B5 – fächerübergreifender Unterricht

|  |  |
| --- | --- |
| Klassen | 2AS |
| Fächer | BWRR, OMAI, KOV |
| Termin/Zeitraum | 6.03. – 17.04.2024 |
| Inhalte/Themen | Umsetzung der 4 Ps in eine Verkaufspräsentation für ein neues Produkt bei einem vorgegebenen Markenartikelunternehmen |
| Lernziele/Kompetenzen  lt. Lehrplan | BWRR:  Die Schülerinnen und Schüler können   * Märkte segmentieren und Produkte im Markt positionieren * Grundlagen der Marktforschung * die 4 Ps benennen * die Grundstrategien erklären   KOV:  Die Schülerinnen und Schüler können   * eine Verkaufspräsentation nach Marketing-Gesichtspunkten gestalten * eine Verkaufspräsentation für Verkaufsmitarbeiter erstellen * eine überzeugende Verkaufspräsentation durchführen   OMAI:  Die Schülerinnen und Schüler können   * den Folienmaster in PowerPoint-Präsentationen anwenden * die Folien passend zu einem Thema/Marke gestalten * Multimedia-Elemente, wie Videos, Audio und Bilder in Folien (über dem Folienmaster) einbauen können   PBSK  Die Schülerinnen und Schüler können   * Selbst erstellte Präsentationen abhalten * Argumentationsketten aufbauen   Die Schülerinnen und Schüler stärken ihre Diskussionsfähigkeit |
| Ablauf | 3 UE (BWRR):  Erarbeitung der 4 Ps anhand eines Tafelbildes. Vorlage für den Lehrer in ppt.  Jede/r SchülerIn benötigt ein A3-Blatt welches in der Mitte wie ein Buch gefalten wird. Das „**Lapbook“** wird dann auf der Tafel mit den SchülerInnen erarbeitet. Am Ende des Marketing-Inputs soll ein übersichtliches „Lapbook“ zum gesamten Themenbereich **Marketing** bei jedem/r Schüler/in vorhanden sein. (Dieses dient gleichzeitig als Lernhilfe für die Abschlussprüfung).  2 UE (KOV):  Jede/r Schüler/in erhält nach dem Zufallsprinzip vom Lehrer/in ein Markenartikelunternehmen (im Idealfall der Lebensmittelbranche) zugelost. (Almdudler, Milka, Pringles, Ariel, Nivea, Ottakringer, Coca Cola, …) Vorgabe ist Entwicklung entweder eines neuen Produktes passend zum Unternehmen oder eine Werbe- bzw. Verkaufsaktivität zu einem bestehenden Produkt. (siehe Unterlagen)  Die Schüler/innen sollen neben dem Produkt auch einen Einkaufspreis und Verkaufspreis sowie schlagende Verkaufsargumente erarbeiten bzw. den USP benennen und einen „One-Liner“ finden.  2 UE (OMAI):  Ausarbeitung der individuellen Verkaufspräsentationen mithilfe des Folienmasters. Einarbeitung der Corporate Identity des Markenunternehmens und Einbettung einer Audio- oder Videodatei (Werbung) in die PowerPoint-Präsentation. Über den Folienmaster ein Firmenlogo als Hintergrund auf allen Folien einfügen. (Transparenz des Bildes verändern)  4 UE (PBSK):  Abhaltung der Präsentationen durch die Schüler/innen mit jeweils 5 Feedback durch Mitschüler/innen bzw. Lehrer/in. |
| Unterlagen | Lapbook (A3-Blatt pro Schüler/in), PowerPoint-Vorlage für Lapbook, Word-Dokument Vorgabe für Verkaufspräsentation |

**Verkaufspräsentationen 2.Klasse HAS**

**Ziel:** Das Publikum soll von der vorgestellten Produktidee so überzeugt werden, dass diese es **unbedingt** kaufen wollen.

**Vorgaben**

Idee: vollkommen neues Produkt passend zur bisherigen Produkt/Markenlinie oder

neuartige Verpackung, neuer Geschmack, ….

Promotionideen mit Kooperationen (andere Marken) oder

On-packs

Dauer: 2 bis 3 Minuten

Hilfsmittel: PP Präsentation,

Outfit: Business Casual

Sprache: Schriftsprache – Da es als Überzeugungs-/Verkaufspräsentation angelegt ist, soll die Stimme entsprechend eingesetzt werden.

Kurze Sätze (können auch unvollständig sein)

Bildliche Sprache als Unterstützung/Stilmittel

Verhalten: positiv, motivierend, anregend, überzeugend



