

Leseprobe

Berufliche Schulen

Berufsschule

Einjährige Berufsfachschule

*Innovatives
Bildungsservice*

Umsetzung der Lernfeld-Lehrpläne

Gestalter/-in für visuelles Marketing

Lernfeld 6

Mit Medien werben

Stuttgart 2006 ■ H – 05/41



Landesinstitut
für Schulentwicklung

www.lis-bw.de
best@lis.kv.bwl.de

Qualitätsentwicklung
und Evaluation

Schulentwicklung
und empirische
Bildungsforschung

Bildungspläne

Redaktionelle Bearbeitung

Redaktion: Eckhard Rein, LS Stuttgart
Autor: Petra Hummel, Freiburg
Helga Räthel, Mannheim
Bernhard Zigelli, Stuttgart
Stand: Januar 2006

Impressum

Herausgeber: Landesinstitut für Schulentwicklung (LS)
Rotebühlstraße 131, 70197 Stuttgart
Fon: 0711 6642-0
Internet: www.ls-bw.de
E-Mail: best@ls.kv.bwl.de

Druck und Vertrieb: Landesinstitut für Schulentwicklung (LS)
Rotebühlstraße 131, 70197 Stuttgart
Fax 0711 6642-108
Fon: 0711 66 42-167 oder -169
E-Mail: best@ls.kv.bwl.de

Urheberrecht: Inhalte dieses Heftes dürfen für unterrichtliche Zwecke in den Schulen und Hochschulen des Landes Baden-Württemberg vielfältig werden. Jede darüber hinausgehende fotomechanische oder anderweitig technisch mögliche Reproduktion ist nur mit Genehmigung des Herausgebers möglich.
Soweit die vorliegende Publikation Nachdrucke enthält, wurden dafür nach bestem Wissen und Gewissen Lizenzen eingeholt. Die Urheberrechte der Copyrightinhaber werden ausdrücklich anerkannt. Sollten dennoch in einzelnen Fällen Urheberrechte nicht berücksichtigt worden sein, wenden Sie sich bitte an den Herausgeber. Bei weiteren Vervielfältigungen müssen die Rechte der Urheber beachtet bzw. deren Genehmigung eingeholt werden.

© Landesinstitut für Schulentwicklung, Stuttgart 2006

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Vorwort	4
1.1 Intention	5
1.2 Anmerkungen der Redaktion	5
2. Aufbau der Handreichung	7
3. Die Ziele im Lernfeld 6	8
4. Drei Schritte zum Lernfeldunterricht	9
4.1 Schritt 1: Übersicht über mögliche Lernsituationen	9
4.2 Schritt 2: Lernsituationen mit Zielen und Inhalten (einschl. Zuordnungskontrolle)	13
4.3 Schritt 3: Konkreter Unterricht (einschl. Anlagen)	23
5. Anhang	35
5.1 Auszug aus der Verordnung über die Berufsausbildung zum Gestalter für visuelles Marketing/zur Gestalterin für visuelles Marketing vom 12. Mai 2004	35
5.2 Hinweise auf Lernfeld-Literatur im Internet	38
5.3 Hinweise auf Bücher, die im Buchhandel erhältlich sind	40

1. Vorwort

1.1 Intention

Die neuen KMK-Rahmenlehrpläne für den berufsbezogenen Unterricht der Berufsschule sind in Lernfeldern gegliedert.

Lernfelder sind mächtige Einheiten, die **auf einer A4-Seite** Vorgaben für ca. 80 Unterrichtsstunden festlegen.

In Bildungsgangkonferenzen sollen die Lernfelder auf regionale Gegebenheiten übertragen werden.

Die vorliegende Handreichung wurde als Hilfe für o.g. Bildungsgangkonferenzen und Lehrer allgemein konzipiert.

Die Autoren erhielten folgende Eckwerte für ihre Arbeit:

- die Lernfelder 1 – 12 sind in "handhabbare" Lernsituationen aufzuteilen, jeweils nur mit Bezeichnungen und Stundenangaben,
- die Lernsituationen sind mit Zielformulierungen und Inhalten zu versehen und
- mindestens eine Lernsituation ist als vollständige Unterrichtseinheit auszuarbeiten, einschließlich der zur Durchführung notwendigen Anlagen.

