

# ***Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg***

**Bildungsplan für die Fachschule**

**Fachschule für Gestaltung**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

**Schuljahr 1 und 2**



**Der Lehrplan tritt  
für das Schuljahr 1  
am 1. August 2014,  
für das Schuljahr 2  
am 1. August 2015 in Kraft.**

## Inhaltsverzeichnis

- 3 Vorwort
- 4 Der Erziehungs- und Bildungsauftrag der beruflichen Schulen
- 7 Der besondere Bildungsauftrag der Fachschule
- 9 Der besondere Bildungsauftrag der Fachschule für Gestaltung
- 11 Der Bildungsauftrag der Fachschule für Gestaltung – Fachrichtung Werbegestaltung
- Lehrpläne für den fachlichen Bereich
- 13 – Technische Mathematik
- 21 – Werbekommunikation
- 27 – Grafikdesign
- 33 – Werkstofftechnologie
- 39 – Kunstgeschichte
- 45 – Informationstechnik
- 51 – Werbeplanung
- 57 – Marketingtechnik
- 63 – Präsentationstechnik
- 71 – Messebautechnik
- 79 – Gestalterarbeit

---

## Impressum

Kultus und Unterricht	Amtsblatt des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg
Ausgabe C	Lehrplanhefte
Herausgeber	Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg; Postfach 10 34 42, 70029 Stuttgart
Lehrplanerstellung	Landesinstitut für Schulentwicklung, Fachbereich Bildungspläne, Heilbronner Str. 172, 70191 Stuttgart, Telefon (07 11) 66 42-4001

**Baden-  
Württemberg**

**Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg**  
**Postfach 10 34 42, 70029 Stuttgart**

Stuttgart, 11. Juli 2014

---

Bildungsplan für die Fachschule  
hier: Fachschule für Gestaltung  
Fachrichtung Werbegestaltung

Vom 11. Juli 2014 43-6512-2612-00/37

I.

Für die Fachschule für Gestaltung – Fachrichtung Werbegestaltung gilt der als Anlage beigefügte Bildungsplan.

II.

Der Bildungsplan tritt für das Schuljahr 1 am 1. August 2014, für das Schuljahr 2 am 1. August 2015 in Kraft.

Im Zeitpunkt des jeweiligen Inkrafttretens treten die im Lehrplanheft 4/2000 veröffentlichten Lehrpläne vom 11. Januar 2000 (Az. 53-6512-2619-04/2) außer Kraft.

## Der Erziehungs- und Bildungsauftrag der beruflichen Schulen

### Normen und Werte

Die Normen und Werte, die Grundgesetz, Landesverfassung und Schulgesetz enthalten, sind Grundlage für den Unterricht an unseren Schulen. Sie sind auch Grundlage für die Lehrplanrevision im beruflichen Schulwesen. Die dafür wichtigsten Grundsätze der Landesverfassung und des Schulgesetzes von Baden-Württemberg lauten:

#### Art. 12 (1) Landesverfassung:

Die Jugend ist in der Ehrfurcht vor Gott, im Geiste der christlichen Nächstenliebe, zur Brüderlichkeit aller Menschen und zur Friedensliebe, in der Liebe zu Volk und Heimat, zu sittlicher und politischer Verantwortlichkeit, zu beruflicher und sozialer Bewährung und zu freiheitlicher demokratischer Gesinnung zu erziehen.

#### Art. 17 (1) Landesverfassung:

In allen Schulen waltet der Geist der Duldsamkeit und der sozialen Ethik.

#### Art. 21 (1) Landesverfassung:

Die Jugend ist in allen Schulen zu freien und verantwortungsfreudigen Bürgern zu erziehen und an der Gestaltung des Schullebens zu beteiligen.

#### § 1 Schulgesetz:

### Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule

(1) Der Auftrag der Schule bestimmt sich aus der durch das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland und die Verfassung des Landes Baden-Württemberg gesetzten Ordnung, insbesondere daraus, dass jeder junge Mensch ohne Rücksicht auf Herkunft oder wirtschaftliche Lage das Recht auf eine seiner Begabung entsprechende Erziehung und Ausbildung hat und dass er zur Wahrnehmung von Verantwortung, Rechten und Pflichten in Staat und Gesellschaft sowie in der ihn umgebenden Gemeinschaft vorbereitet werden muss.

(2) Die Schule hat den in der Landesverfassung verankerten Erziehungs- und Bildungsauftrag zu verwirklichen. Über die Vermittlung von Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten hinaus ist die Schule insbesondere gehalten, die Schülerinnen und Schüler

in Verantwortung vor Gott, im Geiste christlicher Nächstenliebe, zur Menschlichkeit und Friedensliebe, in der Liebe zu Volk und Heimat, zur Achtung der Würde und der Überzeugung anderer, zu Leistungswillen und Eigenverantwortung sowie zu sozialer Bewährung zu erziehen und in der Entfaltung ihrer Persönlichkeit und Begabung zu fördern,

zur Anerkennung der Wert- und Ordnungsvorstellungen der freiheitlich-demokratischen Grundordnung zu erziehen, die im Einzelnen eine Auseinandersetzung mit ihnen nicht ausschließt, wobei jedoch die freiheitlich-demokratische Grundordnung, wie in Grundgesetz und Landesverfassung verankert, nicht in Frage gestellt werden darf,

auf die Wahrnehmung ihrer verfassungsmäßigen staatsbürgerlichen Rechte und Pflichten vorzubereiten und die dazu notwendige Urteils- und Entscheidungsfähigkeit zu vermitteln,

auf die Mannigfaltigkeit der Lebensaufgaben und auf die Anforderungen der Berufs- und Arbeitswelt mit ihren unterschiedlichen Aufgaben und Entwicklungen vorzubereiten.

(3) Bei der Erfüllung ihres Auftrags hat die Schule das verfassungsmäßige Recht der Eltern, die Erziehung und Bildung ihrer Kinder mitzubestimmen, zu achten und die Verantwortung der übrigen Träger der Erziehung und Bildung zu berücksichtigen.

(4) Die zur Erfüllung der Aufgaben der Schule erforderlichen Vorschriften und Maßnahmen müssen diesen Grundsätzen entsprechen. Dies gilt insbesondere für die Gestaltung der Bildungs- und Lehrpläne sowie für die Lehrerbildung.

### **Förderung der Schülerinnen und Schüler in beruflichen Schulen**

In den beruflichen Schulen erfahren die Schülerinnen und Schüler den Sinn des Berufes und dessen Beitrag für die Erfüllung menschlichen Lebens sowie seine soziale Bedeutung. Berufliche Bildung umfasst all jene Fähigkeiten, Fertigkeiten, Kenntnisse, Einsichten und Werthaltungen, die den Einzelnen befähigen, seine Zukunft in Familie und Beruf, Wirtschaft und Gesellschaft verantwortlich zu gestalten und die verschiedenen Lebenssituationen zu meistern. Die Beschäftigung mit realen Gegenständen und die enge Verknüpfung von Praxis und Theorie fördert die Fähigkeit abwägenden Denkens und die Bildung eines durch ganzheitliche Betrachtungsweise bedingten ausgewogenen Urteils. Dies schließt bei behinderten Schülerinnen und Schülern, soweit notwendig, die Weiterführung spezifischer Maßnahmen zur Minderung der Behinderungsauswirkungen ein.

### **Aufgaben der Lehrerinnen und Lehrer an beruflichen Schulen**

Der Erziehungs- und Bildungsauftrag stellt die Lehrkräfte an beruflichen Schulen vor vielfältige Aufgaben. Eine hohe fachliche und pädagogische Kompetenz ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Tätigkeit:

a) Sie sind Fachleute sowohl im Blick auf die Vermittlung beruflicher Qualifikationen als auch schulischer Abschlüsse, wie beispielsweise der Fachhochschulreife. Als Fachleute müssen sie im Unterricht neue Entwicklungen in Technik und Wirtschaft berücksichtigen. Diese Fachkompetenz erhalten sie sich durch laufende Kontakte zur betrieblichen Praxis und durch die Beschäftigung mit technologischen Neuerungen. Fachwissen und Können verleihen ihnen Autorität und Vorbildwirkung gegenüber ihren Schülerinnen und Schülern.

b) Sie sind Pädagoginnen und Pädagogen und erziehen die Schülerinnen und Schüler, damit sie künftig in Beruf, Familie und Gesellschaft selbstständig und eigenverantwortlich handeln können. Dabei berücksichtigen sie die besondere Lebenslage der heranwachsenden Jugendlichen ebenso wie das Erziehungsrecht der Eltern und ggf. der für die Berufserziehung Mitverantwortlichen.

c) Die Lehrerinnen und Lehrer führen ihre Schülerinnen und Schüler zielbewusst und fördern durch partnerschaftliche Unterstützung Selbstständigkeit und eigenverantwortliches Handeln.

d) Sie sind Vermittler von wissenschaftlichen, kulturellen, gesellschaftlichen und politischen Traditionen. Dabei dürfen sie nicht wertneutral sein, aber auch nicht einseitig handeln. Aus ihrem Auftrag ergibt sich die Notwendigkeit, Tradition und Fortschritt im Blick auf die Erhaltung der Wertordnung des Grundgesetzes ausgewogen zu vermitteln.

Der Erziehungs- und Bildungsauftrag kann im Unterricht nur wirkungsvoll umgesetzt werden, wenn zwischen Eltern, Lehrkräften und gegebenenfalls den für die Ausbildung Mitverantwortlichen Konsens angestrebt wird.

