|  |
| --- |
| **Fachoberschule Anlage C 3 APO-BK im Fachbereich Gestaltung** **Fach:** Gestaltungstechnik**Anforderungssituation:** 3.1 (20 – 30 UStd.)**Handlungsfeld/Arbeits- und Geschäftsprozess(e):** 3, Vermarktung**Lernsituation Nr.:** 3.1.1 – Entwicklung eines Plakats für eine Werbekampagne |
| Einstiegsszenario (Handlungsrahmen)Ein Ladenlokal in einer Stadt möchte über den gewohnten Kundenstamm hinaus auch junge, an Nachhaltigkeit interessierte Menschen erreichen. Dafür wird ihre Firma beauftragt, einen zielgruppengerechten Kunden-Stopper in Form eines großformatigen Werbe-Plakates zu gestalten.Außerdem wünscht sich die Auftraggeberin/der Auftraggeber eine Darstellung des Workflows zur zeitlichen Planung. | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Kundenstopper/Aufsteller (z. B. DIN A 1) oder Werbeplakat
* Dokumentationsmappe der Arbeitsschritte
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler ... * bestimmen vermarktungswirksame Determinanten (z. B. Zielgruppenanalyse nach Sinusmilieus) zur Gestaltung von Werbeplakaten (Z 1),
* leiten anhand unterschiedlicher Plakatbeispiele Kriterien für eine absatzfördernde Umsetzung eines Werbeplakats ab und orientieren sich dabei an Erkenntnissen der Aufmerksamkeitsforschung (Z 2),
* planen die Phasen des Workflows (Z 3),
* legen eine zeitliche Planung fest (Z 3),
* entwickeln auf Basis der Determinanten und Kriterien unterschiedliche Lösungen (Z 4),
* präsentieren ihre Plakatentwürfe (Z 5),
* beurteilen die adressatenbezogene Wirksamkeit der Plakatentwürfe (Z 6).
 | Konkretisierung der Inhalte* Workflow
* Scribblephase
* Werberecht/-ethik
* Zielgruppenbestimmung/-analyse
* Werbewirksamkeit
* Figur-Grund-Verhältnis und Wirkung
* Leserlichkeit von Schriften/Schriftgrößen
* Anwendung von Farbgebung -theorie
* Reflexion der Werbeentwürfe/Überprüfung der Gestaltung durch Eye-Tracking
 |
| Lern- und Arbeitstechniken* großformatige Plakate können auch als Mock-Up ausgedruckt und manuell eingezeichnet werden
* Scribbles können sowohl analog als auch digital angefertigt werden
 |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle* Internet: diverse Seiten, in denen Mock-Ups montiert werden können
* Beispielbilder von vorhandenen Kundenstoppern/großformatigen Werbeplakaten (ggf. eigene Fotos/Illustrationen von Lernenden machen lassen)
 |
| Organisatorische Hinweise* die Zielgruppenanalyse kann auch im Fach Wirtschaftslehre behandelt werden
* eine Zusammenarbeit mit dem Fach Religion bzw. praktische Philosophie ist möglich: Vor- und Nachteile der Personalisierung von Werbung bis hin zu Werbe-/Wirtschaftsethik können fachübergreifend erarbeitet werden
* die Vor- und Nachteile des digitalen Arbeitens im Vergleich zum analogen Arbeiten können mit den Lerngruppen erarbeitet werden (ggf. auch im Fach Präsentationstechnik)
 |

Legende: Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse