

Lehrplan der Handelsakademie

Autonomiemodell Gmunden

STUDENTAFEL Medien und Eventmanagement (ME)

A. Pflichtgegenstände	Wochenstunden Jahrgang					Summe
	I.	II.	III.	IV.	V.	
A.1. Stammbereich						
1. Persönlichkeit und Bildungskarriere						23
1.1. Religion	2	2	2	2	2	10
1.2. Persönlichkeitsbildung und soziale Kompetenz	2	-	-	-	-	2
1.3. Business Behaviour	-	1	1	1	-	3
1.4. Bewegung und Sport	2	2	2	1	1	8
2. Sprachen und Kommunikation						35
2.1. Deutsch	3	3	2	3	3	14
2.2. Englisch einschließlich Wirtschaftssprache	3	3	2	3	3	14
2.3. Lebende Fremdsprache	-	-	3	2	2	7
3. Wirtschaft und Management						51
3.1. Betriebswirtschaft	3	3	3	3	2	14
3.2. Unternehmensrechnung	3	3	3	3	2	14
3.3. Business Training, Projektmanagement, Übungsfirma u. Case Studies	-	1	2	3	1	7
3.4. Wirtschaftsinformatik	-	1	2	1	1	5
3.5. Officemanagement und angewandte Informatik	2	2	1	-	-	5
3.6. Recht	-	-	-	3	-	3
3.7. Volkswirtschaft	-	-	-	-	3	3
4. Gesellschaft und Kultur						11
4.1. Politische Bildung und Geschichte (Wirtschafts- und Sozialgeschichte)	-	1	2	1	-	4
4.2. Geografie (Wirtschaftsgeografie)	2	3	-	-	-	5
4.3. Internationale Wirtschafts- und Kulturräume	-	-	-	-	2	2
5. Mathematik und Naturwissenschaften						22
5.1. Mathematik und angewandte Mathematik	2	2	2	3	2	11
5.2. Naturwissenschaften	3	2	2	2	-	9
5.3. Technologie, Ökologie und Warenlehre	-	-	-	-	2	2
Wochenstundenzahl Stammbereich	27	29	29	31	26	142
A.2 Schulaautonomer Erweiterungsbereich						
1. Web-Design	1	1	-	-	-	2
2. Medienbildung	1	1	-	-	-	2
3. Online Marketing	-	-	2	-	-	2
4. Medien und Eventmanagement	-	-	2	2	2	6
5. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit	-	-	-	2	2	4
Gesamtwochenstundenzahl	29	31	33	35	30	158
B. Pflichtpraktikum (320 Stunden = 2 Monate)						

Lehrplan der Handelsakademie

I. Allgemeines Bildungsziel

Die Handelsakademie umfasst fünf Schulstufen und dient gemäß § 65 und § 74 Abs. 1 des Schulorganisationsgesetzes (SchOG) der Erwerbung höherer kaufmännischer Bildung für alle Zweige der Wirtschaft. Im Rahmen der Ausbildung an der Handelsakademie wird in integrierter Form Allgemeinbildung und kaufmännische Bildung vermittelt. Die Ausbildung an der Handelsakademie wird durch die Reife- und Diplomprüfung beendet, führt zur Universitätsreife und befähigt zur Ausübung eines gehobenen Berufes auf kaufmännischem Gebiet.

Die Ausbildung orientiert sich gleichermaßen an den Zielen der Beschäftigungsfähigkeit (employability) und der Studierfähigkeit (studiability). Von zentraler Bedeutung ist eine umfassende Entrepreneurship Education, die die Schülerinnen und Schüler befähigt, als Unternehmerin und Unternehmer, Arbeitnehmerin und Arbeitnehmer, Konsumentin und Konsument aktiv und verantwortungsbewusst zu agieren und damit Wirtschaft und Gesellschaft mit zu gestalten.

Nach Abschluss der Handelsakademie verfügen die Schülerinnen und Schüler über die Kompetenz,

- ihr umfassendes und vernetztes wirtschaftliches Wissen sowie ihre praktischen Erfahrungen in ihrem beruflichen Handlungsfeld und ihrer Lebenssituation einzusetzen,
- eine aktive und verantwortungsbewusste Rolle als Unternehmerin und Unternehmer, als Arbeitnehmerin und Arbeitnehmer oder als Konsumentin und Konsument einzunehmen,
- kreative und anspruchsvolle Lösungen für wirtschaftliche Problemstellungen zu erarbeiten,
- die für die Lösung von Aufgaben erforderlichen Informationen selbstständig zu beschaffen und zu bewerten sowie Informations- und Kommunikationstechnologien einzusetzen,
- im Team zu arbeiten und Verantwortung zu übernehmen,
- in korrektem Deutsch sowie in den besuchten Fremdsprachen situationsadäquat zu kommunizieren,
- sich mit Religionen, Kulturen und Weltanschauungen auseinanderzusetzen, am Kulturleben teilzunehmen sowie Verständnis und Achtung für andere aufzubringen,
- sich mit der Sinnfrage, mit ethischen und moralischen Werten sowie mit der religiösen Dimension des Lebens auseinander zu setzen,
- unter Beachtung ökonomischer, ökologischer und sozialer Gesichtspunkte zu handeln,
- die Notwendigkeit des eigenständigen, berufsbegleitenden Weiterlernens zu erkennen und entsprechende Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen zu setzen,
- sozial verantwortlich zu agieren, was sich in Respekt, angemessener Rücksichtnahme und Verantwortungsbewusstsein zeigt,
- ein breites Spektrum an Kommunikationsformen (verbal, nonverbal, schriftlich) einzusetzen,
- sich kooperativ, verantwortlich und zielorientiert einzubringen,
- aufgabenorientiert selbstständig und im Team zu arbeiten,
- mit Konflikten lösungsorientiert und selbstkontrolliert umzugehen,
- Einfühlungsvermögen, Wertschätzung und Motivationsfähigkeit zu zeigen,
- Arbeitskontexte zu leiten und zu beaufsichtigen, in denen auch nicht vorhersehbare Änderungen auftreten,
- situationsgerecht in ihrem äußeren Erscheinungsbild und in der ihnen zukommenden Rolle aufzutreten,
- kontrolliert, reflektiert und mit Eigeninitiative das Arbeitsumfeld zu gestalten,
- Aufgaben systematisch zu entwickeln, strukturiert umzusetzen und Vernetzung mit anderen Situationen herzustellen,
- lebenslanges Lernen als immanenten Bestandteil der Lebens- und Karriereplanung umzusetzen,
- durch integriertes Fremdsprachenlernen (Content and Language Integrated Learning – CLIL) das für das selbständige und unselbständige Berufsleben erforderliche Sprachwissen und die Fähigkeit der korrekten Sprachanwendung (Fremdsprachenkompetenz).

Zudem verfügen die Schülerinnen und Schüler nach Abschluss der Handelsakademie über umfassende Kenntnisse von politischen Prozessen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene, wissen über die Bedeutung der Europäischen Union und die Stellung Österreichs innerhalb dieser Bescheid, können sich auf gehobenem Niveau mit den Werten der Demokratie auseinandersetzen und sind über die Notwendigkeit der Förderung von Benachteiligten in der Gesellschaft sensibilisiert.

Berufsbezogene Lernergebnisse im Cluster „Persönlichkeit und Bildungskarriere“:

Im Cluster „Persönlichkeit und Bildungskarriere“ erwerben die Schülerinnen und Schüler die Kompetenz, ihre individuelle Berufskarriere zu gestalten und sich situationsadäquat in Gesellschaft und Öffentlichkeit zu verhalten.

Die Schülerinnen und Schüler können ihre jeweils aktuelle Ausgangssituation für die Planung ihrer Karriere sowie für den Umgang mit gesellschaftlichen Herausforderungen einschätzen und darauf Weiterbildungsaktivitäten und Entwicklungsschritte aufbauen. Zudem verfügen sie über die Kompetenz, sich selbst zu organisieren.

Sie können soziale Situationen in Beruf und Gesellschaft analysieren und sich sowohl als Gruppenmitglied als auch in Führungspositionen rollengerecht verhalten.

Die Schülerinnen und Schüler können die Charakteristika von Unternehmen und Branchen auch in verschiedenen Kulturen beschreiben, typische Verhaltensweisen, Kommunikationsformen und Erscheinungsmerkmale akzeptieren und mitgestalten. Sie können sich in unterschiedlichen Situationen des Berufslebens im In- und Ausland angemessen verhalten und ihre Mehrsprachigkeit nutzen.

