**Anordnung der Lernsituationen im Lernfeld**

| **Nr.** | **Abfolge/Bezeichnung der Lernsituationen**  | **Zeitrichtwert** | **Beiträge der Fächer zum Kompetenzerwerb in Abstimmung mit dem jeweiligen Fachlehrplan** |
| --- | --- | --- | --- |
| 9.1 | Informationen zum Marketingkonzept  | 10 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler analysieren den Auftrag, Marketingmaßnahmen zu entwickeln, einzusetzen und auszuwerten. Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über Instrumente des Marketings.  |
| 9.2 | Marktforschung (Fragebogen entwickeln) | 10 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über die Instrumente der systematischen Gästebefragung. Die Schülerinnen und Schüler führen Markt- und Wettbewerbsbeobachtungen sowie Gästebefragungen durch, werten diese aus und kommunizieren die Ergebnisse.  |
| 9.3 | Marketingstrategie, Marketingziele, Zielgruppen, Unternehmensphilosophie | 10 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler informieren sich über Instrumente der Marketingstrategie. Sie koordinieren die Entwicklung der Arbeitgebermarke.  |
| 9.4 | Marketingplan: Marketingmix (4Ps), Fokus Kommunikationspolitik  | 40 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten einen betrieblichen Marketingplan mit Kommunikationsstrategie. Sie stimmen Marketingplan und Kommunikationsstrategie mit anderen Bereichen ab. Die Schülerinnen und Schüler vergleichen Angebote von Lieferanten und Agenturen zur Entwicklung und Beschaffung von Werbemitteln und Werbeträgern, wählen Angebote aus, wirken bei der Erstellung mit und gewährleisten die Aktualität. Sie koordinieren die Entwicklung und Einhaltung der Arbeitgebermarke mit allen Bereichen. |
| 9.5 | Marketing-Controlling | 10 UStd. | Die Schülerinnen und Schüler reflektieren ihr Vorgehen und kontrollieren den Erfolg des Marketingplans und der Kommunikationsstrategie. Sie leiten Optimierungsmöglichkeiten ein.  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **2. Ausbildungsjahr****Bündelungsfach:** Betriebsprozesse und Organisation**Lernfeld 9:** Marketingpläne erarbeiten (80 UStd.)**Lernsituation 9.4:** Marketingplan: Marketingmix (4Ps), Fokus Kommunikationspolitik (40 UStd.) |
| Einstiegsszenario Die Auszubildenden befinden sich in der Ausbildung zur Hotelfachfrau/zum Hotelfachmann im 2. Lehrjahr und sind zurzeit in der Marketingabteilung eingesetzt. Das Hotel, in dem sie ihre Ausbildung absolvieren, erlitt im abgelaufenen Kalenderjahr einen Einbruch bei den Übernachtungs- bzw. Umsatzzahlen. Die Konkurrenzsituation in der Stadt zwingt die Geschäftsleitung zum Handeln. Daher erhalten die Auszubildenden den Auftrag, gemeinsam mit dem restlichen Team der Marketingabteilung einen Marketingplan zu entwickeln mit dem Ziel, die Übernachtungs- bzw. Umsatzzahlen zu steigern. Auf Basis der bereits formulierten Marketingziele erhalten die Auszubildenden nun die Aufgabe, einen konkreten Marketingplan für das Hotel zu entwickeln.  | Handlungsprodukt/Lernergebnis* Präsentation des Marketingplans
* konkreter Maßnahmenkatalog für kommunikationspolitische Elemente
* Übernachtungsarrangement zur Verkaufsförderung entsprechend der Unternehmensphilosophie unter Berücksichtigung des Budgets
* zielgruppengerechtes und werbewirksames Mailing (Werbebrief) zur Präsentation des Arrangements

ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung* Klassenarbeit: Werbebrief
* Präsentation
 |
| Wesentliche KompetenzenDie Schülerinnen und Schüler* **recherchieren** verschiedene Möglichkeiten des Online-Marketings
* **vergleichen** online Angebote von Lieferanten und Agenturen zur Entwicklung und Beschaffung von Werbemitteln und Werbeträgern
* **wählen** unter Nutzung digitaler Tools Angebote **aus**
* wirken bei der Erstellung mit und gewährleisten die Aktualität
* koordinieren die Entwicklung und Einhaltung der Arbeitgebermarke in allen Bereichen
* **erarbeiten** einen betrieblichen Marketingplan mit Kommunikationsstrategie, kommunizieren die Ergebnisse und stimmen Marketingplan und Kommunikationsstrategie mit anderen Bereichen ab
* **verfassen** einen werbewirksamen Geschäftsbrief unter Berücksichtigung der DIN 5008 mithilfe eines Textverarbeitungsprogrammes
* **präsentieren** mithilfe eines digitalen Präsentationsprogrammes ihren Marketingplan
* **reflektieren** den eigenen Arbeitsprozess, z. B. im Hinblick auf den Nutzen und die Risiken der genutzten Tools wie der vorgestellten Maßnahmen.
 | Konkretisierung der Inhalte* Werbung, Werbemittel, Werbeträger
* Verkaufsförderung
* Öffentlichkeitsarbeit/Sponsoring
* Schwerpunkt: Online-Marketing
 |
| Lern- und Arbeitstechnikenarbeitsteilige Gruppenarbeit bezogen auf den MaßnahmenkatalogOnline-RechercheAnwendung Textverarbeitungsprogramm |
| Unterrichtsmaterialien/FundstelleLehrbuch (auch online)InternetTextverarbeitungsprogramm |
| Organisatorische HinweiseAnbindungsmöglichkeiten zum Fach Deutsch im Bereich der Textverarbeitung und zum Fach Englisch als Fachsprache des MarketingsPC-Raum/IPad-Klassensätze |

 |

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