 Absatzmarketing-Maßnahmen planen und Grenzen aufzeigen** | MarktforschungsergebnisseMaßnahmenkatalogMitarbeiterhandbuch (Richtlinien)MarketingzieleMarketingkonzeptPräsentation | komplexe Aufgabenstellungen gliedernselbstständig planen und durchführenInformationsquellen auffindenInformationen strukturierenGesetztestexte anwendenProbleme erkennen und zur Lösung beitragenZusammenhänge herstellenSchlussfolgerungen ziehenMitverantwortung tragenmit Medien sachgerecht umgehensachlich argumentieren | UWG, Deutscher WerberatProjekt möglich | 20 |
| Sie **evaluieren** den Erfolg bereits durchgeführter Maßnahmen und **reflektieren** die strategische Position des Unternehmens im Vergleich zu den Mitbewerbern. |  | **LS04 Erfolg durchgeführter Absatzmarketing-Maßnahmen bewerten** | Mitarbeiterhandbuch (Arbeitsanweisung)KennzahlenAnalyse | Informationen strukturierenZusammenhänge herstellenSchlussfolgerungen ziehen |  | 04 |

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann für IT-System-Management und Kauffrau für IT-System-Management/Kaufmann für Digitalisierungsmanagement und Kauffrau für Digitalisierungsmanagement (2019), S. 22. [↑](#footnote-ref-2)