Die Schülerinnen und Schüler können die Bedeutung körperlicher Bewegung und Fitness für die Erhaltung von Gesundheit und Leistungsfähigkeit einschätzen, kennen den Stellenwert des Sports im gesellschaftlichen Leben und für die Wirtschaft und können sich in Leistungs- und Wettbewerbssituationen fair und regelkonform verhalten.

Berufsbezogene Lernergebnisse im Cluster „Sprachen und Kommunikation“

Im Cluster „Sprachen und Kommunikation“ erwerben die Schülerinnen und Schüler die Kompetenz, die Unterrichtssprache als Basis aller Lernprozesse einzusetzen. Sie erwerben außerdem eine profunde praxisorientierte Sprachkompetenz, die auch als Erweiterung des kulturellen Horizonts und der geistigen Entwicklung sowie als unabdingbare Voraussetzung für eine aktive und reflektierte Teilnahme am gesellschaftlichen und beruflichen Leben gesehen wird.

In der Unterrichtssprache Deutsch erwerben die Schülerinnen und Schüler profunde Kenntnisse in den Fertigkeiten Lesen, Sprechen, Zuhören und Schreiben, die nicht nur Grundlagen für eine Beherrschung der Unterrichtssprache auf hohem Niveau sind, sondern auch die Bereiche Kunst und Kultur nahebringen. Die Schülerinnen und Schüler können die Sprache situationsangemessen gebrauchen, indem sie sich konstruktiv an Gesprächen und Diskussionen beteiligen sowie passende Gesprächsformen in privaten und beruflichen Sprechsituationen anwenden. Sie können Texte formal und inhaltlich erschließen und analysieren, die grundlegenden Sprachnormen anwenden und haben einen umfassenden Wortschatz. Sie können Texte mit unterschiedlicher Intention verfassen und die jeweils spezifischen Textmerkmale gezielt einsetzen. Sie können Texte redigieren sowie grundlegende wissenschaftliche Arbeitstechniken anwenden. Die Schülerinnen und Schüler können zu Problemen aus dem Spannungsfeld von Individuum, Gesellschaft, Politik und Wirtschaft Stellung nehmen sowie gesellschaftliche Phänomene zu Interessen und Wertvorstellungen in Beziehung setzen. Durch die intensive Beschäftigung mit Kunst und Kultur können sie zu künstlerischen, insbesondere literarischen Werken und Erscheinungen Stellung nehmen (literarische Rezeptionskompetenz) sowie die Darstellungs- und Vermittlungsmöglichkeiten unterschiedlicher Medien bewerten (Medienkompetenz).

Die Schülerinnen und Schüler können in mindestens zwei Fremdsprachen situationsadäquat kommunizieren: in Englisch einschließlich Wirtschaftssprache auf dem Niveau B2 laut GER (Empfehlung des Ministerkomitees des Europarates an die Mitgliedstaaten Nr. R (98) 6 vom 17. März 1989 zum Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen) sowie in einer weiteren lebenden Fremdsprache auf dem Niveau B1. Sie können die Fremdsprache dem Niveau entsprechend fließend, korrekt und wirkungsvoll einsetzen, sich in den für das Fachgebiet wesentlichen Bereichen schriftlich als auch mündlich praxisgerecht ausdrücken und sich angemessen auf die jeweiligen Adressatinnen und Adressaten beziehen. Sie zeigen interkulturelle Kompetenz, indem sie sich der wesentlichen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der eigenen und der fremden Kultur bewusst sind, kulturspezifische Gemeinsamkeiten und Unterschiede reflektieren und in beruflichen Situationen nutzen.

Berufsbezogene Lernergebnisse im Cluster „Entrepreneurship – Wirtschaft und Management“

Der Cluster steht für den Aufbau von praxisorientierter Wirtschaftskompetenz auf hohem Niveau. Die Orientierung an nationalen und europäischen Standards der Berufsbildung befähigt sowohl zur Anpassung an die wechselnden Anforderungen des Arbeitsmarktes als auch zur Bewältigung der Anforderungen weiterführender Bildungsinstitutionen.

Die Schülerinnen und Schüler verfügen über personale und soziale Kompetenzen wie Lösungs- und Zielorientiertheit, Flexibilität, Durchsetzungsvermögen, Kommunikationsfähigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstreflexion, Selbstmotivation, Entscheidungsfreude, Teamfähigkeit, Kundenorientierung, Ausdauer, Belastbarkeit, Hands-on-Mentalität, Konfliktlösungskompetenz, Leistungsbereitschaft und Engagement aufgebaut.

Arbeitstechniken wie die Beschaffung und Bewertung fachspezifischer Informationen sowie vernetztes Denken und Arbeiten, Selbstorganisationsfähigkeit, Projektmanagement, Networking, analytisches Denken, Präsentationsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit werden im Unterricht laufend trainiert und sind im Repertoire der Schülerinnen und Schüler vorhanden.

Die Schülerinnen und Schüler haben Entrepreneurshipkompetenzen aufgebaut, das sind zentrale Kompetenzen, wie Kreativität und Innovationsbereitschaft, unternehmerisches Denken, Markt- und Branchenwissen, Fachwissen im Bereich der Unternehmensgründung und Unternehmensführung. Dazu gehört es, die Folgen betriebswirtschaftlicher Entscheidungen abschätzen und geeignete risikopolitische Maßnahmen einsetzen zu können, die Grundsätze und Methoden des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses umsetzen zu können, die in der Praxis relevanten Qualitätsmanagement-Systeme darstellen und die Bedeutung von Qualitätsmanagement beurteilen zu können sowie in der Lage zu sein Managementtechniken anzuwenden.

Im Rahmen der Leistungserstellung und –verwertung können die Schülerinnen und Schüler Marketingkonzepte analysieren, strategische und operative Marketinginstrumente anwenden, Beschaffungsprozesse komplett durchführen und optimieren, Absatzvorgänge anbahnen und abwickeln sowie vertragsrechtliche Fragen klären und Markteintrittsmaßnahmen vornehmen.

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich Management und Intrapreneurship strategische und operative Planungsprozesse durchführen, evaluieren und bewerten, Aufgaben im Personalmanagement inkl. Lohn- und Gehaltsabrechnungen abwickeln und Maßnahmen unter den Gesichtspunkten Ethik und Nachhaltigkeit bewerten.

Im Bereich Finanz- und Investitionsmanagement können die Schülerinnen und Schüler, Investitions- und Finanzierungsentscheidungen treffen und argumentieren, Finanzpläne erstellen und Finanzkennzahlen interpretieren, Bank-, Wertpapier- und Versicherungsgeschäfte durchführen und diesbezüglich beraten sowie Steuerungsvorgänge im Unternehmen bewerten.

Die Schülerinnen und Schüler können im Bereich Unternehmensrechnung laufende Geschäftsfälle auf der Grundlage von Originalbelegen in der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung und der Doppelten Buchführung verbuchen, unternehmensrelevante Steuern und Abgaben berechnen und deren Abfuhr abwickeln, den Gewinn oder Verlust von Unternehmen mit Hilfe der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung ermitteln, Jahresabschlüsse erstellen, interpretieren und beurteilen, Kosten- und Preiskalkulationen durchführen, Deckungsbeiträge ermitteln und auf deren Grundlage unternehmerische Entscheidungen treffen, eine Betriebsabrechnung durchführen, Kosten analysieren und deren Auswirkungen auf Preise und Betriebsergebnis beurteilen.

In den Bereichen Recht und Volkswirtschaft können die Schülerinnen und Schüler einfache Rechtsfragen aus Sicht der Unternehmerin und des Unternehmers, der Arbeitnehmerin und des Arbeitnehmers sowie der Konsumentin und des Konsumenten klären. Sie sind in der Lage, als mündige Staatsbürgerin bzw. mündiger Staatsbürger mit Europakompetenz zu agieren, sich Informationen zu beschaffen, kritisch zu analysieren sowie eine eigene Position zu ökonomischen Fragestellungen zu entwickeln.

