|  |
| --- |
| **Fachoberschule Anlage C 3, Fachbereich Wirtschaft und Verwaltung****Fach:** Deutsch/Kommunikation**Anforderungssituation:** 6– Sich mit Texten und Medien auseinandersetzen: unterschiedliche Medienprodukte (40 UStd.) **Handlungsfeld/Arbeits- und Geschäftsprozess(e):** Handlungsfeld 1: Unternehmensstrategien und Management;Planung, Organisation und Kontrolle von Informations- und Kommunikationsbeziehungen**Lernsituation Nr.:** 6.1 – Gewinnung neuer Fachkräfte durch ansprechende Unternehmensauftritte (15 UStd.) |
| Einstiegsszenario (Handlungsrahmen)Ein Unternehmen hat Schwierigkeiten bei der Rekrutierung neuer Auszubildender. Sie werden als Praktikant/in gebeten, sich Gedanken darüber zu machen, wie in Zukunft einfacher Auszubildende gewonnen werden können. Eine Analyse des medialen Unternehmensauftritts gibt Anlass für Verbesserungsvorschläge. | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Analyse von Möglichkeiten der Direktansprache potentieller Auszubildender in unterschiedlichen Kanälen
* Entwicklung unterschiedlicher Handlungsprodukte zur Anwerbung von Auszubildenden (Video, Werbetext, Erfahrungsbericht, Werbeplakat, Flyer, Blog etc.)
* Erstellung einer Kurzpräsentation für das Unternehmen, in der verdeutlicht wird, warum ein bestimmtes Handlungsprodukt gewählt bzw. nicht wurde und welche Ideen mit dem Produkt (Anwerbung von Auszubildenden) verbunden sind
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler…* analysieren und beurteilen unterschiedliche Auftritte von Unternehmen, die bereits für sich als Ausbildungsbetriebe werben (Film; Internet; Plakate etc.) (Z 1)
* analysieren und beurteilen die Rahmenbedingungen der sich wandelnden Medienlandschaft vor dem Hintergrund der Erreichbarkeit junger Menschen (Zeitung vs. Internet; analoges Fernsehen vs. YouTube/etc.) (Z 2).
* entwerfen Konzepte/Kurzpräsentationen für Medienprodukte, gestalten diese selbst in Form von konkreten Werbe- bzw. Informationsprodukten (Video, Flyer etc.) für ihren Praktikumsbetrieb (Z 3) und bewerten sie (Z 4) (z. B. Internetauftritt von Unternehmen; Werbung im Internet und Fernsehen; Flyer; Blog; Auftritt in sozialen Netzwerken; Entwurf für die Homepage des Unternehmens; Online-Artikel).
 | Konkretisierung der Inhalte* Analyse von Werbung/Unternehmensauftritten
* Gestaltungsmerkmale unterschiedlicher Medienprodukte (und deren Wirkung)
* Funktion/Wirkung von Sprache:

Sprachliche Möglichkeiten der Werbung (rhetorische. Mittel etc.)Zielgruppen-/Adressatenbezogene Sprache im Hinblick auf das gewählte Medium, vor allem im Vergleich zwischen geschriebenen und Internetauftritten |
| Lern- und Arbeitstechniken* Kooperatives Lernen und Arbeiten (in arbeitsteiligen Gruppen)
* Handlungsorientiertes Lernen (informieren, planen, entscheiden, ausführen, präsentieren)
* Internetrecherche zum Vergleich und zur Ideengewinnung
* Visualisierung der Arbeitsergebnisse (Darstellung der Analyseergebnisse und der Entscheidungsvorlagen (Kurzpräsentation)) sowie des erstellten Medienproduktes
 |
| Unterrichtsmaterialien/FundstelleInternet |
| Organisatorische Hinweise* Zugang zum Internet
 |