Lehrerinnen und Lehrer an beruflichen Schulen unterrichten in der Regel in mehreren Schularten und Unterrichtsfächern mit unterschiedlichen Zielsetzungen. Die Spannweite bei den zu vermittelnden Abschlüssen reicht von der beruflichen Erstausbildung im Rahmen des dualen Systems über die darauf aufbauende berufsqualifizierende Weiterbildung bis hin zur Vermittlung der Studierfähigkeit, also der Fachhochschul- bzw. der Hochschulreife. Dies erfordert die Fähigkeit, dasselbe Thema den verschiedenen schulart- und fachspezifischen Zielsetzungen entsprechend unter Berücksichtigung von Alter und Vorbildung zu behandeln.

Dies setzt voraus

- Flexibilität in der didaktisch-methodischen Unterrichtsplanung;
- Sensibilität für besondere Situationen und die Fähigkeit, situationsgerecht zu handeln;
- ständige Fortbildung und die Bereitschaft, sich in neue Fachgebiete einzuarbeiten.

Das breite Einsatzfeld macht den Auftrag einer Lehrerin oder eines Lehrers an beruflichen Schulen schwierig und interessant zugleich. Ihr erweiterter Erfahrungs- und Erkenntnishorizont ermöglicht einen lebensnahen und anschaulichen Unterricht.

## **Der besondere Bildungsauftrag der Fachschule**

### **Ziele und allgemeine Anforderungen**

Industrialisierung und Automatisierung haben in den vergangenen Jahrzehnten die Wirtschaft in wesentlichen Teilen umgestaltet. Heute ist es die Informationstechnik im weitesten Sinne, die die Entwicklung im gesamten Produktions-, Verwaltungs- und Dienstleistungsbereich bestimmt. Die Innovations-, Wachstums- und Veränderungszyklen werden immer kürzer. Dies hat Qualifikationsveränderungen auf der operationellen Ebene der Fachkräfte zur Folge und bedingt eine ständige Anpassungsfortbildung nach der beruflichen Erstausbildung.

Oberhalb dieser operationellen Ebene, beim mittleren Management und in der unternehmerischen Selbstständigkeit, im Schnittpunkt von horizontalen und vertikalen Qualifikationsanforderungen, sind die Änderungen noch vielfältiger. Zu den horizontalen Qualifikationsanforderungen zählen, z. B. die Anwendung moderner Informationstechniken, die Fähigkeit zur Teamarbeit, die Optimierung von Verfahren usw. Vertikal ergeben sich neu wachsende und komplexere Ansprüche an Führung und Verantwortung.

Neue Arbeitssysteme, aber auch die Führungs- und Managementtechniken wie Planen, Organisieren und Kontrollieren unterliegen einer ständigen Weiterentwicklung.

Dem Management und Führungsbereich in Unternehmen wie auch in der unternehmerischen Selbstständigkeit kommt daher bei der Umsetzung neuer Ideen in die Praxis große Bedeutung zu. In diesem Weiterbildungsbereich arbeiten die Fachschulen seit vielen Jahren sehr erfolgreich.

Fachschulen orientieren sich nicht an den entsprechenden Studiengängen der Hochschulen, sondern am neusten Stand des Anwendungsbezugs in der Praxis. Gerade dies macht ihren hohen Stellenwert in der beruflichen Erwachsenenbildung aus und ist gleichzeitig eine Herausforderung für die Zukunft.

Die Absolventinnen und Absolventen der Fachschulen müssen in der Lage sein, selbstständig Probleme ihres Berufsbereiches zu erkennen, zu strukturieren, zu analysieren, zu beurteilen und Wege zur Lösung zu finden. In wechselnden und neuen Situationen müssen dabei kreativ Ideen und Lösungsansätze entwickelt werden.

Ein weiteres wichtiges Lernziel ist die Förderung des wirtschaftlichen Denkens und verantwortlichen Handelns. In Führungspositionen müssen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angeleitet, motiviert, geführt und beurteilt werden können. Die Fähigkeit zu konstruktiver Kritik und zur Bewältigung von Konflikten ist dabei genauso wichtig wie die Kompetenz zur aufbauenden Teamarbeit.

Wer Führungsaufgaben im Management übernehmen will, muss die deutsche Sprache in Wort und Schrift sicher beherrschen. Auf die vielfältigen Anforderungen als Führungskraft, sei es in der Konstruktion und Fertigung, in Büroorganisation und Marketing, im Service und Kundendienst muss auch sprachlich angemessen und sicher reagiert werden können. Darüber hinaus fordert die zunehmende internationale Verflechtung der Unternehmen in der Regel die Fähigkeit zur Kommunikation in Fremdsprachen, insbesondere in berufsbezogenem Englisch.

## **Rahmenvereinbarung für die zweijährigen Fachschulen**

Für die Fachschulen mit zweijähriger Ausbildungsdauer gibt es mit der „Rahmenvereinbarung über Fachschulen mit zweijähriger Ausbildungsdauer (Beschluss der Kultusministerkonferenz in der Fassung vom 12.12.2013)“ eine bundeseinheitliche Rahmenregelung. Fachschulen, die dieser Rahmenvereinbarung entsprechen, sind damit in allen deutschen Ländern anerkannt und vergleichbar.



## **Der besondere Bildungsauftrag der Fachschule für Gestaltung**

### **Ziele und Qualifikationsprofil**

Zum Qualifikations- und Tätigkeitsbereich wird in der Rahmenvereinbarung der Kultusministerkonferenz u.a. Folgendes festgestellt:

„Ziel der Ausbildung im Fachbereich Gestaltung ist es, Fachkräfte mit geeigneter Berufsausbildung und Berufserfahrung zu produkt- bzw. handwerksgerechter Gestaltung als Staatlich geprüfte Gestalterin/ Staatlich geprüften Gestalter zu befähigen.

Die Staatlich geprüfte Gestalterin/der Staatlich Gestalter nimmt Aufgaben in Handwerks- oder Industriebetrieben wahr. Er/Sie muss in der Lage sein, Entwurfs- und Fertigungsaufgaben produkt- und marktbezogen selbstständig zu bearbeiten und unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Gesichtspunkte zu lösen. Die Fähigkeiten der künstlerischen, modischen Gestaltung und der handwerklich, technischen Realisierung bedingen einander und sind in vielfältiger Weise miteinander verbunden und aufeinander bezogen.

Der Fachbereich Gestaltung hat einen hohen Differenzierungsgrad; je nach Tätigkeitsbereich steht das Entwerfen, das Gestaltung oder die werktechnische Realisierung im Vordergrund.

Die Ausbildung berücksichtigt künstlerische, modische sowie fertigungstechnische Aspekte.

Organisation in der Studentafel der jeweiligen Fachrichtung sind für den Pflicht- und Wahlpflichtunterricht der Fachschule für Gestaltung 2800 h festgelegt.

Neben dem Pflichtbereich ist in Baden-Württemberg in der Grund- und Fachstufe ein Wahlpflichtbereich von insgesamt 320 h ausgewiesen, den die Schulen in eigener Verantwortung zur Ergänzung, Vertiefung und/oder Profilbildung, auch unter Berücksichtigung der Belange der regionalen Wirtschaft, nutzen können.

In der Grundstufe der Fachschule für Gestaltung wird fachrichtungsbezogen das Grundlagenwissen erweitert und vertieft. Dabei kommt der Entwicklung von analytischen und kombinatorischen Fähigkeiten große Bedeutung zu.

Aufbauend auf diesem Grundwissen erfolgt in der Fachstufe die Spezialisierung und Anwendung und damit die Befähigung, im mittleren Management und in der unternehmerischen Selbstständigkeit gehobene Funktionen eigenverantwortlich wahrnehmen zu können.

In der Fachstufe ist jede Fachschülerin und jeder Fachschüler verpflichtet, eine Gestalterarbeit anzufertigen.

Praxisbezug und Handlungsorientierung werden besonders durch den gerätebezogenen Unterricht gefördert. Er umfasst z.B. den Einsatz von Computern, Maschinen und Geräten und kann über alle Fächer hinweg erteilt werden. Der gerätebezogene Unterricht ist auf die jeweilige Fachrichtung abzustimmen und in der Regel mit einem Stundenumfang von ca. 25% bezogen auf die Gesamtstundenzahl vorzusehen.

## **Abschlüsse**

Mit der Versetzung von der Grundstufe in die Fachstufe wird ein dem Realschulabschluss gleichwertiger Bildungsstand zuerkannt, sofern dieser beim Eintritt in die Fachschule nicht nachgewiesen werden konnte.

Mit der erfolgreich bestandenem Abschlussprüfung wird die Berufsbezeichnung

**Staatlich geprüfte Gestalterin/  
Staatlich geprüfter Gestalter**

mit einem die Fachrichtung kennzeichnenden Zusatz und die

## **Fachhochschulreife**

erworben.

## **Der Bildungsauftrag der Fachschule für Gestaltung Fachrichtung Werbegestaltung**

### **Profil**

Werbung als wichtiger Pfeiler unserer Wirtschaftsordnung unterliegt wie andere Bereiche auch einem raschen Wandel. Neue Werkstoffe, moderne Technologien, sich ändernde Anforderungen und Ansprüche mit dem Kostendruck durch begrenzte Etats erzeugen das Spannungsfeld, in dem der Werbegestalter seine Kreativität effektiv einsetzen muss.