Im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie können die Schülerinnen und der Schüler Informationssysteme einsetzen, mit Publikation und Kommunikation (Textverarbeitung, E-Mail Kommunikation, Internet, Desktop-Publishing) betriebliche Arbeitsabläufe umsetzen, kaufmännische Problemstellungen mit einem Tabellenkalkulationsprogramm lösen, dazu eine Datenbank einsetzen sowie Daten sichern und schützen, E-Business-Anwendungen nutzen und IT-Rechtsbestimmungen berücksichtigen.

Berufsbezogene Lernergebnisse im Cluster „Gesellschaft und Kultur“

Im Cluster „Gesellschaft und Kultur“ wird der Aufbau einer ganzheitlichen Ausbildung fokussiert, durch die das Reflektieren von Zusammenhängen politischer, wirtschaftlicher und kultureller Veränderungsprozessen sowie auch ein umfassendes Demokratieverständnis gefördert wird.

Die Schülerinnen und Schüler können aktuelle Themen der Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, Kultur kritisch reflektieren, kontroverse Positionen analysieren und ideologischen Positionen zuordnen, fremde Kulturen und Lebensweisen verstehen und auf Übereinstimmungen mit demokratisch-humanistischen Werten prüfen sowie ihre individuelle Lebenssituation in Bezug auf Gesellschaft und Politik reflektieren.

Berufsbezogene Lernergebnisse im Cluster „Mathematik und Naturwissenschaften“

Die Schülerinnen und Schüler können im Cluster „Mathematik und Naturwissenschaften“ die für weiterführende Ausbildungen und für die Berufspraxis notwendigen mathematischen und naturwissenschaftlichen Begriffe und Methoden anwenden, Sachverhalte beschreiben, analysieren und interpretieren.

Sie können mathematische und naturwissenschaftliche Modelle beschreiben und analysieren sowie in der jeweiligen Fachsprache kommunizieren, argumentieren und interpretieren. Sie können zeitgemäße technische Hilfsmittel zielorientiert für ihre Rechenverfahren einsetzen.

Die Schülerinnen und Schüler können außerdem Zusammenhänge zwischen Mathematik, Natur-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften durch eine ganzheitliche Sichtweise von Ökologie, Technologie und Warenlehre erkennen.

II. Allgemeine didaktische Grundsätze

Lehr- und Lernziele:

Der Lehrplan ist als Rahmen zu sehen, der es ermöglicht, Neuerungen und Veränderungen in Wirtschaft, Technik, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft zu berücksichtigen und die einzelnen Lehrplaninhalte den schul-spezifischen Zielsetzungen gemäß zu gewichten sowie auf regionale Besonderheiten und auf aktuelle Gegebenheiten einzugehen.

Dies verlangt auch, dass die Lehrenden ihre fachlichen sowie methodischen Kenntnisse und Fähigkeiten stets weiter entwickeln. Aktuelles im Fachgebiet sowie der Stand der Forschung im pädagogischen Bereich sind dabei zu berücksichtigen.

Der Lehrplan ist im Ansatz als Spirallehrplan gedacht, in dem zentrale Inhalte im Laufe der fünf Jahrgänge in zunehmendem Detaillierungsgrad und aufsteigendem Komplexitätsniveau wiederholt behandelt werden. Dies erfolgt sowohl innerhalb eines Unterrichtsgegenstandes als auch fächerübergreifend.

Die Betriebswirtschaft steht als Leitfach im Zentrum der Ausbildung. Zur Festigung und Vernetzung der in den unterschiedlichen Clustern erworbenen Kompetenzen dient das didaktische Konzept der Übungsfirma dem Erwerb einer ganzheitlich-integrativen Handlungsfähigkeit.

Wegen der Bedeutung der Fremdsprachenkompetenz für die berufliche Praxis sind Unterrichtssequenzen mit integriertem Fremdsprachenlernen (Content Integrated Learning – CLIL) von großer Wichtigkeit. Unter CLIL versteht man die Verwendung der Fremdsprache zur integrativen Vermittlung von Lehrinhalten und Sprachkompetenz außerhalb des Pflichtgegenstandes Englisch unter Einbeziehung von Elementen der Fremdsprachendidaktik

Für die Vorbereitung auf die Diplomarbeit sind Methoden der wissenschaftlichen Informationsgewinnung, eine Einführung in die Grundzüge des wissenschaftlichen Arbeitens und eine korrekte Zitierweise von schriftlichen Quellen in allen betroffenen Unterrichtsgegenständen zu lehren.

Unterrichtsplanung:

Basis für die Unterrichtsplanung sind das allgemeine Bildungsziel, die Bildungsziele des jeweiligen Clusters und die Bildungs- und Lehraufgaben der einzelnen Unterrichtsgegenstände sowie weiters die didaktischen Grundsätze und die Lehrstoffe der einzelnen Unterrichtsgegenstände.

Der Unterricht ist auf Lernergebnisse hin auszurichten. Nach Lernjahren und Kompetenzmodulen gegliederte Lernziele sind in der Fachgruppe und im Team der Klassenlehrerinnen und Klassenlehrer zu planen, wobei die im Lehrplan bei den entsprechenden Gegenständen definierten Kompetenzen über die Schulstufen systematisch, vernetzend und nachhaltig aufzubauen sind.

Eine möglichst enge Vernetzung zwischen den einzelnen Unterrichtsgegenständen ist anzustreben, wobei der Betriebswirtschaft als Leitfach der Ausbildung eine besondere Bedeutung zukommt.

Der Aufbau einer praxisorientierten Wirtschaftskompetenz ist durch die Berücksichtigung des Bezuges zu einer Übungsfirma und zu Wirtschaftspartnern in allen Unterrichtsgegenständen zu fördern.

Der gründlichen Erarbeitung von Basiskenntnissen und dem Training grundlegender Fähigkeiten ist der Vorzug vor einer oberflächlichen Vielfalt zu geben.

Diagnoseinstrumente zur Lernstandserhebung bzw. Lernfortschrittsanalyse sind als Basis für die Planung weiterer Lernprozesse einzusetzen.

Teambesprechungen (auch in Form von Fach- oder Klassenlehrerkonferenzen) sind im Sinne der Vernetzung der Unterrichtsgegenstände abzuhalten, wenn es für die Lehrstoffplanung durch die betreffenden Lehrerinnen und Lehrer zweckmäßig ist.

Sprachkompetenz in der Unterrichtssprache ist die Basis für Lehr- und Lernprozesse in allen Unterrichtsgegenständen. Auf deren situationsadäquaten Einsatz und deren Weiterentwicklung in Wort und Schrift (korrekter Gebrauch der Standardsprache Deutsch – Sprach-, Sprech- und Schreibrichtigkeit) hat jede einzelne Lehrerin und jeder einzelne Lehrer hinzuwirken. Schülerinnen und Schüler mit Defiziten in der Beherrschung des sprachlichen Registers (Textkompetenz, fachliche Diskurskompetenz) sind in allen Unterrichtsgegenständen angemessen zu fördern. Für die Beurteilung der Leistungen der einzelnen Unterrichtsgegenstände sind ausschließlich die lehrplanmäßigen Anforderungen (Bildungs- und Lehraufgabe, Lehrstoff) sowie die Bestimmungen der Leistungsbeurteilungsverordnung maßgeblich.

Dem Aufbau von personalen und sozialen Kompetenzen bei Schülerinnen und Schülern ist in allen Unterrichtsgegenständen besonderes Augenmerk zu schenken.

Unterrichtsmethoden:

Bei der Auswahl der Lehr- und Lernformen sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Es ist ein breites Spektrum von Unterrichtsmethoden zwischen Instruktion und Konstruktion einzusetzen. Besonderer Wert ist auch auf den Aufbau von Methodenkompetenz zu legen.
- Die Unterrichtsmethoden sind so zu wählen, dass durch ihren Einsatz Interesse bei Schülerinnen und Schülern geweckt wird.
- Praxisorientierte Aufgabenstellungen sowie problem- und handlungsorientierter Unterricht (zB Arbeit an Projekten, Fallstudien und Simulationen) sind anzustreben.
- Lernarrangements sind so zu gestalten, dass die Schülerinnen und Schüler individuelle Stärken zeigen, ihre Selbsteinschätzungsfähigkeit weiter entwickeln und aus ihren Fehlern lernen können. Die Möglichkeiten individueller Förderung sind auszuschöpfen.
- Thematische Schwerpunkte können in Abstimmung mit Einrichtungen der Wirtschaft, Wissenschaft und außerschulischen Bildungseinrichtungen festgelegt werden. Geeignete Arten von Schulveranstaltungen sowie das Heranziehen von Fachleuten aus der Praxis tragen dazu bei, den Schülerinnen und Schülern Einblicke in die Zusammenhänge wirtschaftlicher Abläufe zu geben.
- Die Vermittlung des Integrierten Fremdsprachenlernen (Content and Language Integrated Learning – CLIL) hat integrativ so zu erfolgen, dass sowohl im fachlichen als auch im sprachlichen Bereich die Schülerinnen und Schüler bei der Herausbildung von Wissen und Fähigkeiten einerseits, als auch sprachlicher und kommunikativer Kompetenzen andererseits unterstützt werden und damit die Beschäftigungsfähigkeit der Schülerinnen und Schüler in einem globalen Arbeitsmarkt gestärkt wird.
- Die Organisation künstlerischer und kultureller Aktivitäten und der Besuch künstlerischer und kultureller Veranstaltungen und Institutionen sollen die Schülerinnen und Schüler zur Beschäftigung mit Kunst und Kultur motivieren.

