

Art des (Oberstufen-)Lehrplans

- schulautonomer Lehrplan (neu generierter Unterrichtsgegenstand)
 schulautonome Ergänzung eines bestehenden (Wahl)Pflichtgegenstandes
 Darstellung der Umverteilung des Lehrstoffs eines bestehenden (Wahl)Pflichtgegenstandes

Gegenstandsbezeichnung: Business Basics

Gegenstandsart:

- aut. Pflichtgegenstand,
 aut. Wahlpflichtgegenstand, wählbar in der 6. und 7. Klasse WRG mit Schwerpunkt Wirtschaft
 (Pflicht)Gegenstand mit aut. Änderung

Reifeprüfung: Der Wahlpflichtgegenstand kann gemäß § 27(1), Z. 24 der Prüfungsordnung AHS (BGBl. II Nr. 174/2012) als Prüfungsgebiet für die mündliche Prüfung gewählt werden.

LVG: 3

Wirksamkeit mit: Schuljahr 2018/19

Autorin/Autor des Lehrplanes

MMag. DDr. Elena Zanzani

Stundenverteilung (einzutragen die Jahreswochenstunden)

	5. Klasse	6. Klasse	7. Klasse	8. Klasse	9. Klasse	Summe
Autonom		2	2			4
Subsidiär						

Struktur des Lehrplans

Das Ziel des Wahlpflichtgegenstandes „BB“ ist es, die Schülerinnen und Schüler für wirtschaftliche Fragestellungen zu sensibilisieren und ein fundiertes wirtschaftskundliches Basiswissen aufzubauen. Dadurch gelingt es, die Schülerinnen und Schüler zu mündigen Personen zu erziehen, die auch in wirtschaftlichen Belangen mitreden und sich ihre eigene Meinung bilden können. Es zeigt sich von Vorteil, den Schülerinnen und Schülern bereits in der Schule die Möglichkeit zu geben, wirtschaftlich und im Sinne eines richtigen Marketings denken zu lernen. Die ausgewählten Lehrinhalte sind breit gefächert, um sicherzustellen, dass die Schülerinnen und Schüler ein gutes allgemeines Verständnis für wirtschaftliche Fragestellungen entwickeln können.

Allgemeiner Teil

Der Wahlpflichtgegenstand „BB“ soll das allgemeine Verständnis der Schülerinnen und Schüler für wirtschaftliche Fragestellungen stärken. Dies geschieht zum einen durch die Konfrontation mit den Inhalten von Seiten der Lehrperson, zum anderen aber auch in intensiver Art und Weise durch eigenständiges Erarbeiten von Beispielen und Fallstudien. In jedem dieser Module werden Inhalte im Sinne von Theorie erarbeitet sowie mit praktischen Aufgabenstellungen konkretisiert und vertieft. Bereits erworbene mathematische Kompetenzen sollen als Werkzeug zu Lösungen wirtschaftlicher Aufgabenstellungen eingesetzt werden.

Semestrierter Teil

6. Klasse:

1. Semester, Kompetenzmodul 1: Grundlagen „Basics“

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Bildungsaufgabe besteht in der Vermittlung der eigentlichen Business Basics (BBs). Im Vordergrund steht das Verständnis verschiedener wirtschaftlicher Begriffe. Auch die kritische Auseinandersetzung mit der Bedeutung von Modellen in der Wirtschaft stellt einen essentiellen Inhalt des Modul 1 dar. Anhand des Beispiels der Linearen Optimierung sollen die Schülerinnen und Schüler in Reflexionsphasen einen überlegten Umgang mit Ergebnissen aus Modellen erlernen. Die lineare Optimierung ist eine Disziplin, in der neben dem Einsatz rechnerischer Tätigkeiten auch die Entwicklung analytischer Fähigkeiten im Mittelpunkt steht. Aus mathematischen Ergebnissen können konkrete, aber stark restriktive Handlungsanweisungen deduziert werden. Die modulare Mathematik hingegen bietet die Möglichkeit, die Mathematik von einer anderen Seite kennenzulernen. In Form der Codierung kann den Schülerinnen und Schülern so ein weiteres reales Anwendungsgebiet der Mathematik in der Wirtschaft präsentiert werden.