Um dabei noch ansprechende Ergebnisse erreichen zu können, sind umfassend ausgebildete Mitarbeiter mit einer anerkannten Qualifikation erforderlich.

Werbegestaltung ist ein Fachgebiet, bei dem zu der Kreativität die Fähigkeit der technischen Umsetzung und Realisierung kommen muss. Alle Komponenten bedürfen der Entfaltung, Entwicklung und Ausbildung. Ein umfassendes technisches Repertoire ist die Voraussetzung für die Artikulation.

Der Lehrplan ist für einen fächerübergreifenden, projektorientierten Unterricht konzipiert. Zur Umsetzung sind deshalb organisatorische Maßnahmen zu treffen.

Dies sind:

1. Inhaltliche Absprachen und Koordination durch die beteiligten Fachlehrer
2. Kopplung von geeigneten Unterrichtsfächern
3. Gruppenteilung
4. Verfügbarkeit von Fachräumen, hauptsächlich im technischen Bereich
5. Bereitstellung von Geräten, z.B. Computern.

Um den ständigen Bezug zur Praxis zu gewährleisten, sollten zu geeigneten Lehrplaninhalten Experten aus der Praxis herangezogen und eingeladen werden.

### **Tätigkeitsbereiche**

Der Werbegestalter findet seine Tätigkeitsbereiche im Einzelhandel, im Messebau, in Werbeagenturen und in Werbeabteilungen. Seine Aufgabengebiete sind die Konzeption, Planung, Kalkulation und Realisierung von Printmedien und digitale Medien, Schaufenstern, Verkaufsräumen, Shop-in-Shop-Systemen, Messen und Eventmaßnahmen. Dies kann als Einzelmaßnahme oder auch im Rahmen einer Gesamtkonzeption durchgeführt werden.

## Lehrplanstruktur

Die Beschreibung der einzelnen Unterrichtsfächer erfolgt nach folgender Struktur:

In der einleitenden Vorbemerkung werden die Kernkompetenzen und die allgemeinen Hinweise für die Umsetzung sowie didaktische Besonderheiten für das entsprechende Fach beschrieben.

Der Fächerlehrplan besteht aus verbindlichen sogenannten Handlungseinheiten, denen jeweils ein Zeitrichtwert zugeordnet ist. Die Zeitrichtwerte geben Richtstundenzahlen an. Sie geben den Lehrerinnen und Lehrern Anhaltspunkte, wie umfangreich die Lehrplaninhalte behandelt werden sollen. Die Zeit für Leistungsfeststellungen und Wiederholungen ist darin nicht enthalten.

Die Handlungseinheiten sind in zwei Spalten eingeteilt. In der linken Spalte sind die Handlungsziele aufgeführt. Diese beschreiben die angestrebten Kompetenzen und die jeweiligen Aktivitäten. In der rechten Spalte stehen die korrespondierenden Inhalte. Diese konkretisieren die Handlungsziele, sind verbindlich und stellen eine Mindestanforderung des jeweiligen Faches dar.

Die Reihenfolge der unterrichtlichen Behandlung für Handlungseinheiten innerhalb eines Schuljahres ist in der Regel durch die Sachlogik vorgegeben, im Übrigen aber in das pädagogische Ermessen der Lehrerinnen und Lehrer gestellt.

**Fachschule für Gestaltung**

**Technische Mathematik**

**Schuljahr 1**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Die Fachschülerinnen und Fachschülern sind durch den Mathematikunterricht befähigt Erscheinungen aus Natur, Gesellschaft und Kultur wahrzunehmen und zu verstehen; Gegenstände und Sachverhalte verbal zu repräsentieren; Symbole, Bilder und Formeln als geistige Schöpfung zu erkennen und zu begreifen.

Sie können – auch über die Mathematik hinaus - problemlösend denken und arbeiten.

In das Zentrum des Unterrichts treten daher verstärkt mathematische Fähigkeiten wie logisches und sprachliches Erfassen mathematischer Sachverhalte, mathematisches Modellieren realitätsbezogener Fragen, Plausibilitätsbetrachtungen, Wahl geeigneter Lösungsmethoden und Darstellungsformen, Interpretation und Beurteilung von Ergebnissen und ihrer sinnvollen Genauigkeit, Argumentieren, Dokumentieren und Präsentieren.

### b) Allgemeine Hinweise

Die in diesem Fach erworbenen mathematischen Kenntnisse werden im Fach Marketing- und Messebautechnik speziell für die Werbebranche vertieft und angewandt.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitricht- wert	Gesamt- stunden	Seite
1	1 Funktionen und ihre Schaubilder, zugehörige Gleichungen	50		17
	2 Differential- und Integralrechnung	40		17
	3 Vektorielle Geometrie	30	120	18
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung	40	40	
			160	





Schuljahr 1		Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Funktionen und ihre Schaubilder, zugehörige Gleichungen</b>	<b>50</b>
1.1	Potenzfunktionen mit natürlichen Exponenten untersuchen	
1.2	Polynomfunktionen untersuchen	
1.3	Exponentialfunktionen untersuchen	$f(x) = a e^{kx} + b$
1.4	Trigonometrische Funktionen untersuchen	$f(x) = a \sin(k x) + b$ $f(x) = a \cos(k x) + b$
1.5	Zusammenhänge beschreiben	Verbal, durch Schaubild, durch Tabelle, algebraisch
1.6	Schaubilder von Funktionen analysieren	Globales Verhalten, Schnittpunkte mit den Koordinatenachsen, Schnittpunkte zweier Schaubilder, Symmetrie zum Ursprung/ Symmetrie zur y-Achse
1.7	Verschiebung/Streckung in x- und y-Richtung erläutern	Koeffizienten/Parameter, Visualisierung
1.8	Asymptotisches Verhalten beschreiben	Asymptotenrichtung, Definitionslücke(n) bei gebrochen rationalen Funktionen
1.9	Periodizität erklären	
1.10	Durchschnittliche Änderungsrate bestimmen	Sekantensteigung $m = \frac{\Delta y}{\Delta x}$
1.11	Lösungen von Gleichungen berechnen	Näherungsweise: grafisch, mit dem Taschenrechner, Exakt: Äquivalenzumformungen, Lösungsformel, Wurzelziehen, Substitution, Logarithmieren, Faktorisieren
<b>2</b>	<b>Differential- und Integralrechnung</b>	<b>40</b>
2.1	Potenzfunktionen mit natürlichen Exponenten untersuchen	
2.2	Polynomfunktionen untersuchen	
2.3	Exponentialfunktionen untersuchen	$f(x) = a e^{kx} + bx + c$
2.4	Trigonometrische Funktionen untersuchen	$f(x) = a \sin(k x) + bx + c$ $f(x) = a \cos(k x) + bx + c$

2.5	Schaubilder beschreiben	Differenzen-/Differentialquotient, durchschnittliche/momentane Änderungsrate, Ableitung an der Stelle $x_0$ , Tangentensteigung $f'(x_0)$ , Extrema, (streng) monoton steigend/fallend
2.6	Ableitungs-/Stammfunktionen bestimmen	Ableitungs-/Aufleitungsregeln für verschiedene Funktionstypen
2.7	Zusammenhang zwischen $f$ , $f'$ , $f''$ erläutern	Weg – Geschwindigkeit – Beschleunigung
2.8	Steigungsverhalten erläutern	Extrempunkte, Sattelpunkte
2.9	Krümmungsverhalten erläutern	Wendepunkte, Links-/Rechtskrümmung
2.10	Tangenten und Normalengleichungen ermitteln	
2.11	Funktionsterme aus Eigenschaften ihrer Schaubilder bestimmen	Verkürzte Ansätze bei Symmetrien, Lösungsverfahren bei Gleichungssystemen
2.12	Optimierungsprobleme erläutern	Modellieren, Zielfunktion, Lösen, Bewerten
2.13	Flächeninhalte berechnen	Flächen zwischen zwei Kurven, mehrteilige Flächen
<b>3</b>	<b>Vektorielle Geometrie</b>	<b>30</b>
3.1	Vektoren beschreiben und bestimmen	Verbindungsvektor zwischen zwei Punkten
3.2	Vektoraddition/-subtraktion durchführen	Gegenvektor
3.3	Streckung/Stauchung von Vektoren begründen	s-Multiplikation
3.4	Geometrische Objekte darstellen	Dreidimensionales Koordinatensystem, Punkte, Vektoren und Geraden im Koordinatensystem
3.5	Lagebeziehung von Geraden beschreiben	Parallel, windschief, kollinear, schneidend
3.6	Geradengleichungen bestimmen	Stützvektor, Richtungsvektor

---

3.7	Schnittpunkte/-winkel von Geraden bestimmen	Überbestimmtes LGS, Skalarprodukt
3.8	Spurpunkte bestimmen	Koordinatenebenen
3.9	Senkrechte Parallelprojektion auf die Koordinatenebenen beschreiben	
3.10	Länge eines Vektors/einer Strecke berechnen	Satz des Pythagoras, Betrag eines Vektors
3.11	Flächeninhalte von Dreiecken und Vierecken bestimmen	
3.12	Einfache Körpervolumen berechnen	Prisma, Pyramide



**Fachschule für Gestaltung**

**Werbekommunikation**

**Schuljahr 1**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## **Vorbemerkungen**

### **a) Kernkompetenzen**

Die Fachschülerinnen und Fachschülern verfügen über Kenntnisse über die verschiedenen Bedürfnisse und Verhaltensweisen des Menschen in seinem sozialen Umfeld. Sie können daraus ein resultierendes Konsumverhalten abschätzen und durch das Gegenüberstellen verschiedener Denkansätze und Theorien die nötigen Einblicke und Grundlagen für konzeptionelles Handeln entwickeln.