Business Training und Übungsfirma:

Das didaktische Konzept der Übungsfirma fördert die Individualisierung und den Aufbau von Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz bei den Schülerinnen und Schülern. Die Übungsfirma ist der Ort, an dem kompetenter- und praxisorientierter Unterricht im Sinne des kaufmännischen Bildungsziels erfolgt.

Im Betriebswirtschaftlichen Zentrum wird die Arbeit in einem Unternehmen in verschiedenen Abteilungen und unterschiedlichen Positionen trainiert und die Praxis realitätsgetreu simuliert. Der Einsatz von Fremdsprachen soll durch den Aufbau von Geschäftsbeziehungen mit ausländischen Übungsfirmen forciert werden.

Der Pflichtgegenstand „Business Training, Projektmanagement, Übungsfirma und Case Studies“ bildet durch seine Vernetzung mit allen anderen Unterrichtsgegenständen die Grundlage für die Umsetzung des Unterrichtsprinzips Entrepreneurship Education in allen Jahrgängen.

Unterrichtsorganisation:

Die Unterrichtsorganisation hat fächerübergreifenden Unterricht, pädagogisch sinnvollen Blockunterricht, Projektunterricht und offene Lernformen zu ermöglichen. Außerschulische Lernorte im beruflichen Umfeld und schulfremde Expertinnen und Experten erhöhen den Praxisbezug.

Einzelne Unterrichtsgegenstände können teilweise in Form von Blockunterricht abgehalten werden. Außerdem können verschiedene Themenbereiche eines Unterrichtsgegenstandes durch verschiedene Lehrerinnen und Lehrer unterrichtet werden, wobei eine enge Kooperation im Hinblick auf eine gemeinsame Beurteilung der Leistungen der Schülerinnen und Schüler erforderlich ist.

Unterrichtsqualität und Evaluation:

Die Schülerinnen und Schüler als Persönlichkeiten stehen im Mittelpunkt. Ein wertschätzender und fördernder Umgang ist Grundvoraussetzung für das Gelingen von Unterricht.

Lernen und Lehren stellen den Kernprozess der Schule dar. Daher ist die Unterrichtsentwicklung zentraler Bestandteil der Schulentwicklung. Es ist dabei besonderes Augenmerk auf die Abstimmung zwischen Zielen, Maßnahmen, Indikatoren und Evaluation zu legen.

Die Qualität des Unterrichts sowie die systematische Förderung der Kompetenzen stehen im Mittelpunkt der Schulentwicklung. Qualitätsziele auf Schul-, Landes- und Bundesebene unterstützen die Weiterentwicklung der Qualität des Unterrichts. Die nachvollziehbare Darstellung der Unterrichtsziele und transparente Kriterien der Leistungsbeurteilung tragen wesentlich zur Motivation und zum guten Schulklima bei. Eine Kultur der offenen Rückmeldung ist anzustreben.

Unterrichtstechnologie:

Zur Optimierung der Unterrichtsqualität und des Unterrichtsertrages sowie zur Unterstützung des Lernprozesses sind unterschiedliche Medien einzusetzen. Auf den Aufbau der erforderlichen Medienkompetenz ist besonderer Wert zu legen.

Der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien ist in allen Unterrichtsgegenständen anzustreben.

Wörterbücher und andere Nachschlagewerke, Gesetzestexte, Formelsammlungen, elektronische Medien sowie weitere in der Praxis übliche Informationsträger sollen – soweit es mit den Bildungszielen, der Bildungs- und Lehraufgabe sowie den Anforderungen der Reife- und Diplomprüfung vereinbar ist – im Unterricht und in Prüfungssituationen verwendet werden.

Praxis und andere Formen des Praxiserwerbes:

Das Pflichtpraktikum ist in den Unterrichtsgegenständen „Betriebswirtschaft“, „Business Training, Projektmanagement, Übungsfirma und Case Studies“ sowie „Business Behaviour“ unter dem Gesichtspunkt der Karriereplanung, Bezug nehmend auf das zu erstellende Praxisportfolio, vor- und nachzubereiten. Die Schülerinnen und Schüler haben in geeigneter Weise Aufzeichnungen zu führen; diese sind in den entsprechenden Unterrichtsgegenständen auszuwerten. Die Schülerinnen und Schüler sind vor dem Beginn des Pflichtpraktikums über ihre Rechte und Pflichten als Praktikantin oder als Praktikant zu informieren und darauf hinzuweisen, dass sie sich bei Problemen auch an die Interessenvertretungen der Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen wenden können. Die Lehrerinnen und Lehrer der entsprechenden Unterrichtsgegenstände sollen mit den Betrieben (Praxisstätten), in denen die Schülerinnen und Schüler ihre Praxis ableisten, Kontakt halten. Auslandspraktika sind in Hinblick auf (fremd)sprachliche Kompetenzen empfehlenswert, wobei vor allem die Eignung ausländischer Praxisstellen nach Möglichkeit zu überprüfen ist.

III. Unterrichtsprinzipien

Die Schule hat Bildungs- und Erziehungsaufgaben, die nicht einzelnen Unterrichtsgegenständen zugeordnet sind. Diese sind als Unterrichtsprinzip im Unterricht sämtlicher Unterrichtsgegenstände zu berücksichtigen.

Diese Unterrichtsprinzipien sind insbesondere

- Entrepreneurship Education - Befähigung des Einzelnen zu Eigeninitiative und selbstständigem Denken und Handeln als Unternehmerin und Unternehmer, Arbeitnehmerin und Arbeitnehmer, und auch als Konsumentin und Konsument, aktives und verantwortungsbewusstes Agieren und damit Wirtschaft und Gesellschaft mitgestalten,
- Wirtschaftserziehung und VerbraucherInnenbildung- kritisch reflexive Auseinandersetzung mit wesentlichen Themen der Wirtschaft,
- Umwelterziehung - Sensibilisierung für ökologische Anliegen und Erfordernisse unter Einbeziehung des Natur- und Umweltschutzes unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeit,
- Politische Bildung - Erziehung zu einem demokratischen und gesamteuropäischen Denken sowie zur Weltoffenheit,
- Europapolitische Bildungsarbeit - Thematisierung aktueller europäischer Entwicklungen und Initiativen im Bildungsbereich (Bildungsprogramme, Qualifikationsrahmen, Anerkennungsrichtlinien, Qualitätssicherungsrahmen, Transparenzinstrumente),
- Gender Mainstreaming - Erziehung zur Gleichberechtigung von Frauen und Männern,
- Medienbildung - Sensibilisierung für bewussten Umgang und kritische Auseinandersetzung mit Medien,
- Gesundheitserziehung - Erziehung zu gesundheitsbewusstem, eigenverantwortlichem Handeln.

IV. Schulautonome Lehrplanbestimmungen

Allgemeine Bestimmungen

Der Pflichtgegenstand Religion ist von schulautonomen Gestaltungsmöglichkeiten ausgenommen.