Dadurch ist die Handreichung einerseits eine Hilfe zur Lösung der konzeptionellen Aufgaben einer Bildungsgangkonferenz und andererseits eine Hilfe zur direkten Umsetzung des Lernfeldkonzeptes im Unterricht.

1.2 Anmerkungen der Redaktion

Der Leser muss ein gewisses Lernfeld-Verständnis besitzen, denn in der vorliegenden Handreichung wird das Lernfeldkonzept nicht extra erklärt. Lernfeldgrundlagen lassen sich den KMK-Handreichungen zur Rahmenlehrplanarbeit (15.09.2000) entnehmen.

(Siehe dazu: <http://www.kmk.org/beruf/home.htm>

Klick auf "Veröffentlichungen", dann nach dem Begriff "Handreichungen" suchen)

Auf die pünktliche Verwendung der weiblichen und männlichen Form von Personen wurde verzichtet, damit die Texte schnell und übersichtlich zu handhaben sind.

Die Bezeichnungen Zeitrichtwert, Stunden und Stdn. sind Richtwerte für die Anzahl der Unterrichtsstunden.

Die Beiträge der vorliegenden Handreichung wurden von

Petra Hummel, Friedrich-Weinbrenner-Schule, Freiburg

Helga Räthel, Heinrich-Lanz-Schule II, Mannheim

Bernhard Zigelli, Schule für Farbe und Gestaltung, Stuttgart

erstellt.

Cover-Foto: Fotos von Ernst-Ulrich Thym, Johannes-Gutenberg-Schule Stuttgart,

Fotomontage von Bernhard Zigelli

2. Aufbau der Handreichung

1. Schritt

Das mächtige Lernfeld wird in überschaubare Lernsituationen unterteilt. Dadurch entsteht eine Liste mit der Abfolge von aufeinander aufbauenden Lehr/Lernarrangements.

2. Schritt

Die Ziele und Inhalte aus dem Lernfeld werden auf die Lernsituationen verteilt, wenn nötig ergänzt und mit Bemerkungen versehen.

Dadurch stehen "kleine, überschaubare Lernfelder" zur Verfügung.

3. Schritt

Zu mindestens einer Lernsituation wird ein realer Unterrichtsablauf geschildert d.h. ein Beispiel wird beschrieben, das die konzeptionellen Teile der Unterrichtsvorbereitung deutlich macht. Dazu gehören auch die zur Durchführung notwendigen Anlagen.

3. Die Ziele im Lernfeld 6

Berufstheorie(BT)	
Lernfeld 6: Mit Medien werben	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80
<p>Zielformulierung</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler planen in Teamarbeit nach Auftrag das Werben mit Medien und stellen zielgruppenorientiert Werbemaßnahmen zusammen.</p> <p>Sie kennen die verschiedenen Werbearten, Werbemittel und Werbeträger. Sie wählen diese mit dem Auftraggeber je nach Art der zu präsentierenden Waren, Produkte oder Dienstleistungen gemäß einer Unternehmensphilosophie und Kommunikationsstrategie aus. Dabei beurteilen sie deren Wirkungen, Einsatzmöglichkeiten und Kosten.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler fertigen Gestaltungsentwürfe an und nutzen Grafik- und Bildbearbeitungssoftware.</p> <p>Sie holen Angebote für die Realisierung der Entwürfe ein und bewerten diese.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler präsentieren dem Auftraggeber die geplante Werbeaktion. Sie dokumentieren und beurteilen das Ergebnis und den Lernprozess.</p>	

4. Drei Schritte zum Lernfeldunterricht

4.1 Schritt 1: Übersicht über mögliche Lernsituationen

Umsetzungsbeispiel für das Lernfeld 6:

Mit Medien werben



Schritt 1

Lernsituationen (LS) für Berufstheorie (BT) 80		Zeitrichtwert
		BT
LS 6.1	Werbearten, Werbemittel und Werbeträger erarbeiten	14
LS 6.2	Werbestrategie planen	6
LS 6.3	Gestaltungsentwürfe anfertigen	30
LS 6.4	Angebote einholen und bewerten	4
LS 6.5	Werbeaktion präsentieren	16
LS 6.6	Ergebnis und Lernprozess beurteilen	10

4.2 Schritt 2: Lernsituationen mit Zielen und Inhalten

Umsetzungsbeispiel für das Lernfeld 6:

Mit Medien werben



Schritt 2

Lernsituation 6.1**Zeitrichtwert: BT 14**

Werbearten, Werbemittel und Werbeträger erarbeiten

Beschreibung der Ziele:

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten die verschiedenen Werbearten, Werbemittel und Werbeträger, um sie nach Bedarf zielgerichtet einsetzen zu können.