### **b) Allgemeine Hinweise**

Durch enge Zusammenarbeit mit den Fächern Messebautechnik, Präsentationstechniken und Grafikdesign werden planerische Konzepte sichtbar und überprüfbar gemacht. Sie bilden somit eine wichtige Ergänzung zu diesem Fach.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrictwert	Gesamtstunden	Seite
Schuljahr 1	1 Psychologische Grundlagen der Werbung beschreiben	15		25
	2 Informationsverarbeitung und Entscheidungsfindung erläutern	15		25
	3 Lernpsychologische Grundlagen beschreiben	15		25
	4 Einstellungspsychologische Grundlagen vergleichen	15		25
	5 Soziale und kulturelle Grundlagen erläutern	15		25
	6 Entwicklungspsychologische Grundlagen abschätzen	15		25
	7 Inhaltliche Aspekte der Gestaltung in der Werbung darstellen	15		26
	8 Ethische Fragen in der Werbung bewerten	15	120	26
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		20	
			160	





Schuljahr 1		Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Psychologische Grundlagen der Werbung beschreiben</b>	<b>15</b>
1.1	Wahrnehmungspsychologische Grundlagen beschreiben	Hypothesentheorie, Elementenpsychologische Aspekte der Wahrnehmung, Gestalttheoretische Grundlagen der Wahrnehmung, Ganzheitspsychologische Grundlagen der Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und Involvement
<b>2</b>	<b>Informationsverarbeitung und Entscheidungsfindung erläutern</b>	<b>15</b>
2.1	Determinanten der Informationssuche darstellen	Urteilsheuristiken und Kaufentscheidungen, Konsum, Information, Emotion, Gewohnheitsentscheidungen und Produkttreue, Reziprozität und Vertrauen beim Kauf
<b>3</b>	<b>Lernpsychologische Grundlagen beschreiben</b>	<b>15</b>
3.1	Lernprinzipien erklären	Klassisches Konditionieren, operantes Konditionieren, mechanisches Lernen, kognitives Lernen
<b>4</b>	<b>Einstellungspsychologische Grundlagen vergleichen</b>	<b>15</b>
4.1	Einstellung und Verhalten analysieren	Kognitive Dissonanz beim Kauf, Eigenschaft der Nachricht, Eigenschaft der Quelle, Eigenschaft des Kanals, Eigenschaft des Empfängers, Imageforschung
<b>5</b>	<b>Soziale und kulturelle Grundlagen erläutern</b>	<b>15</b>
5.1	Einflüsse von sozialen Gruppen überprüfen	Effekte der Anwesenheit anderer Personen, formaler sozialer Einfluss durch das Beispiel Familie, kulturelle Einflüsse, Meinungsführer und Minderheiten
<b>6</b>	<b>Entwicklungspsychologische Grundlagen beschreiben</b>	<b>15</b>
6.1	Entwicklungspsychologie des Kindes erläutern	Kinder und Werbung
6.2	Entwicklungspsychologie des Erwachsenenalters darstellen	Traditionelle Lebenszyklen und Konsumverhalten

---

<b>7</b>	<b>Inhaltliche Aspekte der Gestaltung in der Werbung darstellen</b>	<b>15</b>
7.1	Die inhaltlichen Kriterien in der Gestaltung von Werbebotschaften vergleichen	Textgestaltung, Vokabular, soziale Funktion von Sprache, Strukturierung von Texten, Messung der Textverständlichkeit, Humor, Sex-Appeal, Furchtappelle, Modelle, Mimik, Verwendung von Bildern, Musik in der Werbung
<b>8</b>	<b>Ethische Fragen in der Werbung bewerten</b>	<b>15</b>
8.1	Vor- und Nachteile der Werbebeeinflussung in der Gesellschaft gegenüberstellen	Manipulation, Marketingmensch, Technologien und Entwicklungen, menschliche Werte, Zukunft

**Fachschule für Gestaltung**

**Grafikdesign**

**Schuljahr 1**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sind in der Lage Informationen, Dokumentationen und Werbung zu gestalten und begreifen auch weitere Zusammenhänge der visuellen Kommunikation und des Corporate Design.

Sie können Beispiele aus der Werbepaxis analysieren und Kriterien, nach denen eigene Gestaltungsaufgaben gelöst und ausgeführt werden, erarbeiten. Hierbei wenden sie die Mittel der visuellen Kommunikation zur zielgruppengerechten Gestaltung von Print- und Nonprint-Medien an.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sind befähigt Gestaltungsprojekte nach den Kriterien des Corporate Design zu planen. Sie können diese Projekte eigenverantwortlich durchführen und den Projektverlauf dokumentieren. Sie präsentieren ihre Projekte und unterziehen die Ergebnisse einer kritischen Analyse.

### b) Allgemeine Hinweise

Der Unterricht im Fach Grafikdesign erfolgt in enger Abstimmung mit den Fächern Werbekommunikation und Werbeplanung. Die dort erworbenen Kenntnisse zur psychologischen Wirkung von Werbung sowie das Wissen über die Funktion des Corporate Design innerhalb der Corporate Identity fließen in die Lösung von Gestaltungsaufgaben im Fach Grafikdesign ein.

Das Fach Grafikdesign bildet die Grundlage für Kommunikationsdesign im Wahlpflichtbereich.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrichtwert	Gesamtstunden	Seite
Schuljahr 1	1 Typografie und Schrift bestimmen	40		31
	2 Visuelle Kommunikation skizzieren	30		31
	3 Typografisches Wissen auf eigene Entwürfe übertragen	30		31
	4 Komplexe konzeptionelle Entwürfe im Bereich des Grafikdesign entwickeln	50	150	32
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		50	
			200	



		Schuljahr 1	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Typografie und Schrift bestimmen</b>		<b>40</b>
1.1	Gesetzmäßigkeiten der Makrotypografie nennen und beschreiben	Format Gestaltungsraster: Satzspiegel, Spalten Gliederungs- und Strukturierungselemente	
1.2	Gesetzmäßigkeiten der Mikrotypografie vergleichen und erläutern	Satzarten Lesbarkeit: Zeilenabstand, Laufweite, Zeilenlänge, Absätze, Auszeichnungen	
1.3	Schriften nennen und bestimmen	Schriftentwicklung, Buchstabenmerkmale, Schriftklassifikation, Schriftfamilie und Schriftsippe Schriftwirkung und Schrifteinsatz: Schrift- wahl, Schriftmischung	
<b>2</b>	<b>Visuelle Kommunikation skizzieren</b>		<b>30</b>
2.1	Visuelle Wahrnehmung skizzieren	Sehvorgang, Wahrnehmungs- und Ge- staltgesetze vgl. Werbekommunikation und Präsentationstechnik	
2.2	Kommunikationsprinzip erläutern	Kommunikationsmodell: Sender, Empfän- ger, Kanal, Code vgl. Werbekommunika- tion	
2.3	Zeichen nennen und bestimmen	Zeichenarten: Icon, Index, Symbol Bildzeichen: Ikonogramm, Piktogramm, Kartogramm, Diagramm, Ideogramm, Logogramm, Typogramm	
2.4	Visuelle Darstellungsmittel beurteilen	Farbwirkung: Kontraste, Harmonien Formwirkung: emotional, symbolisch Flächenwirkung: Harmonie, Spannung	
2.5	Visuelle Botschaften analysieren	Bildaussage, Text-Bild-Beziehung	
<b>3</b>	<b>Typografisches Wissen auf eigene Entwürfe übertragen</b>		<b>30</b>
3.1	Vorhandene Print- und Nonprint-Medien analysieren und bewerten	Z.B. Logo, Geschäftsausstattung, An- zeige, Plakat, Prospekt, Flyer, Katalog, Website, Corporate Design	
3.2	Print- und Nonprint-Medien entwerfen	Entwurf, Scribble, Layout, Schrift-, Farb-, Form- und Bildkonzept	

<b>4</b>	<b>Komplexe konzeptionelle Entwürfe im Bereich des Grafikdesign entwickeln</b>	<b>50</b>
4.1	Corporate Design entwickeln	Analyse, Konzeption, Umsetzung
4.2	Präsentationsmedien entwerfen	Projektdokumentation: Gliederung, Inhalt, Dramaturgie Projektpräsentation: Gliederung, Inhalt, Dramaturgie



**Fachschule für Gestaltung**

**Werkstofftechnologie**

**Schuljahr 1**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## **Vorbemerkungen**

### **a) Kernkompetenzen**

Die Schülerinnen und Schüler sind in der Lage, den Einsatz relevanter Werkstoffe in den Gewerken Messebau, Raumgestaltung und der Druckvorstufe unter ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten zu planen und zu organisieren. Insbesondere die Aspekte der Ressourcenschonung und Umweltverträglichkeit im Sinne einer guten Nachhaltigkeit werden dabei beachtet.

### **b) Allgemeine Hinweise**

Der Unterricht im Fach Werkstofftechnologie erfolgt in enger Abstimmung mit dem Fach Grafikdesign, Messebautechnik und zugehörigen Fächern des Wahlpflichtbereichs.