Schulautonome Lehrplanbestimmungen (§ 6 Abs. 1 SchOG) eröffnen in dem vorgegebenen Rahmen Freiräume im Bereich der Stundentafel, der durch den Lehrplan geregelten Inhalte des Unterrichts (Lehrpläne der einzelnen Unterrichtsgegenstände), der Lern- und Arbeitsformen sowie der Lernorganisation. Für eine sinnvolle Nutzung dieser Freiräume ist die Orientierung an der jeweiligen Bedarfssituation in der Schule oder in der Klasse an einem bestimmten Schulstandort sowie an den daraus resultierenden Wunsch- bzw. Zielvorstellungen von wesentlicher Bedeutung. Die Nutzung der schulautonomen Freiräume bedarf eines an den Bedürfnissen der Schülerinnen und Schüler, der Schulpartner insgesamt sowie des schulischen Umfeldes orientierten Bildungsplanes.

Schulautonome Lehrplanbestimmungen haben auf das allgemeinbildende, das fachtheoretische und das fachpraktische Ausbildungsziel des Lehrplanes, die damit verbundenen Berechtigungen sowie auf die Erhaltung der Übertrittsmöglichkeiten im Rahmen des Schulwesens Bedacht zu nehmen. Sie haben den zur Verfügung stehenden Rahmen an Lehrerinnen- und Lehrerwochenstunden und die durch den vorhandenen Raum und die vorhandene Ausstattung gegebenen Möglichkeiten der Schule zu beachten.

Bei Anwendung der schulautonomen Lehrplanbestimmungen ist das Bildungsziel der Handelsakademie zu beachten. Die Erreichung der im Lehrplan definierten Kompetenzen muss gesichert bleiben.

Schulautonome Abweichungen von der Stundentafel

Die Stundentafel ist im Bereich der Pflichtgegenstände in fünf Cluster gegliedert, in welchen Unterrichtsgegenstände zusammengefasst sind, die sich inhaltlich und thematisch ergänzen. Für jeden der fünf Cluster ist ein Gesamtausmaß der Wochenstunden festgelegt, das schulautonome veränderbar ist, wobei jedoch folgende Bestimmungen zu beachten sind:

1. Der Stammbereich ist in allen Parallelklassen gleich zu gestalten, sofern nicht die Profilbildung der Schule eine Abweichung erfordert.
2. Autonome Verschiebungen zwischen den Clustern sind nicht möglich.
3. Anstelle des schulautonome festgelegten Ausbildungsschwerpunktes können die für diesen vorgesehenen sechs Wochenstunden zur Erhöhung der Stundenanzahl der Pflichtgegenstände im Stammbereich verwendet werden.
4. Pflichtgegenstände mit bis zu vier Gesamtwochenstunden dürfen um höchstens eine Wochenstunde und Pflichtgegenstände mit mehr als vier Gesamtwochenstunden um höchstens zwei Wochenstunden schulautonome verändert werden. Innerhalb eines Clusters dürfen dabei höchstens drei Gesamtwochenstunden verändert werden. Das gilt nicht für den Cluster „Persönlichkeit und Bildungskarriere“, in dem nur eine Erhöhung der Gesamtwochenstunden um bis zu zwei Wochenstunden, welche aus dem Erweiterungsbereich zu entnehmen sind, in jedem Unterrichtsgegenstand dieses Clusters möglich ist.
5. Der Pflichtgegenstand „Mathematik und angewandte Mathematik“ ist ab dem ersten Jahrgang als Pflichtgegenstand zu führen.
6. Wird schulautonome in der Stundentafel bei einem Unterrichtsgegenstand mehr als eine Wochenstunde verändert, ist eine Anpassung der Bildungs- und Lehraufgabe sowie des Lehrstoffes vorzunehmen.
7. Aus jedem Cluster, ausgenommen „Persönlichkeit und Bildungskarriere“, können bis zu drei Wochenstunden in den schulautonomen Erweiterungsbereich zugunsten weiterer im Abschnitt VII, Unterabschnitt A. 2. 1, vorgesehener Ausbildungsschwerpunkte zu je sechs Wochenstunden (zwei Wochenstunden pro Schulstufe) verschoben werden.
8. Seminare können schulautonome im Gesamtausmaß von höchstens 18 Wochenstunden (eine oder zwei Wochenstunden pro Seminar) angeboten werden, wobei einem Kompetenzmodul gemäß dem VII. Abschnitt eine Wochenstunde entspricht. Seminare mit einer Wochenstunde (einem Kompetenzmodul) können ab dem II. Jahrgang mit zwei Wochenstunden in einem Semester geblockt werden. Im erforderlichen Ausmaß sind Pflichtgegenstände des Stammbereiches (bis zu zwölf Wochenstunden) zu reduzieren und/oder sechs Wochenstunden des Ausbildungsschwerpunktes zu verwenden.
9. Verbindliche Übungen können schulautonome im Gesamtausmaß von höchstens 18 Wochenstunden angeboten werden. Im erforderlichen Ausmaß sind Pflichtgegenstände des Stammbereiches (bis zu zwölf Wochenstunden) zu reduzieren und/oder sechs Wochenstunden des Ausbildungsschwerpunktes zu verwenden.
10. Das Stundenausmaß des Pflichtgegenstandes „Religion“ ist nicht veränderbar.
11. Der Pflichtgegenstand „Lebende Fremdsprache“ (mit Bezeichnung der Fremdsprache) kann auf bis zu sechs Gesamtwochenstunden reduziert werden. Mit dem frei werdenden Stundenausmaß können bis zu zwei weitere lebende Fremdsprachen vorgesehen werden.
12. Im Pflichtgegenstand „Business Training, Projektmanagement, Übungsfirma und Case Studies“ darf im IV. Jahrgang die Wochenstundenzahl von drei nicht unterschritten werden.

13. Der Pflichtgegenstand „Politische Bildung und Geschichte (Wirtschafts- und Sozialgeschichte)“ ist jedenfalls im II. Jahrgang vorzusehen.
14. Neue Pflichtgegenstände dürfen im Stammbereich nicht geschaffen werden, außer gemäß Z 11.
15. Seminare, Verbindliche Übungen, Freigegegenstände und Unverbindliche Übungen können von den Schulen autonom, nach regionaler Notwendigkeit, geschaffen werden. Ein entsprechender kompetenz- und lernergebnisorientierter Lehrplan ist zu erstellen.
16. Im Falle der schulautonomen Festlegung des Ausbildungsschwerpunktes „Management für (schulautonomes Geschäftsfeld)“ sind schulautonom ein den Ausbildungsziel der Handelsakademie entsprechendes Geschäftsfeld sowie die entsprechenden Bildungs- und Lehraufgaben sowie Lehrstoffe festzulegen.

Die Jahreswochenstundenzahl von 38 pro Jahrgang darf nicht überschritten werden und die Gesamtwochenstundenzahl der Ausbildung darf höchstens 168 (ohne Freigegegenstände, Unverbindliche Übungen und Förderunterricht) betragen.

Gemäß § 1 Abs. 4 der Eröffnungs- und Teilungszahlenverordnung, BGBl Nr. 86/1981 in der jeweils geltenden Fassung, besteht die Möglichkeit, Eröffnungs- und Teilungszahlen im Rahmen der zur Verfügung stehenden Ressourcen (unter Bedachtnahme auf den jeweiligen Lehrplan sowie allfällige schulautonome Veränderung der Stundentafel) schulautonom festzulegen.

Bestimmungen bezüglich integriertes Fremdsprachenlernen (Content and Language Integrated Learning – CLIL)

Als fremdsprachlicher Schwerpunkt sind in einzelnen Pflichtgegenständen (ausgenommen die Pflichtgegenstände „Religion“, „Deutsch“ und „Englisch einschließlich Wirtschaftssprache“) ab dem III. Jahrgang mindestens 72 Unterrichtsstunden pro Jahrgang in Abstimmung mit dem Pflichtgegenstand „Englisch einschließlich Wirtschaftssprache“ in englischer Sprache zu unterrichten. Die Festlegung der Pflichtgegenstände und des Stundenausmaßes in den einzelnen Pflichtgegenständen und Jahrgängen hat durch schulautonome Lehrplanbestimmungen zu erfolgen. Unberührt bleibt die Möglichkeit der Anordnung der Verwendung einer lebenden Fremdsprache als Unterrichtssprache (Arbeitssprache) gemäß § 16 Abs. 3 Schulunterrichtsgesetz.

