|  |  |
| --- | --- |
| **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 strukturierenZusammenhänge herstellen Medien sachgerecht nutzen |  | 02 |
| Werbearten* Direktwerbung und Massenwerbung
* Alleinwerbung und Kollektivwerbung
 | z. B. Sammelwerbung, Gemeinschaftswerbung | **LS02 Werbearten unterscheiden** | MitarbeiterhandbuchHandlungsempfehlung | Informationen strukturierenZusammenhänge herstellen Schlussfolgerungen ziehenEntscheidungen 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** | WerbeplanWerbeanzeigeWerbebriefHandzettelPlakatWebsite | Informationen strukturierenRealisierbarkeit erkennbarer Lösungen abschätzenEntscheidungen treffen | vgl. LS01Projekt möglichEinsatz geeigneter Software  | 08 |
| Werbeerfolgskontrolle |  | **LS04 Wirtschaftliche Grenzen der Werbung beurteilen** | BerechnungHandlungsempfehlung | systematisch vorgehenEntscheidungen 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** | MitarbeiterhandbuchHandlungsempfehlung | eigene Meinung bildenEntscheidungen treffen |  | 02 |
| Verkaufsförderung am POS | nur Verkaufsförderungsaktionen | **LS07 Maßnahmen der Verkaufsförderung skizzieren** | Handlungsempfehlung | Informationen strukturierenEntscheidungen treffen |  | 01 |
| Verpackungsverordnung | nur Übersicht | **LS08 Verpackungsmaterialien und Möglichkeiten der Warenzustellung auswählen** | Entscheidungsmatrix | Informationen strukturierensystematisch 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)