

Fachoberschule Anlage C, Fachbereich Wirtschaft und Verwaltung
Fach: Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen
Anforderungssituation: 4.1 (10 UStd.)
Handlungsfeld/Arbeits- und Geschäftsprozess(e): 4 – Absatz
Lernsituation Nr.: 4.1.2 – Analyse, Einsatz und Kombination absatzpolitischer Instrumente

Einstiegsszenario (Handlungsrahmen)

Nachdem die Absatzmarktforschung dringenden Handlungsbedarf in Bezug auf die Entwicklung der Marktanteile und Umsatzzahlen des Praktikumsbetriebes/Modellunternehmens ergeben hat, muss die Absatzabteilung nun Vorschläge für ein tragfähiges und abgestimmtes Marketing-Konzept unterbreiten.
 Fokus soll hier die Ansprache der „jungen Generation“ als Kunden haben, die angesprochen werden sollen.

Handlungsprodukt/Lernergebnis

- Analyse/Prüfung der Möglichkeiten des Direktvertriebs im Rahmen des E-Commerce als neuer Vertriebsweg mit entsprechender Entscheidungsvorlage an die Geschäftsführung
- Analyse/Prüfung der Möglichkeiten des Social Media Marketings sowie weiterer Möglichkeiten des E-Commerce in Bezug auf die anzusprechende Zielgruppe mit entsprechender Entscheidungsvorlage/Entwürfen an die Geschäftsführung

Wesentliche Kompetenzen

Die Schülerinnen und Schüler ...

- entwickeln ausgehend von ihren Skizzen konkrete Umsetzungsvorschläge zur Ausgestaltung bzw. **Nutzung absatzpolitischer Instrumente der Distributionspolitik (Z5) und Kommunikationspolitik (Z6)**
- **fokussieren neue Möglichkeiten der Distributionspolitik (E-Commerce) und der Kommunikationspolitik (Social Media Marketing) für den Praktikumsbetrieb/das Modellunternehmen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Zielgruppe (vgl. LS 4.1.1) - Z2, Z7**
- **berücksichtigen bei ihren Überlegungen aktuelle Trends und Vorstellungen der Zielgruppe in Bezug auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit**
- **unterbreiten der Geschäftsführung im Rahmen einer multimedialen Präsentation ihre begründeten Ergebnisse**

Konkretisierung der Inhalte

- Maßnahmen und neue Möglichkeiten der Distributionspolitik direkter und indirekter Absatzweg, auch unter Berücksichtigung des E-Commerce sowie des Datenschutzes
- Möglichkeiten der Distributionslogistik unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeit (ökologisch, sozial)
- Instrumente der Kommunikationspolitik: PoS, Sales Promotion, PR, Direct Marketing und Absatz-Werbung unter Nutzung verschiedener Kanäle/Werbemittel/Werbeträger

Lern- und Arbeitstechniken

- Kreativitätstechniken wie Brainstorming/Brainwriting, MindMapping (auch digital)
- Kooperatives Arbeiten (z. B. Gruppenarbeit)
- Internetrecherche zur Marktanalyse / Ideengenerierung
- Visualisierung (Darstellung der Analyseergebnisse und der Entscheidungsvorlagen)
- Handlungsorientiertes Lernen (informieren, planen, entscheiden, ausführen, präsentieren)
- Hard- und Software zur multimedialen Präsentation zielgerichtet einsetzen (Präsentationssoftware, Videoclips, ...)