Die **Handelsakademie Gmunden** hat schulautonome Abweichungen von der Stundentafel vom Lehrplan laut BGBl. II – Ausgegeben am 27. August 2014 – Nr. 209 (A2 Schulautonomer Erweiterungsbereich) vorgenommen. (vgl. Anlage 2)

Aufgrund der Kürzung der zweiten lebenden Fremdsprache um fünf Stunden im Stammbereich musste auch dieser Lehrplan geändert werden. (vgl. Anlage 2, Seite 1, Punkt 6)

Die **Änderung des Lehrplans der zweiten lebenden Fremdsprache** im Stammbereich sowie die entsprechenden **schulautonomen Lehrpläne** werden im Folgenden dargestellt.

Der Rest des Lehrplans 2014 bleibt unverändert. Daher ist er nicht weiter angeführt.

2.3 Lebende Fremdsprache (Französisch)

Didaktische Grundsätze:

Der Unterricht ist so zu gestalten, dass die Schülerinnen und Schüler sowohl in den rezeptiven als auch in den produktiven Fertigkeiten das Niveau des Users A2 gemäß GER erreichen. Der Sprachunterricht ist darauf hin auszurichten, dass die fünf Fertigkeiten laut GER ausgewogen trainiert werden. Sprachliche Kommunikation findet im Rahmen der privaten, öffentlichen und beruflichen

Domänen (Lebensbereiche) und der Domäne Bildung statt. Die Lebens- und Erfahrungswelt von Jugendlichen ist zu berücksichtigen. Die sprachlichen Aktivitäten sind so zu wählen, dass die Schülerinnen und Schüler ausreichende

sprachliche Mittel erwerben, um sich in vertrauten Situationen angemessen und ausreichend korrekt verständigen zu können. Dabei können Fehler vorkommen, aber es bleibt klar, was ausgedrückt wird.

III. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- verstehen vertraute Wörter und einfache Sätze, wenn langsam und deutlich gesprochen wird,
- verstehen ganz einfache, kurze Texte und schriftliche Mitteilungen in vertrauten Alltagssituationen (Schilder, Annoncen, Formulare, einfache Prospekte usw.),
- verständigen sich auf sehr einfache Art in vertrauten Alltagsgesprächen, wenn die Gesprächspartner sich auch um das Gelingen des Gesprächs bemühen,
- können elementare Informationen über sich und andere schriftlich und mündlich weitergeben,
- können elementare sprachliche Strukturen anwenden,
- können ein sehr elementares Spektrum einfacher Wendungen in Bezug auf Dinge und Bedürfnisse konkreter Art anwenden,
- können zu einigen wenigen Alltagsthemen mit formelhaften Wendungen kurze, einfache Texte schreiben oder ergänzen.

Lehrstoff:

Aufbau der Fertigkeiten „Lesen“, „Hören“, „An Gesprächen teilnehmen“, „Zusammenhängendes Sprechen“ und „Schreiben“ und der für das Kompetenzniveau kommunikationsrelevanten grammatischen Strukturen

Themen aus dem Umfeld wie Familie, Freunde und soziale Beziehungen, Schule, Berufe, Freizeit, Hobbys und Vorlieben

Mündliche Kommunikation:

Domänenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen

Schriftliche Textsorten und -formate:

Kurze einfache Texte in sozialen Netzwerken, kurze Mitteilungen und Notizen

Schularbeiten:

Zwei einstündige Schularbeiten

IV. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- verstehen Fragen und Auskünfte, einfache Dialoge über vertraute Themen, wenn deutlich gesprochen wird,
- verstehen einfache Texte auf Tonträgern, wenn klar und deutlich gesprochen wird,
- verstehen einfache Anleitungen und Vorschriften, kurze Briefe, E-Mails, Postings, SMS, kurze sachliche Mitteilungen und einfache Berichte, besonders wenn Bilder dabei helfen, und können vertrauten Alltagstexten die wichtigsten Informationen entnehmen,
- können einfache Informationen über sich und andere in einem erweiterten Themenspektrum schriftlich wie mündlich austauschen und wiedergeben,
- können Gegenwärtiges, Vergangenes und Zukünftiges in einfacher Form schriftlich wie mündlich wiedergeben,
- können kurze, einfache Texte zu Themen des Alltags verfassen, wobei oft formelhafte Wendungen eingesetzt werden und Aussagen mit einfachen Bindewörtern verknüpft werden,
- können einfache sprachliche Strukturen und einfache Satzmuster anwenden,
- können einen begrenzten Wortschatz zur Bewältigung konkreter vertrauter Alltagssituationen anwenden.

Lehrstoff:

Vertiefung der im III. Jahrgang (1. Lernjahr) erarbeiteten Themen unter Einbeziehung von Einkaufen, Bekleidung und Aussehen, Verkehrsmittel, Reisen, Erlebnisse und Erfahrungen

Mündliche Kommunikation:

Domänenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen

Schriftliche Textsorten und –formate:

Einfache Alltags- und Sachtexte (kurze einfache Texte in sozialen Netzwerken und Zeitschriften, Anzeigen, Notizen)

Schularbeiten:

zwei einstündige Schularbeiten

V . J a h r g a n g :

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- verstehen Gespräche über vertraute Themen und auch Einzelheiten in einfachen Texten, wenn das Thema bekannt ist und langsam und deutlich gesprochen wird,
- verstehen Anweisungen, Fragen, Auskünfte und Mitteilungen in Alltags-, Ausbildungs- und Berufssituationen und können einfachen Beschreibungen von Vorgängen und Arbeitsabläufen folgen,
- verstehen einfache Texte, wenn das Thema vertraut ist, und können einfachen Alltags- und Sachtexten, die sich auf vertraute Situationen beziehen, die wichtigsten Informationen entnehmen,
- verstehen einfache Sachtexte, wenn Bilder oder Graphiken den Inhalt unterstützen, und einfache berufliche Standardkorrespondenz, die einem häufig verwendeten Schema folgt und sich auf vertraute Situationen bezieht,
- können sich in einfachen routinemäßigen Situationen in privaten wie berufsrelevanten Bereichen verständigen, wenn es um einen direkten Austausch von Informationen und um vertraute Themen und Tätigkeiten geht,
- können an einfachen kurzen Gesprächen oder Interviews teilnehmen, Interesse dafür ausdrücken, was jemand sagt, zustimmen, widersprechen und andere Vorschläge machen sowie Vereinbarungen treffen,
- können Ratschläge annehmen und erteilen, Einladungen annehmen oder ablehnen,
- können über Pläne, Ereignisse und Vorfälle schriftlich und mündlich berichten,
- können eine einfache Geschichte verfassen, wenn Stichwörter und Bilder helfen,
- können mit einem begrenzten Wortschatz zu vertrauten Themen kurze, zusammenhängende Texte verfassen, Ereignisse, vergangene Handlungen und Erfahrungen beschreiben und dabei einfache Strukturen korrekt verwenden,
- können kurze Ausschnitte aus gelesenen Texten in einfachen Sätzen wiedergeben,
- können mit einem ausreichend großen Wortschatz und relativ einfachen Strukturen vertraute Themen routinemäßig erledigen und einfache, konkrete Bedürfnisse erfüllen,
- können sowohl schriftlich als auch mündlich eine einfache Beschreibung von Menschen, Lebens- und Arbeitsbedingungen, Alltagsroutinen, Vorlieben oder Abneigungen geben.

Lehrstoff:

Festigung und kontinuierliche Progression in den Fertigkeiten anhand folgender Domänen:

Leben in der Gesellschaft, Schule, Berufe, Freizeit und Hobbys, Körper, Gesundheit und Aussehen, Verkehrsmittel, Reisen, Erlebnisse und Erfahrungen

Medien

Mündliche Kommunikation:

Domänenbezogenes monologisches und dialogisches Sprechen

Schriftliche Textsorten und –formate:

Alltags- und Sachtexte (Anzeigen, kurze einfache Texte in sozialen Netzwerken und für Internetseiten, Zeitschriften), einfache berufliche Mails und Briefe

Schularbeiten:

Zwei einstündige Schularbeiten

Didaktische Grundsätze:

Im Sinne der Entrepreneurship Education ist ein umfassend interdisziplinär vernetztes betriebswirtschaftliches Wissen zu entwickeln. Aufgabenstellungen sind in praktische Kontexte zu stellen.

Die betriebswirtschaftlichen Problemstellungen sind fächerübergreifend unter Anwendung der geeigneten Qualitäts- und Projektmanagementinstrumente zu bearbeiten. Aktuelle Entwicklungen im Fachgebiet sind zu berücksichtigen.

