

Zupfinstrumentenmacher und Zupfinstrumentenmacherin

Anordnung der Lernsituationen im Lernfeld 11:		
Nr.	Abfolge der Lernsituationen	Zeitrichtwert (UStd.)
11.1	Marketingkonzept entwickeln	25 UStd.
11.2	Preiskalkulation erstellen	15 UStd.

<p>Curricularer Bezug: Ausbildungsjahr: 3. Ausbildungsjahr Lernfeld Nr. 11: Instrumente vermarkten (40 Unterrichtsstunden) Lernsituation Nr. 1: Marketingkonzept entwickeln (25 Unterrichtsstunden)</p>	
<p>Handlungssituation: Sie sind in einem mittelständischen Instrumentenbaubetrieb beschäftigt, dessen Absatzzahlen in den letzten Monaten deutlich rückläufig sind. Der Geschäftsführer erteilt Ihnen deshalb den Auftrag, für die nächste Leitungsberatung einen Überblick über die aktuelle Unternehmenssituation auf dem Markt sowie über Zielgruppen für den Verkauf und Dienstleistungen bzw. Reparaturen zu erstellen. Darauf aufbauend sollen Sie ein Marketingkonzept entwickeln und dessen Realisierung planen.</p>	<p>Handlungsergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Befragungsbogen - Marktanalyse - Marketingkonzept: Botschaft, Ziele, Zielgruppen, Marketingmaßnahmen
<p>Berufliche Handlungskompetenz als vollständige Handlung: Die Schülerinnen und Schüler</p> <ul style="list-style-type: none"> - analysieren den Arbeitsauftrag - informieren sich zu Zielgruppen und deren individuellen und soziokulturellen Besonderheiten, zu Absatzwegen und Serviceangeboten - führen eine Analyse der Unternehmenssituation auf dem Markt durch - entwickeln ein Marketingkonzept auf der Grundlage der Zielgruppen sowie der analysierten Unternehmenssituation - führen eine Kostenkalkulation zum Marketingkonzept durch - präsentieren der Geschäftsleitung das Marketingkonzept und die Kostenkalkulation - holen sich Feedback zum Marketingkonzept und zur Kostenkalkulation ein - überprüfen die Einhaltung der Qualitätskriterien im Rahmen des Marketingkonzepts und unter Berücksichtigung der aktuellen Marktsituation - bewerten die Analyse der Unternehmenssituation und das Marketingkonzept - reflektieren ihre Arbeitsergebnisse 	<p>Konkretisierung der Inhalte:</p> <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben und Funktionen der Vermarktung von Instrumenten - Zielgruppen - individuelle und soziokulturelle Besonderheiten der Zielgruppen - Märkte - Absatzwege - Werbung, Werbemittel und -strategien - Public Relations, Kooperationen - Qualitätssicherung - Sortimentsgestaltung <p>Serviceangebote</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wartung - Finanzierung - Zubehör - Querverkauf <p>Instrumentenspezifische Dienstleistungen und Reparaturen</p> <p>Besonderheiten der nationalen und internationalen Märkte</p> <p>Rechtliche Vorgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> - Datenschutz - Urheberrecht <p>Marketingkonzept</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketingstrategie - Absatzwege - Serviceangebote - Qualitätskriterien

Didaktisch-methodische Anregungen:

Die Lernsituation kann im Sinne eines fächerübergreifenden Ansatzes unterrichtet werden. Es existieren umfangreiche Bezüge zu den Unterrichtsfächern Deutsch/Kommunikation, Wirtschaftskunde sowie zum berufsbezogenen Englisch.

Die Komplexität der Lernsituation ermöglicht neben der fachlich-wirtschaftlichen Komponente die Entwicklung umfangreicher nichtfachlicher Kompetenzen: Methoden- und informatische Kompetenz bei der Präsentation der Ergebnisse, Kommunikationsfähigkeit sowie selbstbewusstes und sicheres Auftreten in angemessenen Umgangsformen.

Es wird empfohlen, auf korrekte Nutzung der Fachsprache sowie adressatengerechte Kommunikation in einem das engere Berufsbild übergreifenden Thematik zu achten.

Sofern internationale Märkte einbezogen werden, kann auf die Besonderheiten interkultureller Kommunikation eingegangen werden. Das bietet die Möglichkeit der Sensibilisierung für kulturelle Unterschiede und kulturspezifische Denk- und Verhaltensweisen, deren Berücksichtigung zur Verbesserung der interkulturellen Handlungsfähigkeit beiträgt.