Durch Exkursionen in werkstoffproduzierende und -verarbeitende Unternehmen sowie den Besuch von entsprechenden Fachmessen und Werkstoffausstellungen wird der Praxisbezug dieses Faches gesichert.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrichtwert	Gesamtstunden	Seite
Schuljahr 1	1 Physikalische und chemische Grundlagen zur Einteilung und Beurteilung der berufsspezifischen Werkstoffe erklären	5		37
	2 Metallische und nichtmetallische Werkstoffe beschreiben und beurteilen	30		37
	3 Kompositwerkstoffe und ihre Synergieeffekte bewerten	10		37
	4 Anstrichstoffe und Druckfarben für ihren Einsatz bewerten und auswählen	10		37
	5 Umweltverträglichkeit und Ressourcenschonung als Entscheidungskriterium beurteilen	5	60	38
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung			20
			80	



Schuljahr 1		Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Physikalische und chemische Grundlagen zur Einteilung und Beurteilung der berufsspezifischen Werkstoffe erklären</b>	<b>5</b>
1.1	Physikalische und chemische Grundlagen beschreiben	Periodensystem, SI-Einheiten, Härte, Dichte
1.2	Werkstoffe in Übersichten einteilen	Metallische und nichtmetallische Werkstoffe, organische und anorganische Werkstoffe, Bau- und Brandschutzklassen
<b>2</b>	<b>Metallische und nichtmetallische Werkstoffe beschreiben und beurteilen</b>	<b>30</b>
2.1	Metallische Werkstoffe beschreiben und vergleichen	Eisen- und Nichteisenmetalle, Verarbeitungsverfahren, Anwendung
2.2	Holz- und holzartige Werkstoffe beschreiben und vergleichen	Massivholz, Holzwerkstoffe, Handelsformen, Verarbeitungsverfahren, Anwendung
2.3	Papierwerkstoffe beschreiben und vergleichen	Herstellung, Eigenschaften, Veredelung, Verarbeitungsverfahren, Anwendung
2.4	Kunststoffe beschreiben und vergleichen	Einteilung, Eigenschaften, Verarbeitungsverfahren, Anwendung
2.5	Mineralische Werkstoffe beschreiben und vergleichen	Untergründe, Verarbeitungsverfahren, Anwendung
<b>3</b>	<b>Kompositwerkstoffe und ihre Synergieeffekte bewerten</b>	<b>10</b>
3.1	Kompositwerkstoffe beschreiben und vergleichen sowie deren Synergieeffekte beurteilen und bewerten	Kaschierte Hartschaumplatten, Aluminiumverbundplatten, kunststoffgebundene Mineralwerkstoffe, glasfaserverstärkte Kunststoffe, Verarbeitungsverfahren, Anwendung
<b>4</b>	<b>Anstrichstoffe und Druckfarben für ihren Einsatz bewerten und auswählen</b>	<b>10</b>
4.1	Anstrichstoffe und Druckfarben vergleichen und für ihren Einsatz auswählen	Bestandteile, Eigenschaften, Untergründe, Beschichtungsverfahren, konventionelle und digitale Druckverfahren Farbsysteme: HKS, NCS, Pantone, RAL; RGB; CMYK Druckveredelung, Anwendung

<b>5</b>	<b>Umweltverträglichkeit und Ressourcenschonung als Einsatzkriterium beurteilen</b>	<b>5</b>
5.1	Umweltverträglichkeit und Ressourcenschonung als Einsatzkriterium beurteilen	Entsorgung, Duales System, Nachhaltigkeit, Praxisbeispiele

**Fachschule für Gestaltung**

**Kunstgeschichte**

**Schuljahr 1**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Die Fachschülerinnen und Fachschüler erkennen die komplexen Beziehungen zwischen bildender Kunst, Architektur, Kunsthandwerk, Design und visueller Kommunikation und deren sozio-ökonomische, politische und geographische Bedingungen.

Erfahrungen und Wertungen ermöglichen ihnen, dadurch vergangene und gegenwärtige Formen, Funktionen und Ausdrucksverhalten besser zu verstehen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler werden zur Urteilsfindung befähigt und Wissen wird anwendbar.

### b) Allgemeine Hinweise

Exkursionen, Werkbetrachtungen, Ausstellungsbesuche, Handhabung von Bibliotheken und Bildarchiven, Referate und Facharbeiten unterstützen und erweitern die Basis eigener Arbeit.

Auseinandersetzungen mit künstlerischen und gestalterischen Phänomenen vertiefen das Verständnis und sind wesentlicher Teil der Geschichte menschlicher Existenz und menschlichen Bewusstseins.



## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitricht- wert	Gesamt- stunden	Seite
Schuljahr 1	1 Werkbetrachtungen durchführen	15		43
	2 Europäische Kulturepochen bestimmen	20		43
	3 Kunst und Design des 20. Jahrhunderts analysieren	15		43
	4 Geschichte der Werbung beschreiben	10	60	44
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		20	
			80	



		Schuljahr 1	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Werkbetrachtungen durchführen</b>		<b>15</b>
1.1	Analyse- und Interpretationsverfahren bestimmen	Bildende Kunst Architektur Grafikdesign Produktdesign	
1.2	2- und 3-dimensionale Werke formal analysieren	Form Farbe Aufbau Oberfläche Werkstoff Technik Funktion Raum Licht	
1.3	Werkinterpretation entwickeln	Soziokulturelle Bedingungen Geographie Klima	
<b>2</b>	<b>Europäische Kulturepochen bestimmen</b>		<b>20</b>
2.1	Geschichte und Stilmerkmale inhaltlich und formal analysieren	Griechische Antike Römische Antike Frühchristlich-byzantinische Kunst Romanik Gotik Renaissance Barock, Rokoko Stilmerkmale des 19. Jahrhunderts Historismus Arts and Crafts Jugendstil	
<b>3</b>	<b>Kunst und Design des 20. Jahrhunderts analysieren</b>		<b>15</b>
3.1	Architekturströmungen des 20. und 21. Jahrhunderts vergleichen	Deutscher Werkbund Klassische Moderne (Neue Sachlichkeit, Bauhaus, Die gute Form, Hochschule für Gestaltung Ulm) Typografie des 20. Jahrhunderts Postmoderne Zeitgenössische Design- und Architekturformen	
3.2	Entstehung des modernen Designs inhaltlich und formal analysieren		

<b>4</b>	<b>Geschichte der Werbung beschreiben</b>		<b>10</b>
4.1	Entwicklungsgeschichte kommerzieller Kommunikation darstellen	Medien Marke Marketing-Veranstaltungen	

**Fachschule für Gestaltung**

**Informationstechnik**

**Schuljahr 1**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sind in der Lage Möglichkeiten und Grenzen der elektronischen Datenverarbeitung auf zu zeigen, den Aufbau entsprechender Anlagen zu erklären, Betriebssysteme zu beschreiben und zu vergleichen sowie mit aktuellen Betriebssystemen umzugehen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Fähigkeit, die Aufgaben und die Möglichkeiten der Textverarbeitung und der Tabellenkalkulation zu beschreiben und anzuwenden.

Die gestalterischen Möglichkeiten und Umsetzungen werden in den Bereichen der Bildbearbeitung und Webseitengestaltung angewandt.

### b) Allgemeine Hinweise

Das Fach Informationstechnik ist einem schnellen Wandel unterworfen. Grundlagen der elektronischen Datenverarbeitung sind so zu vermitteln, dass es den Fachschülerinnen und Fachschülern möglich wird, schnell auf die fortlaufenden Änderungen und Neuerungen in Hard- und Software zu reagieren.

Die Auswahl der Software soll sich an der beruflichen Praxis orientieren, wobei Software mit hohen Transfermöglichkeiten der Vorzug zu geben ist. Textverarbeitungs-, Kalkulations- und Bildbearbeitungsprogramme sowie Programme zur Webseitengestaltung erlauben Ausarbeitungen und Problemlösungen in fast allen praktischen und theoretischen Unterrichtsfächern. Der fächerübergreifende Unterricht hat deshalb einen entsprechend hohen Stellenwert und erfordert ein hohes Maß an Kooperation und Zusammenarbeit mit den anderen Lehrkräften und Fächern, insbesondere mit computerunterstützten Fächern des Wahlpflichtbereiches.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrichtwert	Gesamtstunden	Seite
Schuljahr 1	1 Aufgaben und Möglichkeiten der Präsentationstechnik beschreiben, beurteilen und anwenden	10		49
	2 Aufgaben und Möglichkeiten der Audiotbearbeitung darstellen und durchführen	10		49
	3 Aufgaben und Möglichkeiten der Tabellenkalkulation beschreiben, beurteilen und anwenden	10		49
	4 Aufgaben und Möglichkeiten der Bildbearbeitung darstellen und durchführen	10		49
	5 Grundlegende Aufgaben und Möglichkeiten der Web-Gestaltung beschreiben und anwenden	20	60	49
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung			20
			80	





