|  |
| --- |
| **2. Ausbildungsjahr****Bündelungsfach:** Wirtschafts- und Sozialprozesse**Lernfeld 6** Marktmodelle anwenden(40 UStd.)**Lernsituation 6.2** Als PecuniaBank eG wollen wir dieses Jahr den Gewinn weiter steigern. Warum erhöhen wir als PecuniaBank eG nicht einfach den Darlehenszins für Allgemein-Verbraucherdarlehen gegenüber unseren Mitbewerbern? (15 UStd.) |
| Einstiegsszenario Die Auszubildende der PecuniaBank eG Svetlana Zippo ist in einer neuen Abteilung. Im Retailgeschäft für die Produkte der Allgemein-Verbraucherdarlehen darf sie seit gestern den gestandenen Kundenberater Juri Karpov unterstützen. Herr Karpov hat bisher viel über die Absicht des Vorstands gesprochen, den Gewinn in diesem Jahr weiter zu steigern. Herr Karpov weiß aber noch nicht konkret, wie er dazu beitragen kann. Morgens muss Frau Zippo immer noch durch die gesamte Fußgängerzone laufen, um die Filiale zu erreichen, da der zentrale Omnibusbahnhof am anderen Ende liegt. Heute Morgen fallen ihr bei den fünf Mitbewerberinnen und Mitbewerbern große Plakate in den Schaufenstern auf, die sie gestern Abend nicht wahrgenommen hat. Alle Kreditinstitute werben auf die eine oder andere Weise für Allgemein-Verbraucherdarlehen bis 3.000,00 Euro mit einer Laufzeit von 1 Jahr und mit einem identischen Zinssatz. Bei dem einen Mitbewerber wird noch auf die vorhandene Kompetenz, bei einem anderen auf die Kundenfreundlichkeit hingewiesen. Als sie in der Filiale ankommt, überprüft sie den Zinssatz für Allgemein-Verbraucherdarlehen der PecuniaBank eG. Kurioserweise gibt es auch hier keine Abweichung zu den Mitbewerbern. Die Filiale öffnet in 5 Minuten und Herr Karpov hat gerade eine Kreditanfrage von gestern, die sein Kunde Mark Reimer telefonisch gestellt hatte, im System aufgerufen. Frau Zippo setzt sich dazu und schlägt Herrn Karpov vor, den Zinssatz für die Kreditanfrage von gestern und für weitere Geschäfte zu erhöhen, um der geforderten Gewinnsteigerung durch den Vorstand Rechnung zu tragen. „Ach, wenn das so einfach wäre“, entgegnet Herr Karpov direkt. Er holt tief Luft und will schon detailliert über den Markt für Allgemein-Verbraucherdarlehen referieren, da kommt auch schon der Kunde Herr Reimer herein. Kurz entschlossen dreht sich Herr Karpov zu Frau Zippo um: „Liebe Frau Zippo, Sie sind die erste von den diesjährigen zwölf Auszubildenden in dieser Abteilung. Bitte überprüfen Sie, ob wir Ihren Vorschlag in die Tat umsetzen sollten. Für Ihre elf Mitauszubildenden wäre eine Information zu dem Thema bestimmt auch nützlich. Deshalb erstellen Sie bitte für die Elf eine schnellzugängliche und verständliche Information. Wenn ich dann keine Kundin/keinen Kunden mehr habe, stehe ich Ihnen natürlich auch gerne wieder zur Verfügung.“ | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Übersicht der Konditionen auf dem Markt für Allgemein-Verbraucherdarlehen, erarbeitet mit einem Textverarbeitungs- oder Tabellenkalkulationsprogramm
* Glossar mit Fachbegriffen, der als QR-Code abrufbar ist
* Vortrag, erstellt mit einer Präsentationssoftware zum Thema „Zinshandlungsspielraum der PecuniaBank eG gegenüber anderen Mitbewerben als Beispiel für das Retailgeschäft der Banken im Allgemein-Verbraucherdarlehensgeschäft“
* Kurzvortrag gegenüber Herrn Karpov, der den anfänglichen Vorschlag von Frau Zippo kritisch würdigt.

Leistungsbewertung, Lernerfolgsüberprüfung und Handlungs-produkt* Die jeweiligen erstellten Glossare sind eine Teilleistung der SL‑Note
* In der letzten Unterrichtseinheit wird über die LS 6.1 und LS 6.2 eine Klassenarbeit geschrieben
* Die Lernerfolgsüberprüfung erfolgt fortlaufend durch Aufgaben, die die Lernenden per Dateien selbstständig bearbeiten können.