Der Einsatz unterschiedlicher Lehr- und Lernmethoden ist anzustreben. Moderne IT-Techniken zur Bewältigung betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen sind einzusetzen. Sämtliche Lehrplaninhalte bilden die Grundlage für die Übungsfirmenarbeit.

Soweit als möglich und zielführend sind zwischen den verschiedenen Unterrichtsgegenständen Beziehungen herzustellen, die den Erwerb fächerübergreifender Kompetenzen fördern.

1. Web-Design

Didaktische Grundsätze:

Vertiefende Kenntnisse in der Gestaltung von Websites bilden ein Fundament für komplexe digitale Marketingmaßnahmen.

I. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im
Bereich Webdesign

- HTML-Quelltext interpretieren und manuell erstellen,
- HTML-Dokumente mit Hilfe von CSS formatieren.

Bereich Bildbearbeitung

- Farben und deren Bedeutung gezielt für Publikationen einsetzen,
- Farbräume und Farbmodelle für unterschiedliche Ausgabemedien definieren,
- vorhandenes Bildmaterial mit professioneller Software bearbeiten und für verschiedene Anwendungsbereiche aufbereiten.

Lehrstoff:

HTML-Grundlagen, CSS-Grundlagen

Farbenlehre, Farbräume, Farbtiefe, Bildbearbeitung, Werkzeuge, Ebenen, Masken, Farbkorrektur, Schriften, Dateiformate

II. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im
Bereich Content-Management-Systeme

- einen Überblick über die gängigen webbasierten CMS-Systeme geben,
- ein CMS redaktionell bedienen,
- Anforderungen analysieren und dokumentieren,
- ein Web-Projekt mit CMS planen,
- einen den Anforderungen entsprechenden Provider auswählen,
- das Layout und Design des CMS-Frontends anpassen,
- das Web-Projekt publizieren.

Lehrstoff:

Web-Projekt mit CMS

2. Medienbildung

Didaktische Grundsätze:

In einer vernetzten und digitalen Welt ist ein theoretisch fundiertes Wissen im Bereich Medien unerlässlich. Den Umgang mit Medien in einer medienzentrierten Gesellschaft zu lehren ist daher unumgänglich. Sowohl in der Unternehmenswelt als auch im Privatleben ist ein Wissen über die gängigsten Kommunikationskanäle essentiell. Die Aufbereitung und Weitergabe von Information mit Hilfe der neuen multimedialen Techniken über moderne Kommunikationskanäle ist eine Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation in einer aufgeklärten und vernetzten Zivilgesellschaft.

I. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Medienkunde

- die wesentlichsten Mediensysteme und -strukturen wie Strukturen des dualen Rundfunksystems, die Arbeit von Journalistinnen und Journalisten, Programmformate und -genres (Medienkunde) benennen,
- sich analytisch und reflexiv mit Medien auseinandersetzen (Medienkritik),
- Manipulation in Bildern und durch Bilder in einer multimedialen Welt erkennen und diese nach ethischen Kriterien analysieren,
- die jeweiligen Codes der Medien sowie ihre ästhetischen und gesellschaftlichen Ausdrucksformen (kulturelle Kompetenz) erkennen,
- das Nutzungsverhalten diverser Medien des In- und Auslands interpretieren (Mediennutzung),
- aktuelle Entwicklungen im Bereich der Medien nachvollziehen.

Bereich Medienrecht

- die rechtlichen Grundlagen bezüglich der Verwendung von Bildmaterial anwenden,
- mediengeschichtliche und rechtliche Aspekte erkennen und bewerten,
- Grundzüge des Mediengesetzes und des Urheberrechtes benennen,
- Regelungsziele des Medienrechtes als Schutz der Mediennutzer und Sicherung der Meinungsvielfalt nachvollziehen,
- den Rechtsraum Internet als solchen erkennen und verstehen.

Lehrstoff:

Medienkunde, Medienkritik, Mediengestaltung, Mediengeschichte, Medientheorie, Kommunikationstheorie, Kommunikationsanalyse, Aufbereitung und Zurverfügungstellung von Bildern und Fotos für Öffentlichkeitsarbeit und Medienarbeit, Mediennutzung, Urheberrecht, Datenschutzrecht, Jugendschutz, Medienlandschaft, Internetportale

II. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Fotografie undameratechnik

- Grundlagen der visuellen Gestaltung anwenden,
- die Funktionsweise einer optischen Abbildung erklären,
- Brennweite, Blende und Fokus von Objektiven gezielt zur Bildgestaltung einsetzen,
- Beleuchtung für Porträtaufnahmen setzen,
- die Farbtemperatur mit einem Weißabgleich anpassen,
- RAW-Bilder mit hoher Farbtiefe nachbearbeiten.

Bereich Film- und Tontechnik

- Filmequipment je nach Einsatzbereich unterscheiden und auswählen,
- Schärfe, Belichtung und Weißabgleich bei einer Filmkamera manuell einstellen,
- Beleuchtung für Filmaufnahmen setzen,
- Stative, bewegende Systeme und Stabilisatoren bei der Kameraführung anwenden,
- Ton bei Filmaufnahmen mit externem Mikrofon aufnehmen.

Lehrstoff:

Grundelemente der visuellen Gestaltung, Bildgestaltung, Bildaufbau, Bildausschnitt, menschliches Auge, Prinzip der Abbildung, Sensortechnik, Bild- und Filmformate, Brennweite, Blende, Belichtungszeit, Lichtempfindlichkeit, Tiefenschärfe, Linsenfehler und Korrekturmöglichkeiten, Histogramm, Gradationskurven, Beleuchtung, elektromagnetisches Spektrum, Farbmischungen, Farbräume, Farbtiefe, Kompression, Grundbegriffe der Wellenlehre und Akustik, Wellenausbreitung, Brechung, Beugung, Reflexion, Interferenz, Resonanz, Schwebung, menschliches Ohr, Wahrnehmung, Schall, Lautstärke, Klangfarbe, Mikrofon, Lautsprecher, Raumwinkel, Lärmschutz

3. Online Marketing

Didaktische Grundsätze:

Die Nutzung von Online Marketing Konzepten und Produkten ist heute bedeutender als je zuvor. Jedes erfolgreiche Unternehmen nutzt diese Werkzeuge. Dabei entscheiden sich viele Kunden aufgrund von professionellem Marketing für ein Unternehmen.

III. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- kennen wesentliche Eckpfeiler der Medienlandschaft und des Medienrechts,
- kennen Kanäle des Online Marketings,
- können Begriffe wie SEO und SEA einordnen und in der Praxis umsetzen,
- können das Potential von Social-Media-Kanälen und anderen digitalen Methoden und Plattformen für bestimmte Zielgruppen abschätzen und als Marketinginstrument nutzen,
- können Online Marketingmaßnahmen analysieren und Erfolge messen,
- können zielgruppenspezifische Marketingmaßnahmen im Internet entwickeln und analysieren,
- können Branding-Materialien erstellen und analysieren.

Lehrstoff:

Sprache und Medien, rechtliche Rahmenbedingungen, SEO, SEA, Social Media Advertising, E-Mail-Marketing, Werbung mit neuen Technologien

Zielgruppenmarketing, Google Analytics, Facebook Pixel, Influencer Marketing, Inbound Marketing, Online-PR und Rezensionen, Analyse von Branding-Materialien

4. Medien und Eventmanagement (Ausbildungsschwerpunkt)

Didaktische Grundsätze:

Die Medienbranche befindet sich in einem rasanten Wandel. Medienformate und Technologien entwickeln sich ständig und in immer kürzeren Zeitabständen weiter. Auch die öffentlichkeitswirksame Inszenierung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Fortschreitende Medialisierung und "Eventisierung" prägen unsere Gesellschaft.

III. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Advanced Webdesign

- aktuelle CSS-Frameworks gezielt einsetzen und adaptieren,
- individuelle Gestaltungen vornehmen,
- programmierte Elemente in aktuelle CSS-Frameworks einbetten und anpassen,
- Datenbanken einbinden.

Bereich Digitale Illustrationen

- Werbebotschaften visuell zum Ausdruck bringen,
- mit Adobe Illustrator Vektorgrafiken für Printmedien erstellen.

Bereich Filmplanung

- eine Idee für einen Werbespot mit einem Storyboard visualisieren,
- den Workflow einer Filmproduktion von der Idee bis zur Fertigstellung organisieren.

