

Lernsituation „Werbung planen“

Didaktisch-methodische Hinweise

Auszug aus der Zielanalyse:

Bildungsplan		Didaktisch-methodische Analyse					
kompetenzbasierte Ziele	Inhalte (aus Lehrplan)	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	method.-didakt. Hinweise	Zeit	Kooperation Hinweise
Die Schülerinnen und Schüler [...] erstellen einen Werbeplan.	Werbeplanung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Werbeziele ○ Werbeetat ○ Werbeobjekte ○ Zielgruppen ○ Streugebiet ○ Streuzeit ○ Werbemittel, Werbeträger und Streuweg 	LS Werbung planen	Werbeplan	Informationen strukturieren, Informationen austauschen, sich in Teamarbeit einbinden	Erarbeitung in Einzel-, Partner- u. Gruppenarbeit	ca. 60 bis 90 Min.	Lernfeld 8 (Mit Marketingkonzepten Kunden gewinnen und binden)

Didaktisch-methodische Hinweise

Möglicher Unterrichtsverlauf:

Einstieg:

- Die Aussage von Herrn Mogler wird von einem Schüler oder einer Schülerin vorgelesen.
- An der Tafel hängt das Negativbeispiel der vorangegangenen Werbekampagne. (Motivation durch Visualisierung und aufzeigen eines Negativbeispiels)

→ Diskussion im Lehrer-Schüler-Gespräch

Bearbeitung der Lernsituation:

Erarbeitungsphase I	SuS lesen zunächst in Einzelarbeit die Bestandteile der Werbeplanung. Sie machen sich mit den Begriffen vertraut und entwickeln eine Checkliste. Anschließend kommen sie an den Lehrertisch.	Einzelarbeit
Sicherung I und Erarbeitung II	SuS treffen sich entsprechend ihres Lerntempos am Lehrertisch mit anderen SuS. Sie erhalten eine Farbe (Metaplankarte) für die spätere Gruppeneinteilung. SuS vergleichen und verbessern ggf. ihre Checklisten. Anschließend analysieren sie gemeinsam die verfolgten Werbeziele für den Werbeplan.	Partnerarbeit
Sicherung II und Erarbeitung III	SuS treffen sich in „Lerntempo-Gruppen“ (vorherige Farbzuordnung). Sie vergleichen und ergänzen gegebenenfalls ihre Ergebnisse aus der ersten Erarbeitung. Sie entscheiden sich gemeinsam für eine Werbebotschaft und führen schließlich eine Werbeplanung durch.	Gruppenarbeit
Sicherung III	Jeweils ein Gruppensprecher präsentiert den erarbeiteten Werbeplan der Gruppe und heftet den Werbeslogan an die Tafel.	Präsentationen

Abschluss:

Rückbezug auf die zu Beginn gestellte Aufgabe: Die SuS vergeben durch Magnete Punkte für den besten Werbeplan und begründen kurz ihre Entscheidung. Die Punkte werden neben dem jeweiligen Werbeslogan an die Tafel geheftet. Die Gewinnergruppe erhält einen kleinen Preis.

SuS = Schülerinnen und Schüler