|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Zielanalyse** | | **Stand: Januar 2024** | |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberuf | | Zeitrichtwert |
| **WVK**  **WKE** | **Verkäufer/Verkäuferin**  **Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel** | | **25** |
| Lernfeld Nr. | Berufsfachliche Kompetenz | | Jahr |
| **05** | **Schwerpunkt Betriebswirtschaft** | | **1** |
| Lernfeldbezeichnung | |
| **Werben und den Verkauf fördern** | |
| Schule, Ort | | Lehrkräfteteam | |
|  | |  | |
| **Bildungsplan**[[1]](#footnote-1) | | **didaktisch-methodische Analyse** | |

| **kompetenzbasierte Ziele** | **Inhalte** | **Hinweise** | **Titel der  Lernsituation** | **Handlungs- ergebnisse** | **überfachliche**  **Kompetenzen** | **Hinweise** | **Zeit** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Die Schülerinnen und Schüler entwickeln unter Beachtung der Werbegrundsätze und der gesetzlichen Rahmenbedingungen Werbemaßnahmen und bewerten deren Einsatz im Verkaufsalltag. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse strukturiert und adressatenorientiert unter Verwendung angemessener Medien.  Die Schülerinnen und Schülerwägen die Nutzung unterschiedlicher Werbearten hinsichtlich ihrer Wirkung auf die Verbraucher ab und erstellen einen Werbeplan. Zur Gestaltung und zum Einsatz von Werbemitteln setzen sie auch geeignete Software ein. Sie berücksichtigen wirtschaftliche, rechtliche und ethische Grenzen der Werbung und beurteilen den Werbeerfolg der Maßnahmen.  Die Schülerinnen und Schüler skizzieren typische Maßnahmen der Verkaufsförderung. Sie wählen Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung nach ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten aus. | Werbegrundsätze |  | **LS01 Werbegrundsätze beachten** | Präsentation | Informationen strukturieren  Zusammenhänge herstellen  Medien sachgerecht nutzen |  | 02 |
| Werbearten   * Direktwerbung und Massenwerbung * Alleinwerbung und Kollektivwerbung | z. B. Sammelwerbung, Gemeinschaftswerbung | **LS02 Werbearten unterscheiden** | Mitarbeiterhandbuch  Handlungsempfehlung | Informationen strukturieren  Zusammenhänge herstellen  Schlussfolgerungen ziehen  Entscheidungen treffen |  | 02 |
| Werbeplanung   * Werbeziele * Werbeetat * Werbeobjekte * Zielgruppen * Streugebiet * Streuzeit * Werbemittel, Werbeträger und Streuweg | z. B. Werbeanzeige, Werbebrief, Handzettel, Plakat, Website | **LS03 Werbeplan erstellen und Werbemittel gestalten** | Werbeplan  Werbeanzeige  Werbebrief  Handzettel  Plakat  Website | Informationen strukturieren  Realisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzen  Entscheidungen treffen | vgl. LS01  Projekt möglich  Einsatz geeigneter Software | 08 |
| Werbeerfolgskontrolle |  | **LS04 Wirtschaftliche Grenzen der Werbung beurteilen** | Berechnung  Handlungsempfehlung | systematisch vorgehen  Entscheidungen treffen |  | 02 |
| UWG |  | **LS05 Rechtliche Grenzen der Werbung beurteilen** | Mitarbeiterhandbuch | Probleme erkennen und zur Lösung beitragen |  | 02 |
| Selbstkontrolle | z. B. durch Deutscher Werberat, Einzelhandelsverbände, Verbraucherorganisationen | **LS06 Ethische Grenzen der Werbung beurteilen** | Mitarbeiterhandbuch  Handlungsempfehlung | eigene Meinung bilden  Entscheidungen treffen |  | 02 |
| Verkaufsförderung am POS | nur Verkaufsförderungsaktionen | **LS07 Maßnahmen der Verkaufsförderung skizzieren** | Handlungsempfehlung | Informationen strukturieren  Entscheidungen treffen |  | 01 |
| Verpackungsverordnung | nur Übersicht | **LS08 Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung auswählen** | Entscheidungsmatrix | Informationen strukturieren  systematisch vorgehen |  | 01 |
| gesamt\* | | | | | | | 20 |

\* Die restlichen 20 % des Zeitrichtwerts sind für Vertiefung und Lernerfolgskontrolle vorgesehen.

1. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Herausgeber): Bildungsplan für die Berufsschule, Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel, Verkäufer/Verkäuferin (2017), S. 17. [↑](#footnote-ref-1)