	Schuljahr 1	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Aufgaben und Möglichkeiten der Präsentationstechnik beschreiben, beurteilen und anwenden</b>	<b>10</b>
1.1	Technische Voraussetzungen für eine Präsentation beschreiben	Auflösung, Beamer, Laptop, Audio, Video
1.2	Texte bearbeiten und auf Anwendungen übertragen	Kopieren, Verschieben, Speichern, Erscheinungsbild Format- / Dokumentvorlagen
1.3	Einfügen von Objekten beschreiben und durchführen	Bild, Video, Audio
<b>2</b>	<b>Aufgaben und Möglichkeiten der Audio-Bearbeitung darstellen und durchführen</b>	<b>10</b>
2.1	Aufgaben und Möglichkeiten der Audio-Bearbeitung darstellen und durchführen	Aufnahme, Abmischen, Ausgabe, Dateiformate
<b>3</b>	<b>Aufgaben und Möglichkeiten der Tabellenkalkulation beschreiben, beurteilen und anwenden</b>	<b>10</b>
3.1	Kalkulationen und Organisationsplanungen erstellen und auswerten	Datenreihen, Formeln, mathematische Funktionen, logische Funktionen
3.2	Tabellendaten visualisieren	Diagrammerstellung
<b>4</b>	<b>Aufgaben und Möglichkeiten der Bildbearbeitung darstellen und durchführen</b>	<b>10</b>
4.1	Aufgaben und Möglichkeiten der Bildbearbeitung darstellen und durchführen	Pixelgrafik, Dateiformate
<b>5</b>	<b>Grundlegende Aufgaben und Möglichkeiten der Web-Gestaltung beschreiben und anwenden</b>	<b>20</b>
5.1	Aufgaben und Möglichkeiten von Web-Gestaltung beschreiben und anwenden	Seitenbeschreibungssprachen, Trennung von Inhalt und Gestaltung, Barrierefreiheit



**Fachschule für Gestaltung**

**Werbeplanung**

**Schuljahr 1 und 2**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## **Vorbemerkungen**

### **a) Kernkompetenzen**

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sind in der Lage aus verschiedenen Marketing- und Werbestrategien, unter Berücksichtigung unterschiedlicher Vorgaben auszuwählen und geeignete Maßnahmenbündel zu entwickeln. Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, basierend auf den Erkenntnissen der Werbekommunikation, unterschiedliche Werbemaßnahmen zu vergleichen und deren Effizienz einzuschätzen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler - als spätere Projektleiterinnen und Projektleiter im Bereich Messe und Ausstellung – verfügen über umfassende Kenntnisse im Marketing von Messen und Ausstellungen.

### **b) Allgemeine Hinweise**

Durch enge Zusammenarbeit mit den Fächern Messebautechnik, Präsentationstechniken und Grafikdesign werden planerische Konzepte sichtbar und überprüfbar gemacht. Sie bilden somit eine wichtige Ergänzung zu diesem Fach.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitricht- wert	Gesamt- stunden	Seite
Schuljahr 1	1 Klassische Werbung beschreiben	140		55
	2 Sonderformen der Werbung beurteilen	40	180	56
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		60	
			240	



	Schuljahr 2	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Klassische Werbung beschreiben</b>	<b>140</b>
1.1	Grundlagen des Marketing erläutern	Wo stehen wir heute? Analyse Wo möchten wir hin? Planung und Strategie Wie können wir dorthin kommen? Marketing-Mix-Faktoren Auf welchem besten Weg? Abwägungen und Entscheidungen Wie sichern wir unseren Erfolg? Umsetzung und Kontrolle
1.2	Werbemaßnahmen erklären	Definition Werbung, Reklame, Aufgaben der Werbung, Arten der Werbung, unterschiedliche Werbung
1.3	Kommunikationstheorien bewerten	Kommunikationsmodelle, Kommunikationsstrategie, Unternehmensanalyse, Zielgruppenanalyse, Briefing, Copy-Strategie
1.4	Corporate Identity entwickeln und entwerfen	Unternehmensphilosophie, Corporate-Design, Corporate-Communication, Corporate-Culture, Ziele einer CI-Strategie
1.5	Öffentlichkeitsarbeit bewerten und Stellung nehmen	Pflichtbereiche und Inhalte der Public Relation, Zielgruppen und Ziele, Medien, Mittel und Strategien
1.6	Maßnahmen der Verkaufsförderung abschätzen	Aufgabengebiet und Definition: Sales-Promotion Zielgruppen und Maßnahmen Visual-Merchandising: Entwicklung, Tendenzen, Kaufraumgestaltung, Präsentationsformen
1.7	Sponsoring-Maßnahmen abschätzen	Strategie, Zielgruppen und Bereiche des Sponsorings, Sponsoring und Werbung im Vergleich Entwicklung
1.8	Panelerhebungen darstellen	Handelspanel, Verbraucherpanel, Panel-Sterblichkeit, Panel-Effekte

---

1.9	Maßnahmen zur Werbeerfolgskontrolle auswerten	Außerökonomischer Werbeerfolg, Pretest- und Posttestverfahren: Informationswirkung der Werbung, Motivationswirkung der Werbung, verhaltensrelevante Leistung der Werbung Ökonomischer Werbeerfolg, Pretest- und Posttestverfahren	
<b>2</b>	<b>Sonderformen der Werbung beurteilen</b>		<b>40</b>
2.1	Virales Marketing abschätzen	Definition, Übertragungskanäle, Entwicklung	
2.2	Strategien des Guerilla-Marketing vergleichen	Definition, Medien, Grenzbereiche	
2.3	Medienübergreifende Werbung darstellen	Strategien, Cross-Media	



**Fachschule für Gestaltung**

**Marketingtechnik**

**Schuljahr 2**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sind fähig, Entscheidungen bezüglich geplanter Marketingmaßnahmen auf mathematischer und betriebswirtschaftlicher Grundlage zu treffen.

Sie sind in der Lage, Marktuntersuchungen vorzunehmen, auszuwerten und auf Basis der gewonnenen statistischen Daten geeignete Marketingstrategien abzuleiten. Hierbei werden Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik angewandt.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler beherrschen Voll- und Teilkostenrechnungen und sind im Stande, strategische Entscheidungen in Zusammenhang mit dem Produktprogramm zu treffen.

Sie verfügen über Kenntnisse und Fähigkeiten um Honorarberechnungen durchzuführen und die Kosten ihrer angebotenen Leistungen marktgerecht zu kalkulieren.

### b) Allgemeine Hinweise

Der Unterricht im Fach Marketingtechnik erfolgt in besonders enger Abstimmung mit den Fächern Technische Mathematik, Messebautechnik, Werbeplanung, Präsentationstechnik und Betriebswirtschaftslehre.

Im Fach Betriebswirtschaftslehre müssen für die Durchführung von Kalkulationen Grundlagen im Bereich Rechnungslegung und Kosten- und Leistungsrechnung geschaffen werden. Die in diesem Fach erworbenen Grundkenntnisse der Kalkulation werden im Fach Marketingtechnik dann speziell für die Kreativbranche vertieft und angewandt. Die Berechnung angemessener Honorare erfordert ferner Kenntnisse über Urheber- und Nutzungsrechte, was eine Behandlung im Vorfeld erfordert.

Ein projektorientierter Unterricht unter Einbeziehung statistischer Methoden erfordert eine intensive Zusammenarbeit mit den Lehrerinnen und Lehrern oben genannter Fächer.

## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrichtwert	Gesamtstunden	Seite	
Schuljahr 2	1	Statistische Daten erheben und auswerten	16	61	
	2	Häufigkeitsverteilungen ermitteln und darstellen	10	61	
	3	Streuungsparameter berechnen	8	61	
	4	Wahrscheinlichkeit ermitteln	10	61	
	5	Korrelation untersuchen und berechnen	16	61	
	6	Kalkulation vornehmen	20	62	
	7	Honorarberechnungen durchführen	20	62	
	8	Werbeetats erstellen	20	120	62
		Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		40	
			160		



		Schuljahr 2	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Statistische Daten erheben und auswerten</b>		<b>16</b>
1.1	Statistiken planen	Problemstellung, Befragung, Umfang, Auswertung	
1.2	Datenerhebungen durchführen	Primär, sekundär, Voll-, Teilerhebung, Skalierungen	
1.3	Mittelwerte als charakteristische Kenngröße einer Verteilung berechnen und Kenntnisse aus der Grundstufe vertiefen	Arithmetisches Mittel, geometrisches Mittel, Median, Modus	
1.4	Einteilungen von Daten in Klassen vornehmen	Klassenbreite, Klassenanzahl	
<b>2</b>	<b>Häufigkeitsverteilungen ermitteln und darstellen</b>		<b>10</b>
2.1	Absolute Häufigkeiten ermitteln	Urliste, Tabelle	
2.2	Relative Häufigkeiten berechnen	Relative und absolute Häufigkeiten in der Tabelle, Summenhäufigkeiten	
2.3	Häufigkeiten grafisch darstellen	Balkendiagramm, Liniendiagramm u.a. Histogramm	
<b>3</b>	<b>Streuungsparameter berechnen</b>		<b>8</b>
3.1	Den Streuungsbegriff erklären	Spannweite, Spannweite bei Klassen Unterschiedliche Streuungen	
3.2	Abweichungen berechnen und beurteilen	Standardabweichung, Varianz, Symmetrie	
<b>4</b>	<b>Wahrscheinlichkeit ermitteln</b>		<b>10</b>
4.1	Grundzüge der Wahrscheinlichkeit erläutern	Zufall, Stichprobe, Normalverteilung	
<b>5</b>	<b>Korrelation untersuchen und berechnen</b>		<b>16</b>
5.1	Wechselbeziehung zwischen Datensätzen untersuchen und bewerten	Produkt-Moment-Korrelation, Streudiagramm, Korrelationskoeffizient	
5.2	Regression durchführen	Lineare Regression, Methode der kleinsten Quadrate	