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz* den Markt als virtuellen oder realen Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage zu erläutern, indem sie seine Funktionsweise skizzieren
* die Marktform Polypol hinsichtlich ihrer Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer zu beschreiben und die Marktmacht verschiedener Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer zu beurteilen, indem sie beispielhaft für das Retailgeschäft der Banken im Allgemein-Verbraucherdarlehensgeschäft den Zinshandlungsspielraum der PecuniaBank eG gegenüber anderen Mitbewerberinnen und Mitbewerben bestimmen
* die Marktform Angebotsmonopol von der Marktform des Polypols und des Angebotsoligopols zu unterscheiden, indem die Marktmacht verschiedener Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer vergleichen und beurteilen
* die Modellannahmen (Voraussetzungen) des vollkommenen Marktes zu erläutern, indem sie Aussagen durch Nutzung des Modells treffen und auf ihre Eindeutigkeit überprüfen
* die Bestimmungsfaktoren von Nachfrage- und Angebotsverhalten zu erläutern, indem sie den Verlauf und die Verschiebung der einzelnen Kurven im Markt-Preis-Modell einzeichnen
* im Modell der vollständigen Konkurrenz den Gleichgewichtspreis und die Gleichgewichtsmenge zu ermitteln, indem sie den Gleichgewichtspunkt bestimmen
* die Konsequenzen aus den Wechselwirkungen von Angebots- und Nachfrageveränderungen für die Bildung des Gleichgewichtspreises abzuleiten
* die Funktion des Gleichgewichtspreises zu erläutern, indem anhand des Modells die Tendenz zum Marktausgleich veranschaulicht wird
* die Konsumenten- und Produzentenrente zu berechnen
* kooperativ und zielorientiert zu arbeiten, indem sie sich mit ihren Partner- bzw. Gruppenmitgliedern austauschen und sich auf einen Lösungsvorschlag einigen
* zeiteffizient bei der Internetrecherche zu arbeiten, indem sie zielführende Suchstrategien anwenden
* eigenverantwortlich zu arbeiten, indem sie sich die für sie notwendigen Informationen aus den QR-Codes in Einzelarbeit erschließen
* sensibel mit der Nutzung von QR-Codes umzugehen, indem sie die Herkunft und die dahinter stehende Absicht des Erstellers des jeweiligen Codes hinterfragen
* die Fachbegriffe der Lernsituation in einem Glossar zu sammeln, indem sie die Begriffe anhand von Beispielen bezogen auf den Nachfrager Reimer und Anbieter PecuniaBank eG beziehen und erklären
* den erstellten Glossar mobil/digital zur Verfügung zu stellen, indem sie diesen als eigenen QR-Code erstellen.
 | Konkretisierung der Inhalte* Markt als ein virtueller oder realer Ort des Zusammentreffens von Nachfrage und Angebot
* Markt als Koordinationsinstanz für die Interessen der jeweiligen Teilnehmerinnen und Teilnehmer
* Marktformen (Angebotsmonopol, Angebotsoligopol, Polypol) und Marktmacht verschiedener Marktteilnehmer
* Die einzelnen Prämissen des vollkommenen Marktes als Voraussetzung zur Nutzung des Modells
* Bestimmungsfaktoren von Nachfrage- und Angebotsverhalten
* Bildung des Gleichgewichtspreises im Modell der vollständigen Konkurrenz
* Konsequenzen aus den Wechselwirkungen von Nachfrage- und Angebotsveränderungen für die Bildung des Gleichgewichtspreises
* Funktionen des Gleichgewichtspreises (Ausgleichsfunktion, Informationsfunktion, Ausschlussfunktion …)
* Berechnung von Konsumenten- und Produzentenrente
* Der Begriff der Rente
* Berechnung der Preiselastizität der Nachfrage. Konsequenz für den Handlungsspielraum der Angebotsseite des Marktes.
 |
| Lern- und ArbeitstechnikenDie Lernenden* beschaffen sich Informationen, bereiten diese auf und verarbeiten sie mithilfe von Text- und Internetrecherche, Textverarbeitungsprogrammen, Lernvideos, Auslesen von QR-Codes und Erstellung eines Glossars. Dazu nutzen sie das Think-Pair-Share-Prinzip
* gliedern Aufgabenstellungen, planen, führen durch und bewerten mithilfe eines selbst erstellten Handlungsplans, eines Spieles zur Marktsimulation, der Glossargestaltung und einem nachvollziehbaren Vortrag zu Wirkungsketten und Handlungsspielräume auf dem Markt
* führen Gespräche, arbeiten in Teams, argumentieren konstruktiv mithilfe von bestehenden Feedback-Regeln, hören aktiv zu, moderieren in Gruppenprozessen und im Plenum und visualisieren
* entwickeln Eigenverantwortung für den Lernprozess und die Handlungsprodukte, arbeiten kooperativ zusammen und übernehmen Teile des Zeitmanagements mithilfe eine Handlungsplans und der Übernahme von unterschiedlichen Teamrollen.
 |
| Unterrichtsmaterialien/FundstelleEingeführtes Lehrbuch: Allgemeine Wirtschaftslehre für den Bankkaufmann/die Bankkauffrau (ISBN 978-3-427-89222-9) 12. Aufl. 2017, S. 331 ‑ 368; Internetrecherche, Arbeits- und Informationsblätter mit QR-Codes  |
| Organisatorische HinweiseClassroom-PC, Beamer, Internetzugang, Tablets oder Smartphones, Whiteboard bzw. Tafel  |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse (Bitte markieren Sie alle Aussagen zu diesen drei Kompetenzbereichen in den entsprechenden Farben.)