|  |  |
| --- | --- |
| **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 Kompetenzen  Die 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/Fundstelle  Internet | |
| Organisatorische Hinweise   * Zugang zum Internet | |