<b>6</b>	<b>Kalkulation vornehmen</b>	<b>20</b>
6.1	Vollkostenrechnungen branchenspezifisch durchführen	Stundensatzkalkulation, Stückkostenkalkulation, Zuschlagskalkulation, Vorwärtskalkulation, Rückwärtskalkulation, Nachkalkulation
6.2	Teilkostenrechnungen in Dienstleistungsbetrieben vornehmen	Deckungsbeitragsrechnung, Ermittlung von Preisuntergrenzen, Gewinnschwellenanalyse
<b>7</b>	<b>Honorarberechnungen durchführen</b>	<b>20</b>
7.1	Anspruchsgrundlagen und Formen der Vergütung von Designleistungen darstellen	Vertragliche und gesetzliche Vergütungsansprüche, Festpreisvergütung, Vergütung nach variablen Berechnungsmaßstäben, Richthonorare
7.2	Richthonorare für Standardleistungen aus dem Designbereich ermitteln	Design-Vergütungstarifverträge, Honorarempfehlungen von Berufsverbänden
7.3	Individuelle Kalkulationen von Designleistungen durchführen	Berechnung interner und externer Stundenverrechnungssätze, Erfassung des Zeitaufwands, Nutzungsfaktoren
7.4	Nutzungserweiterungen von Designleistungen berechnen	
7.5	Vergütungsmodelle von Mediaagenturen vergleichen	AE-Provision, anreizgesteuerte Modelle, Mischmodelle
<b>8</b>	<b>Werbeetats erstellen</b>	<b>20</b>
8.1	Möglichkeiten zur Festlegung eines Werbeetats darstellen	Festlegung auf der Grundlage von Umsatz, Gewinn, vorhandenen Mitteln, Werbezielen
8.2	Printmedien kalkulieren	Anzeigenberechnung, Plakatflächenberechnung
8.3	Elektronische Medien kalkulieren	Fernseh- und Radiospots
8.4	Verkaufsförderungsmaßnahmen kalkulieren	Events, Display
8.5	Messestände kalkulieren	

**Fachschule für Gestaltung**

**Präsentationstechnik**

**Schuljahr 1 und 2**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## **Vorbemerkungen**

### **a) Kernkompetenzen**

Die Fachschülerinnen und Fachschüler verfügen über Kenntnisse und Fertigkeiten über innovative Techniken zur Problemerkennung und -lösung im Bereich der Präsentationstechniken. Sie können diese anwenden und mittels verschiedener Darstellungs- und Renderingtechniken ein vielfältiges Präsentationsangebot entwickeln.

### **b) Allgemeine Hinweise**

Die Planung und Durchführung von unterschiedlichen Präsentationsformen bestimmt Umfang und Auswahl geeigneter Präsentationstechniken. Diese können nur in enger Zusammenarbeit mit den Fächern Messebautechnik, Präsentationstechniken und Grafikdesign erarbeitet werden.



## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrichtwert	Gesamtstunden	Seite
Schuljahr 1	1 Grundlagen der visuellen Wahrnehmung beurteilen	15		67
	2 Darstellungsarten eines Körpers konstruieren	10		67
	3 Grundlagen der technischen Kommunikation erarbeiten	35		67
	4 Renderingtechniken in einen Entwurf übertragen	30		67
	5 Planen und durchführen einer Projektarbeit	15		67
	6 Projektpräsentation entwickeln	15	120	68
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		40	
Schuljahr 2	7 Grundlagen der Ergonomie auswerten	20		69
	8 Renderingtechniken auf verschiedene Zeichenebenen übertragen	40		69
	9 Planen und durchführen eines Marketing- und Gestaltungskonzeptes	60	120	69
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		40	
			320	



	Schuljahr 1	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Grundlagen der visuellen Wahrnehmung beurteilen</b>	<b>15</b>
1.1	Wahrnehmungspsychologische Zusammenhänge beschreiben	Zeichentheorien
1.2	Wahrnehmung und Gestaltgesetze überprüfen	
<b>2</b>	<b>Darstellungen eines Körpers konstruieren</b>	<b>10</b>
2.1	Räumliche Ansichten zeichnen	Axonometrien: Dimetrie, Isometrie, Kavalierprojektion Perspektiven: Zentralperspektive, Zwei-Punkt-Perspektive, Drei-Punkt-Perspektive
2.2	Projektion nach DIN ISO 5456 zeichnen	Vorderansicht, Seitenansicht, Draufsicht
<b>3</b>	<b>Grundlagen der technischen Kommunikation erarbeiten</b>	<b>35</b>
3.1	Zusammenhänge der Technischen Kommunikation ermitteln und anwenden	Kommunikationsmittel, Normen, Zeichengeräte, rechnerunterstütztes Zeichnen, perspektivische Darstellungen, Projektionen nach DIN 6, Konstruieren der Ansichten, Bemaßungsgrundlagen, Maßtoleranzen, zylindrische Werkstücke, Stücklisten, Oberflächenangaben, Schnittdarstellungen, Gewindedarstellungen, Arbeitsplanung
<b>4</b>	<b>Renderingtechniken in einen Entwurf übertragen</b>	<b>30</b>
4.1	Zeichnung optimieren	Markertechnik, Mischtechniken
<b>5</b>	<b>Planen und durchführen einer Projektarbeit</b>	<b>15</b>
5.1	Analyse des Projektauftrages erläutern	Problemanalyse, Zielgruppendefinition
5.2	Zielformulierung nennen	Briefing
5.3	Projektplanung darstellen	Terminvereinbarungen, Budgetplanung, Personen und Ressourcenplanung

5.4	Lösungsstrategien entwickeln	Kreativitätstechniken, Bewertung, Auswahl mit Begründung	
5.5	Realisierung darstellen	Gestaltungskonzept, Marketingkonzept	
<b>6</b>	<b>Projektpräsentation entwickeln</b>		<b>15</b>
6.1	Präsentationsarten vergleichen	Vorpräsentation, Abschlusspräsentation	
6.2	Vorbereitung für eine Präsentation durchführen	Logistik, Raumplanung, Einladungen, Presseinformation, Ausstellung, Zielgruppen, Zeitrahmen Gliederung, Storyboard, Dramaturgie, Intro-Intro, Handout	
6.3	Präsentation durchführen	Ablaufplan, Veranschaulichung durch geeignete Präsentationsmedien, Zeit für Nachfassgespräche	
6.4	Präsentation bewerten	Methodenkompetenz, Fachkompetenz, Personalkompetenz	

	Schuljahr 2	Zeitrichtwert
<b>7</b>	<b>Grundlagen der Ergonomie auswerten</b>	<b>20</b>
7.1	Gestaltung optimieren durch ergonomische Grundlagen	Wachstumsmaße des Menschen, Blendung, Kontraste, Beleuchtung, Tablarhöhenberechnungen, Ladenbauplanung, Einsatz von Checklisten, optische Veränderungen von Räumen, Arbeitsplatzgestaltung ZH1/ 618
<b>8</b>	<b>Renderingtechniken auf verschiedene Zeichenebenen übertragen</b>	<b>40</b>
8.1	Verschiedene Zeichenebenen vergleichen	Erste Ideenskizzen, Minutenskizzen, Raumabwicklungen, Kundenskizzen, Präsentationskizzen gerendert, technische Zeichnungen gerendert
8.2	Verschiedene Zeichenebenen in die Entwicklung unterschiedlicher Messestandkonzepte übertragen	Erste Ideenskizzen, Auswahl der besten Ideenskizze, Präsentationsskizze gerendert, technische Zeichnung gerendert, Zeitvorgabe
<b>9</b>	<b>Planen und durchführen eines Marketing- und Gestaltungskonzeptes</b>	<b>60</b>
9.1	Projektplanung erläutern	Analyse, Planung, Lösungsstrategien
9.2	Projektpräsentation entwickeln	Vorpräsentation, Abschlusspräsentation, Bewertung der Präsentation und des Gestaltungs- und Marketingkonzeptes in einer Projektdokumentation (vgl. richtiges Zitieren BWL)



**Fachschule für Gestaltung**

**Messebautechnik**

**Schuljahr 1 und 2**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Die Fachschülerinnen und Fachschüler sind in der Lage, mit den Grundlagen der Messe- und Ausstellungsbautechnik Messestände zu analysieren, zu bewerten und zu entwerfen. Sie können die verschiedenen Bausysteme unterscheiden und wissen diese mit ihren Vorzüge nach den jeweiligen Vorgaben und Bestimmungen bedarfsgerecht einzusetzen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler entwickeln komplexe Messestandkonzeptionen und haben Kenntnisse und Fähigkeiten, vorbereitende, begleitende und nachbereitende Maßnahmen in Anlehnung an ein bestehendes Werbekonzept zu planen und durchzuführen.

### b) Allgemeine Hinweise

Der Unterricht im Fach Messebautechnik erfolgt in besonders enger Abstimmung mit den Fächern Technische Mathematik, Marketingtechnik, Werbeplanung, Präsentationstechnik und Betriebswirtschaftslehre.

Im Fach Betriebswirtschaftslehre werden die Rechtsgrundlagen definiert, die auch im Messe- und Ausstellungswesen zur Anwendung kommen, wie z.B. die unterschiedlichen Vertragsarten, Fragen des Urheberrechtsschutz und der Produkthaftung sowie die Bestimmungen der AGB.

Eine enge Kooperation mit Unternehmen der Messewirtschaft, z.B. mit führenden Messesystemherstellern, Messebaubetrieben, Messedienstleistern und Messegesellschaften aber auch Ausstellern, z.B. in Form von externen Projektarbeiten, sichert den wichtigen Praxisbezug. Dasselbe gilt für den exemplarischen Besuch und die Analyse von Messen.