Lehrstoff:

Die Bedeutung von Modellen in der Wirtschaft am Beispiel der Linearen Optimierung
Anwendungen der modularen Mathematik bzw. der Codierung in wirtschaftlichen Belangen

2. Semester, Kompetenzmodul 2: Finanzanalysen „Financial Analysis“

Bildungs- und Lehraufgabe:

Nach der allgemeinen Einführung in die Wirtschaftsgrundlagen folgt nun das rechenintensivste Modul. Die Schülerinnen und Schüler sollen in diesem Modul mit der Renten- und Tilgungsrechnung vertraut gemacht werden. Zur Intensivierung des Themas wird auch ein computergestützter Unterricht erfolgen.

Lehrstoff:

Zinsenrechnung
Zinsenrechnung und Zinseszinsrechnung
Äquivalenzprinzip der Finanzmathematik
Rentenrechnung
Tilgungsrechnung
Tilgungspläne erstellen
Zinsen-, Renten und Tilgungsrechnung mit Excel

7. Klasse:

3. Semester, Kompetenzmodul 3: „Marketing 1“

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler sollen im 3. und 4. Semester des Wahlpflichtgegenstandes den Prozess von der Idee zur Strategiefindung in einem Unternehmen bis hin zu einem konkreten Marketing-Plan für ein eigentliches Produkt kennenlernen und dafür eigenständig Ideen entwickeln können. Marketing umfasst ein sehr breites Arbeitsgebiet (4Ps – product P1, price P2, place P3, promotion P4) und beeinflusst einen sehr großen Teil wirtschaftlicher Tätigkeiten in einem Betrieb. Zur Erleichterung strategischer Fragestellungen finden in der Wirtschaft meist renommierte Analysemethoden Anwendung, welche Unternehmen und Produkte in verschiedene Klassen einteilen und spezielle Handlungsweisen in Bezug darauf

induzieren. Beispielsweise kann ein Unternehmen mit Hilfe einer SWOT-Analyse in Bezug auf seine Position im Markt analysiert werden und in Folge dessen können konkrete Handlungsmethoden im Hinblick auf die Verbesserung des Standings eines Unternehmens gefunden werden. Die Einführung ausgewählter Analysemethoden ist vorteilhaft im Wahlpflichtgegenstand „BB“, zumal diese Methoden in der Wirtschaft Anwendung finden und somit von den Schülerinnen und Schülern als realer Inhalt aufgefasst werden können.

Folgende Inhalte bzw. Analysetools werden im Kompetenzmodul „Marketing 1“ vorgestellt:

Lehrstoff:

Erstellung eines Business-Plans
Beschreibung und Präsentation von Unternehmen *)
SWOT- Analyse
Definition einer Unternehmensphilosophie und einer geeigneten Unternehmensvision
Konkurrenzanalysen
Strategische Positionierung am Markt
Segmenteinteilung in Form einer Segment- und Zielgruppenbeschreibung bzw. Segmentbewertung und -auswahl *)
Setzen von konkreten Handlungen mit Hilfe konkreter Erstellungswerkzeuge

4. Semester, Kompetenzmodul 4: „Marketing 2“

Bildungs- und Lehraufgabe:

Das vierte Modul stellt die Fortsetzung des Moduls „Marketing 1“ dar. In diesem Modul werden die vier „Ps“ behandelt. Marketing und strategische Überlegungen in Bezug auf Produktpräsentation und Produktpflege sind essentielle Aufgaben, denen sich Firmen täglich stellen müssen. Hier werden neben den Produkteigenschaften noch die Preisgestaltung, die Distributionspolitik und die Promotionspolitik behandelt. Konkrete Problemstellungen werden in Form von konkreten Aufgabenstellungen bzw. konkreten Fallstudien bearbeitet. Die Schülerinnen und Schüler trainieren demnach nicht nur die Anwendung einiger Analysetools des Marketings, sondern gleichzeitig auch allgemeine Präsentationstechniken.

Lehrstoff:

P1: Produkt
Produkteigenschaften
Produktbeschreibungen *)
Analyse von Produktlebenszyklen

P2: Preis
Strategische Preisgestaltung *)
Strategien zur gewinnbringenden Produktpositionierung
Findung einer vorteilhaften Preisstrategie bei der Produkteinführung - Premiumpreis vs. Diskontpreis

P3: Distributionspolitik *)
Analyse von Distributionswegen zur Beurteilung der Vorteilhaftigkeit

P4: Promotion:
Werbestrategien
Kreatives Arbeiten anhand konkreter Produkte

Mit *) gekennzeichnete Inhalte sind Stoffkapitel, zu denen eine Querverbindung mit dem Wahlpflichtgegenstand Wirtschaftsenglisch hergestellt werden kann.

Beschluss des Schulgemeinschaftsausschusses vom 19. April 2018