Bereich Filmproduktion

- einen Film laut Storyboard mit einer dezidierten Filmkamera drehen,
- mit Adobe Premiere Pro einen Film schneiden und nachbearbeiten,
- einen Film für aktuelle Medien zur Veröffentlichung aufbereiten.

Lehrstoff:

HTML, CSS-Frameworks (z.B. bootstrap), visuelle Gestaltung, Vektorgrafiken, Briefing, Zielformulierung, narrative Methoden, Filmsprache, Storyboard, Drehplanung

Clientseitige Programmierung mit JS, serverseitige Programmierung mit PHP, Datenbankbindung mit SQL, Filmset, Rohschnitt, Compositing, Colorgrading, visuelle Effekte, Animation, Sounddesign, Mastering

IV. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können im

Bereich Eventmanagement

- den Eventbegriff definieren,
- verschiedene Eventarten und Anwendungsbereiche identifizieren,
- die Projektziele definieren,
- Projekte im Bereich des Eventmanagements anbahnen und konzeptionieren,
- Projektmanagementtools anwenden,
- Marketingstrategien entwickeln und anwenden,
- Public Relations und Werbung für Projekte einsetzen,
- einen Finanzplan für ein Event erstellen,
- Projekte im Bereich des Eventmanagements durchführen,
- ein Sponsoring-Konzept erstellen.

Lehrstoff:

Grundbegriffe Eventmarketing und Eventmanagement, Eventarten (Sportevent, Tourismusevents, Kulturevents, Kongresse und Tagungen, Incentives, Messen, Green und fair, Events der Zukunft), Eventkonzeption, Kommunikation, branchenübergreifende Soft-Skills, Eventmarketing in der Kommunikationspolitik

Public Relations, Finanzierung, Sponsoring, Durchführung eines geplanten Events, rechtliche, wirtschaftliche und steuerliche Faktoren (Versicherungsrecht, Veranstaltungsrecht, Jugendschutz, Sicherheitsmanagement), Budgetierung und Finanzierung, Eventmarketing an konkreten Beispielen aus der Praxis

V. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler können

- Key Performance Indikatoren definieren und analysieren,
- ein Event anhand von Controlling-Instrumenten nachbereiten (Soll-Ist-Vergleich),
- Trends im Eventmanagement analysieren,
- rechtliche Entwicklungen und technische Standards verfolgen,
- Praxiseinblicke gewinnen,
- Events in Sinne der Nachhaltigkeit überprüfen,
- Kriterien für Green Events erarbeiten und analysieren,
- eine Dokumentation eines Events erstellen.

Lehrstoff:

Controlling im Eventbereich, Analysetechniken, praxisorientierte Problemstellungen selbstständig analysieren und lösen, Sustainability, Green Meetings und Green Events

5. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Didaktische Grundsätze:

Die Planung und der Umgang mit interner und externer Kommunikation in Unternehmen und Organisationen sowie der Einsatz moderner IT-Techniken zur Lösung der Aufgabenstellungen sind wesentliche Bestandteile von Lernarrangements. Praxisorientierte Aufgabenstellungen, Fallanalysen und ein kompetenzorientierter Unterricht sollen die Schülerinnen und Schüler zu logischem, handlungsorientierten und vernetztem Denken, zum analytischen und konsequenten Arbeiten, selbstständig und im Team sowie zum verantwortungsbewussten Entscheiden und Handeln führen.

IV. Jahrgang:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- kennen konstruktivistische Ansätze und können diese auf Kommunikation übertragen,
- kennen wichtige Grundlagen und Modelle erfolgreicher Kommunikation,
- können eine Unternehmenskommunikation gestalten und wissen, wie man Vertrauen aufbaut und Handlungsspielräume schafft,
- begreifen die Kommunikation als Teil der strategischen Unternehmensführung,
- können Kommunikationsstrategien planen, durchführen und evaluieren,
- haben einen Überblick über die wichtigsten rechtlichen und ethischen Rahmenbedingungen der Unternehmenskommunikation,
- sind sensibilisiert in Bezug auf die Medien- und Politiklandschaft,
- können den Kommunikationserfolg messen, bewerten und steuern,
- verstehen die strategische Bedeutung eines Employer Brandings,
- erkennen die Wichtigkeit der Positionierung und der Identität des Unternehmens,
- können die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens erklären,
- können die moderne Vielfalt von Kommunikationsmöglichkeiten analysieren und deren Anwendungen verstehen,
- können eine Zielgruppendefinition hinsichtlich konkreter Kommunikationspartner vornehmen,
- können ausgewählte aktuelle Kommunikationsanwendungen einsetzen und deren Reichweite beurteilen,
- können Kommunikationsinstrumente aufeinander abstimmen,
- können die grundlegenden Regeln für die externe Kommunikation benennen und umsetzen,
- können die Gefahren und Probleme, die mit den Instrumenten des Web 2.0 verbunden sein können, einschätzen und grundlegende Fehler verhindern.

Lehrstoff:

Grundlagen der Kommunikationspsychologie: Modelle und Theorien, konstruktivistischer Ansatz, Theorie und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit (Konzept und Planung von PR Strategien): Abgrenzung von Marketing vs. Öffentlichkeitsarbeit (to sell vs. to tell); Anwendungsfelder und Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit; Medienlandschaft und –struktur und politische Zusammenhänge; Medialer Wandel, Evaluierung der Unternehmenskommunikation (Methoden und Instrumente)

Externe Kommunikation:

Kommunikationspolitik bei Unternehmen/Organisationen, Theorie und Praxis der Corporate Identity und Corporate Responsibility, Marke als Vertrauensbild, Employer Branding (Aufbau, Entwicklung und Maßnahmen), Kommunikation über Social Media: Trends, Online Auftritt und Social Media Profil, Erfolgsfaktoren und Gefahren, Lobbying und Networking

Kommunikationsinstrumente:

Presse- und Medienarbeit (Podcasts, TV- und Radiobeiträge, Blog, Video, Apps), Pressekonferenzen, Pressetexte, Fachartikel, Foren, Newsletter, Soziale Netzwerke, Broschüren, Flyer, Anzeigen in Zeitungen, direkter Kundenkontakt, Telefongespräche, Chat, Videogespräche und -konferenzen, Schriftverkehr, Storytelling, Podiumsdiskussionen, u.ä.

V. Jahrgang:

Didactical principles:

The planning and handling of internal and external communication in companies and organisations as well as the use of modern IT technologies to solve the tasks are essential components of learning arrangements. Practice-oriented tasks, case analyses and competence-oriented teaching should lead the students to logical, action-oriented and networked thinking, to analytical and consistent work, independently and in a team as well as to responsible decision-making.

5th grade:

Educational and teaching tasks:

The students must be able to

- learn to apply constructivist approaches and can transfer these to communication,
- get to know important basics and models of successful communication,
- can design corporate communications and know how to build trust and create room for manoeuvre,
- understand communication as part of strategic corporate management, can plan, implement and evaluate communication strategies,
- have an overview of the most important legal and ethical framework for corporate communications,
- are aware of the media and political landscape,
- can measure, evaluate and control the success of communication,
- understand the strategic importance of employer branding,
- recognize the importance of positioning and identity of the company,
- can explain the social responsibility of a company,
- can analyse the modern variety of communication possibilities and understand their applications,
- can define a target group with regard to concrete communication partners, can use selected current communication applications and assess their reach,
- can coordinate communication instruments,
- can identify and implement the basic rules for external communication, can assess the dangers and problems that can be associated with Web2.0 tools and prevent fundamental errors.

Topics:

Basics of communication psychology: models and theories, constructivist approach, theory and practice of public relations (concept and planning of PR strategies): differentiation of marketing vs. public relations (to sell vs. to tell); fields of application and history of public relations; media landscape and structure and political contexts; media change, evaluation of corporate communications (methods and instruments)

External communication:

communication policy in companies/organisations, theory and practice of corporate identity and corporate responsibility, brand as an image of trust, employer branding (establishment, development and measures), communication via social media: Trends, online presence and social media profile, success factors and threats, lobbying and networking

Communication instruments:

press and media relations (podcasts, TV and radio contributions, blog, video, apps), press work, press conferences, press texts, specialist articles, forums, newsletters, social networks, brochures, flyers, advertisements in newspapers, direct customer contact, telephone conversations, chat, video conversations and conferences, correspondence, storytelling, panel discussions, etc.