In einer fachpraktischen Prüfung soll der Kenntnisstand der Fachschülerinnen und Fachschüler anhand einer umfassenden Messe- und Ausstellungskonzeption überprüft werden.



## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitrictwert	Gesamtstunden	Seite
Schuljahr 1	1 Den Messe- und Ausstellungsbau und seine Bedeutung analysieren	10		75
	2 Ausgewählte Messestandorte vergleichen und auswerten	10		75
	3 Einen Messestand strukturieren und analysieren	10		75
	4 Messe- und Ausstellungsbautechnik vergleichen	10		75
	5 Grundlagen der Messebauplanung durchführen	20	60	76
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		20	
Schuljahr 2	6 Messespezifische Rechtsgrundlagen darstellen	10		77
	7 Beleuchtungstechnik strukturieren, vergleichen und berechnen	10		77
	8 Eine komplexe Messestandkonzeption durchführen und dokumentieren	40	60	77
	Zeit für Leistungsfeststellung und zur möglichen Vertiefung		20	



	Schuljahr 1	Zeitrichtwert
<b>1</b>	<b>Den Messe- und Ausstellungsbau und seine Bedeutung analysieren</b>	<b>10</b>
1.1	Die Bedeutung des Messe- und Ausstellungsbaus einordnen	Definitionen Messe und Ausstellung
1.2	Den Messe- und Ausstellungsbau strukturieren	Reichweite, Turnus, Dauer, Angebot, Zielgruppe, Exponat, Funktion
1.3	Die historische Entwicklung des Messe- und Ausstellungswesens analysieren	Z.B. Weltausstellungen
1.4	Arten der Messen und Ausstellungen darstellen	Fachmesse, Investitionsgütermesse, Verbraucherausstellung
<b>2</b>	<b>Ausgewählte Messestandorte vergleichen und auswerten</b>	<b>10</b>
2.1	Ausgewählte Messestandorte vergleichen und auswerten	Inländische Messestandorte, z.B. Frankfurt, Hannover, Düsseldorf, Köln, München, Leipzig Ausländische Messestandorte, z.B. Basel, Genf, Mailand, Paris Geländeplan, Infrastruktur, Leitmessen
<b>3</b>	<b>Einen Messestand strukturieren und analysieren</b>	<b>10</b>
3.1	Die Aufgaben eines Messestandes erläutern	Definition, Funktion
3.2	Die unterschiedlichen Erscheinungsformen des Messestandes analysieren	Platzierung, Standarten, Präsentationsformen, Gelände- und Hallenplan, funktionale Gliederung
<b>4</b>	<b>Messe- und Ausstellungsbauweise vergleichen</b>	<b>10</b>
4.1	Gängige Bauweisen untersuchen und zuordnen	Konventionelle Bauweise, Systembauweise, Mischbauweise
4.2	Messebausysteme vergleichen	Skelettsystem, Flächensystem

---

<b>5</b>	<b>Grundlagen der Messebauplanung durchführen</b>	<b>10</b>
5.1	Messebaubestimmungen beherrschen	Technische Richtlinien, Brandschutzbestimmungen
5.2	Messebaupläne analysieren	Brandwegeplan, Baupläne verschiedener Gewerke
5.3	Einen Messestand entwerfen, skizzieren und präsentieren	Briefing, Grundriss, Ansichten, Detailskizzen, Modell (vgl. Fächer Präsentationstechnik und Werbeplanung) Messecheckliste erstellen Präsentation des Ergebnisses

		Schuljahr 2	Zeitrichtwert
<b>6</b>	<b>Messespezifische Rechtsgrundlagen darstellen</b>		<b>10</b>
6.1	Spezifische Rechtsfragen im Messe- und Ausstellungsbau klären	Standübergabe, Abnahme eines Messestandes, Rechte und Pflichten eines Subunternehmers (Erfüllungsgehilfe)	
<b>7</b>	<b>Beleuchtungstechnik strukturieren, vergleichen und berechnen</b>		<b>20</b>
7.1	Grundlagen der Beleuchtungstechnik darstellen	Helligkeit, Lichtstärke, Beleuchtungsstärke, Farbtemperatur	
7.2	Beleuchtungspläne entwickeln	Beleuchtungssysteme, Lichtwirkung, Wirtschaftlichkeit	
7.3	Lichttechnische Berechnungen und Energieberechnungen durchführen	Formeln, Anwendungen, Leistung, Kosten	
<b>8</b>	<b>Eine Werbekonzept durch eine komplexe Messestandkonzeption erweitern</b>		<b>30</b>
8.1	Erstellen einer komplexen Messestandkonzeption	Anwendung von Ideenfindungsmethoden Ziele und Teilziele definieren Ausarbeitung einer Konzeption inklusive Eventmarketing, Lichtinszenierung, Veranstaltungstechnik, Termin- und Kostenplanung	
8.2	Messestandkonzeptionen visualisieren und präsentieren	Einführung in führende Projektplanungssoftware (CAD), Erstellen von zwei- und/oder dreidimensionalen Produktdokumentationen (z.B. Renderings, Modell), Präsentieren der Konzeption (vgl. Fach Präsentationstechnik)	
8.3	Messeerfolgskontrolle entwickeln	Systeme und Arten, Bewertungen	



**Fachschule für Gestaltung**

**Gestalterarbeit**

**Schuljahr 2**

**Fachrichtung Werbegestaltung**

## Vorbemerkungen

### a) Kernkompetenzen

Im Rahmen ihrer Ausbildung an der Fachschule für Werbegestaltung fertigen die Fachschülerinnen und Fachschüler eine Projekt- und Gestalterarbeit an. Sie sollen dabei weitgehend selbstständig ein fachliches Problem analysieren, strukturieren und praxisgerecht lösen.

Zur Steigerung der Motivation bringen die Fachschülerinnen und Fachschüler selbst Aufgabenvorschläge ein. Der Aufgabenstellung entsprechend, werden die Fachschülerinnen und Fachschüler von den jeweiligen Fachlehrern betreut. Dazu erfolgen Beratungsgespräche, die ihnen die Sicherheit geben, dass sie in der angestrebten Weise arbeiten.

Dabei hat der Lehrer die geleistete Arbeit zu beurteilen und gegebenenfalls korrigierend einzugreifen. Die Selbständigkeit und Eigenverantwortlichkeit der Fachschülerinnen und Fachschüler soll u.a. dadurch gefördert werden, dass zur Durchführung der Arbeit fehlende Informationen möglichst eigenständig gewonnen werden und Beratungsgespräche nicht zu häufig stattfinden.

Der Fortgang der Arbeit soll kontinuierlich dokumentiert werden. Umfang und Ausführung der abschließenden Dokumentation ist der Problemstellung und dem Zeitrichtwert anzupassen.

Durch die Dokumentation und Präsentation der Gestalterarbeit soll die Ausdrucks- und Diskussionsfähigkeit gefördert werden. Bei Gruppenarbeit muss die Einzelleistung deutlich erkennbar und bewertbar sein.

### b) Allgemeine Hinweise

Die Gestalterarbeit ist zu dokumentieren und zu präsentieren. Die Aufgabe ist fächerübergreifend und kann alle Fächer miteinbeziehen.



## Lehrplanübersicht

Schuljahr	Handlungseinheiten	Zeitricht- wert	Gesamt- stunden	Seite
Schuljahr 2	1 Durchführung der Gestalterarbeit		160	83
			160	



## Schuljahr 2

## Zeitrictwert

<b>1</b>	<b>Durchführung der Gestalterarbeit</b>	<b>160</b>
1.1	Die Aufgabenstellung einer komplexen Projekt- und Gestalterarbeit abschätzen	Marktanalyse (Umfragen), SWOT- Analyse, Handlungsbedarf, Briefing, Entwicklung einer Corporate Identity, Corporate Design, Corporate Communication, Corporate Culture
1.2	Eine Marktanalyse auswerten	Bezogen auf das Unternehmen Unternehmensumwelt: Soziokultur, Umweltrelevanz, Gesetze, Technologien Zielgruppen (Kaufverhalten), Umfragen (SWOT- Analyse), Konkurrenz
1.3	Projektplanung und Strategie ermitteln	Zielgruppendefinition, Segmentationsanalyse, Marktpositionierung
1.4	Lösungsstrategien entwickeln	Abstimmung und Gewichten der einzelnen Marketing-Mix-Faktoren: Product-Placement, Price, Promotion Copy-Strategie
1.5	Abwägung und Entscheidung einer möglichen Lösung begründen	Entscheidungsfindungsmethoden, Zeit- und Etatplan
1.6	Realisierungswege darstellen	Marketing- und Gestaltungskonzept Vorpräsentation: Handout, Kundengespräch, Kundenkritik
1.7	Marketing- und Gestaltungskonzept optimieren	Reinzeichnungen, Pläne, Dokumentation einer wissenschaftlichen Arbeit erstellen Vgl. richtiges Zitieren BWL
1.8	Vorbereitung für eine Präsentation durchführen	Logistik, Raumplanung, Einladungen, Presseinformation, Ausstellung, Zielgruppen, Zeitrahmen Gliederung, Storyboard, Dramaturgie, Intro-Outro, Handout
1.9	Präsentation durchführen	Ablaufplan, Veranschaulichung durch geeignete Präsentationsmedien, Zeit für Nachfassgespräche
2.0	Präsentation bewerten	Methodenkompetenz, Fachkompetenz, Personalkompetenz