

FBS Kärnten	Gabriele Matschnig-Sinnigen, B.A.
Lehrberuf	Bürokaufmann / Bürokauffrau
Organisationsform	Frontalunterricht, Einzelarbeit, Teamarbeit
Unterrichtsgegenstand	AWL – Angewandte Wirtschaftslehre
Schuljahr	2024
Klasse	3Ba
Kompetenzbereich/Kompetenzfeld	Marketing
Kompetenzbeschreibung/Bildungs- und Lehraufgabe	Die Schülerinnen und Schüler ... <ul style="list-style-type: none"> - Preise für Preisdifferenzierung finden - für verschiedene Werbemittel passende Werbeträger auswählen - erkennen, wenn es sich bei Werbemaßnahmen um Product-Placement handelt
Lehrstoff	Instrumente des Marketings – die „4Ps“
Unterrichtseinheiten	2

Berufliche Handlungskompetenz

Fachkompetenz	Methodenkompetenz
<ul style="list-style-type: none"> ▪ SuS wenden das Wissen an, um Aufgaben erfolgreich lösen zu können ▪ SuS können den Lösungsweg erklären und begründen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ schnelle Informationsbeschaffung ▪ selbstständiges Arbeiten ▪ Zusammenhänge erkennen und verstehen
Sozialkompetenz	Personalkompetenz
<ul style="list-style-type: none"> ▪ SuS können die Unterschiede der 4Ps erklären und Beispiele dafür nennen ▪ SuS organisieren gemeinsames Arbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SuS argumentieren ihre Ergebnisse selbstsicher

Methodisch-didaktischer Kommentar		
Phase	Ablauf	Anmerkung (Zeit/Medien/ Methoden etc.)
Begrüßung/ Einstieg	<p>Kontrolle der Abwesenden, Eintrag ins Klassenbuch</p> <p>Das Thema der heutigen Stunde lautet „Marketing“. Wir befassen uns heute im Detail mit den Instrumenten des Marketings – den 4Ps.</p> <p>Um das Vorwissen zu aktivieren, werden die Begriffe <u>Marketing</u> und <u>Marktforschung</u> der letzten Stunde wiederholt.</p>	<p>2min/Untis</p> <p>3min/ Frontalunterricht</p> <p>5min/Plenum</p>
Inputphase	Es wird ein Überblick über die Instrumente des Marketings gegeben. Die 4Ps werden in knappen und grundlegenden Worten erklärt.	10min/Frontalunterricht/ Schulbuch (AWL 3 Seite 46ff)
Erarbeitung/ Anwendung	<p><u>Stationenbetrieb:</u> Es befinden sich 4 Stationen in der Klasse. Bei jeder Station befindet sich Informationsmaterial zu einem „P“. Zusätzlich liegt Arbeitsauftrag der Muster OHG auf. Hier sollen die SuS ihr Wissen umsetzen und einen Lösungsvorschlag erarbeiten.</p> <p>Die SuS werden in 4 Gruppen aufgeteilt.</p> <p>Starke SuS unterstützen die schwächeren SuS, indem sie ihnen bei der Erarbeitung des Themas helfen.</p>	<p>55min/Einzelarbeit</p> <p>Teamarbeit</p>
Vorstellung der Ergebnisse	Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse.	20min/Plenum
Sicherung	<p>Jede(r) SuS fasst in zwei Sätzen zusammen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • was sie/er heute gelernt hat • was war wichtig/unwichtig • was hat euch gut gefallen 	5min/Einzelarbeit/ Blatt Papier

Instrumente des Marketings – 4Ps:

1.Station: Product

2.Station: Price

3.Station: Place

4.Station: Promotion

Arbeitsauftrag – Muster OHG

Finde für jedes „P“ einen Lösungsvorschlag für die Muster OHG.

Ausgangssituation: Die Muster OHG hat ein Problem ...

Steffi und Tim befinden sich nun seit einer Woche im Praktikum in der Marketingabteilung der Muster OHG. Der Marketingleiter Herr Mustermann bittet zum Gespräch:

Herr Mustermann: Liebe Praktikanten! Wie Sie ja bereits wissen, haben wir vor zwei Jahren das Mobiltelefon „Musterphone“ auf den Markt gebracht.

Tim: Ja – ich hatte selbst mal eins.

Herr Mustermann: Die Betonung liegt wohl leider auf „Sie **hatten** mal eins.“ Unser Geschäftsführer ist sehr unzufrieden mit der Entwicklung der Absatzzahlen. Dafür macht er die Marketingabteilung verantwortlich.

Steffi: Oh – das klingt nicht sonderlich erfreulich.

Herr Mustermann: Ganz und gar nicht. Unser Geschäftsführer erwartet noch heute Maßnahmen, um dem Absatzrückgang entgegenwirken zu können. Ich habe Ihnen mal ein paar Fakten zusammengestellt:

- Die Marktforschung hatte vor zwei Jahren ermittelt, dass die Konsumenten ein solches Handy kaufen würden.
- Das Handy hat einen Touchscreen und ist nur in schwarzer Farbe erhältlich.
- Der Preis liegt bei 349,- Euro (ohne Vertrag).
- Beworben wird das Handy in jeder zweiten Ausgabe einer Technik-Zeitschrift.
- Potenzielle Kunden können das Handy in fast allen Handy-Shops kaufen.

Vielleicht können Sie mir neue Ideen liefern. Es wäre schön, wenn wir uns in einer Viertelstunde noch einmal zusammensetzen könnten.

...weitere Details liegen in der jeweiligen Station auf.