**LS 7.2 Didaktisch-methodische Hinweise**

*Sonderaktion bei der moveaix J. Schubert e. Kfr. – Förderung des Abverkaufs eines besonderen Taschenmodells mithilfe von SEO bzw. SEA Maßnahmen unter Berücksichtigung einer Marketingbudget-Kalkulation auf Basis von marktorientierter und kostenorientierter Verkaufspreiskalkulation*

Die Lernsituation ist in den Kontext des Modellunternehmens moveaix J. Schubert e. Kfr eingebaut. Die Schülerinnen und Schüler sind mit dem Umfeld bzw. der Website des Unternehmens bereits vertraut. Kern der Lernsituation ist die Erstellung eines Maßnahmenplans zur Umsetzung einer Online-Marketing-Strategie unter Berücksichtigung von Budgetvorgaben.

In der Ausgangsituation werden die Schülerinnen und Schüler mit der Situation konfrontiert, einen möglichst schnellen Abverkauf im Internet zu fördern. Dafür müssen die Schülerinnen und Schüler sich mit verschiedenen Arten von Suchanfragen auseinandersetzen und zwischen den beiden wichtigen Möglichkeiten des Suchmaschinenmarketings abwägen.

Anschließend kalkulieren die Schülerinnen und Schüler das Marketingbudget mit Hilfe einer kostenorientierten Preisbildung und einer marktorientierten Preisbildung.

Im Sinne einer spiralcurricularen Kompetenzentwicklung baut diese Lernsituation auf vorher erworbene Kompetenzen auf. In den Lernfeldern 2 „Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen“ und 4 „Wertströme erfassen, auswerten und beurteilen“ haben die Schülerinnen und Schüler bereits Kompetenzen zu den Arten des Suchmaschinenmarketings und zur Kalkulation erworben. Diese werden in dieser Lernsituation angewendet und erweitert. Die Schülerinnen und Schüler vertiefen ihr Anwendungs-Know-how beim Einsatz der Tabellenkalkulation zur Bestimmung der Spanne zwischen kosten- und marktorientierter Preisbildung.

Als eine mögliche Vertiefung bietet sich die Planung einer Google-Ads Kampagne an, wobei hier die Problematik eines Nutzeraccounts zu beachten ist. Möglich wäre, dass die Schülerinnen und Schüler eine Google-Kampagne für die abzuverkaufenden Rucksäcke anlegen. Dabei erarbeiten die Schülerinnen und Schüler passende Werbebotschaften und beachten dabei, dass die Anzeigentexte unterschiedlich sein müssen, da die Kunden sich in ihrer Customer Journey an unterschiedlichen Punkten befinden.

Methodisch bietet sich hierbei eine Vielzahl an Möglichkeiten an. Über Einzelunterricht, Gruppenarbeiten mit eventueller Präsentation oder Think-Pair-Share und selbst im Distanz-unterricht ist dieses Material einsetzbar.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Anpassung der obenstehenden Lehr-/LernprozessgestaItung zu Lernsituation 7.2 im Hinblick auf einen Einsatz der Lernsituation im Präsenz- und Distanzunterricht**  Strukturierung der LS über die vollständige Handlung | | | | |
| **Handlungsphasen der Lerngruppe** | | **Mögliche Methoden, Medien, Arbeits- und Sozialformen** | **ca. 25 Std.** |
| **Analysieren/ Informieren** | Problemstellung erfassen | Unterrichtsgespräch | Präsenzunterricht (PU) / Distanzunterricht (DU) |
| **Planen** | Priorisierung der Fragestellung:  Ausgangssituation analysieren und Fachworte besprechen  Kalkulationsschemata wiederholen  Zusatzmaterial (Datenblätter, Hinweise) sichten und strukturieren  Eventuell Teams bilden  Arbeitsphasen festlegen  Datenquellen, Fundstellen festlegen  Zeitrahmen und Ergebnissicherung absprechen  Aufgaben verteilen | Unterrichtsgespräch und Moderation  Arbeits- und  Informationsmaterial  Teamarbeit | Planungsphase ist in PU sowie DU möglich |
| **Durchführen** | Sich mit Informationsvielfalt systematisch auseinandersetzen  Kalkulationen in Tabellenkalkulation durchführen  Unbekannte Begriffe und Inhalte klären  Informationen zu SEA und SEO recherchieren und auswerten | Materialien (analog und digital) Fachliteratur, Lehrbuch Internetrecherche Dokumentationsstruktur  Programme: Tabellenkalkulation, Visualisierung von Inhalten Kollaborationssoftware Teamarbeit | Distanzunterricht  Nutzen von kollaborativen Elementen  Bei Rückfragen zum Beispiel asynchrone Kommunikation per Forum und/oder synchrone Kommunikation in Chats oder Videokonferenzen |
| **Kontrollieren / Bewerten** | Ergebnisse zusammenführen, auswerten und beurteilen | Diskussion der Ergebnisse | Diskussion online, evtl. über voraufgenommene Videos präsentieren |
| **Reflektieren** | Finales Ergebnis  Erkenntnisse auf den eigenen Lern- und Arbeits- sowie Gruppenarbeitsprozess anwenden  Verbesserungsvorschläge aufnehmen | Diskussion  Unterrichtsgespräch | Präsenz oder Distanzunterricht |
| **Vertiefen** | Sonderfälle betrachten  Google Ads Kampagne durchführen | Diskussion, Unterrichtsgespräch  Arbeitsaufträge | Präsenz- oder Distanzunterricht |

Autoren:

Michael Hugot, Ludwig-Erhard-Berufskolleg Münster

Martin Lessing, Berufskolleg Bonn-Duisdorf

Andreas Berger, Berufskolleg für Wirtschaft und Verwaltung, Aachen