Inhaltliche Orientierung:**Hinweise:**

Werbearten

Offene / versteckte Werbung
 Direkte / indirekte Werbung
 Einzelwerbung
 Duettwerbung
 Gemeinschaftswerbung
 Co-op-Werbung
 Sammelwerbung

Werbemittel

Printwerbung
 (Anzeige; Prospekt; Katalog)
Nonprintwerbung
 Optisch:
 (Werbefilm; Video; Plakat; Schauraum;
 Messestand)
 Akustisch:
 (Rundfunkwerbung)

Werbeträger

Werbeveranstaltungen
 (Modenschau)
 Medien
 (Printmedien; TV; Rundfunk)
 Ladenfront
 Verkaufsraum
 Plakatwand
 ÖPNV

Bemerkungen:

Lernsituation 6.2 Werbestrategie planen		Zeitrichtwert: BT 2
Beschreibung der Ziele: Die Schülerinnen und Schüler erfragen vom Auftraggeber die Art der zu präsentierenden Waren, Produkte oder Dienstleistungen. Gemeinsam wählen sie die geeigneten Werbearten, Werbemittel und Werbeträger aus. Dabei achten sie auf die Übereinstimmung mit der Unternehmensphilosophie und Kommunikationsstrategie. Sie beurteilen die Wirkungen der Werbemaßnahmen, deren Einsatzmöglichkeiten und wägen die Kosten ab.		
Inhaltliche Orientierung:		Hinweise:
Corporate Identity; Imagewerbung Werbestrategisches Konzept Werbeziele Werbeplanung Einsatzmöglichkeiten von Werbung Werbeetat Werbekosten	Public Relations, Human Relations Verbreitungswege der Werbung und deren Auswahl Streuplan, Zielgruppe, Mediaplan Unterschiedliche Werbemaßnahmen mit aktuellem Bezug Herstellungskosten, Anzeigenpreise, Schaltpreise,	
Bemerkungen:		

Lernsituation 6.3**Zeitrichtwert: BT 30**

Gestaltungsentwürfe anfertigen

Beschreibung der Ziele:**Die Schülerinnen und Schüler fertigen Gestaltungsentwürfe an.**

Sie sammeln Informationen zum Thema Layout und wenden ihre Kenntnisse entsprechend der ausgesuchten Werbemittel an.

Sie informieren sich über Möglichkeiten, Schriften professionell einzusetzen.

Sie nutzen Grafik- und Bildbearbeitungssoftware.

Sie benutzen für die Umsetzung ihrer Ideen geeignete Software.

Sie wählen Bilder aus, bearbeiten diese und fügen sie ein.

Die Schülerinnen und Schüler beachten beim Entwurf das Wettbewerbsrecht.**Inhaltliche Orientierung:****Hinweise:**

Typographie

Schriftengruppen, Computerschriften,
Lesbarkeit: z.B. Zeilenabstand,
Buchstabenabstand, Schriftgrad, -schnitt
Stil, Form und Inhalt

Anordnung der Gestaltungselemente

z.B. Blocksatz, Flattersatz
Gestaltungsraster, Satzspiegel, Goldener
Schnitt

Headline
Slogan

Brainstorming

Key Visual

Bildelement einer Werbekampagne

Copy

Textteil

Textmanuskript

Bildbearbeitungsprogramm

z.B. Adobe Photoshop

Layoutprogramm

z.B. QuarkXPress, Adobe InDesign

Grafikprogramm

z.B. Adobe Illustrator, Corel Draw

Rechtliche Bestimmungen

UWG, WZG, UrhG

Bemerkungen

**Landesinstitut für Schulentwicklung
Rotebühlstraße 131
70197 Stuttgart**



www.ls-bw.de