



Lehrplan Fachschule

Fachbereich Gestaltung

Fachrichtung Kommunikations- design

2017/2021

Der Lehrplan ist ab 1. August 2021 freigegeben.

I m p r e s s u m

Der Lehrplan basiert auf der Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums für Kultus und des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft über die Fachschule im Freistaat Sachsen (Schulordnung Fachschule - FSO) vom 3. August 2017 in der jeweils gültigen Fassung und der Rahmenvereinbarung über Fachschulen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 7. November 2002 in der jeweils gültigen Fassung).

Der Lehrplan wurde am

Sächsischen Bildungsinstitut
Dresdner Straße 78 c
01445 Radebeul

unter Mitwirkung von

Karsten Albert	Plauen
Ina Krech	Plauen
Thomas Häse	Leipzig
Stefan Th. Wagner	Leipzig

2017 erarbeitet.

Eine teilweise Überarbeitung des Lehrplans erfolgte 2021 durch das

Landesamt für Schule und Bildung
Standort Radebeul
Dresdner Straße 78 c
01445 Radebeul

<https://www.lasub.smk.sachsen.de>

HERAUSGEBER

Sächsisches Staatsministerium für Kultus
Carolaplatz 1
01097 Dresden

<https://www.smk.sachsen.de>

Download:

<https://www.schulportal.sachsen.de/lplandb/>

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Vorbemerkungen	4
2 Kurzcharakteristik des Bildungsganges	5
3 Stundentafel	10
4 Aufbau und Verbindlichkeit des Lehrplanes	11
5 Lernfelder	12
Lernfeld 1: Gestaltungslösungen entwickeln	12
Lernfeld 2: Printprodukte entwerfen, gestalten und umsetzen	13
Lernfeld 3: Non-Printprodukte entwerfen, gestalten und umsetzen	14
Lernfeld 4: Marketingkonzepte erstellen und Werbestrategien entwickeln	16
Lernfeld 5: Unternehmen gründen und Geschäftsprozesse steuern	17
Lernfeld 6: Mitarbeiter führen und Teams managen	19
Lernfeld 7: Kunden gewinnen und Vertragsverhandlungen führen	21
Lernfeld 8: Projekte kundenorientiert managen	22
Lernfeld 9: Facharbeit erstellen	23

1 Vorbemerkungen

Die Verfassung des Freistaates Sachsen fordert in Artikel 101 für das gesamte Bildungswesen:

„(1) Die Jugend ist zur Ehrfurcht vor allem Lebendigen, zur Nächstenliebe, zum Frieden und zur Erhaltung der Umwelt, zur Heimatliebe, zu sittlichem und politischem Verantwortungsbewusstsein, zu Gerechtigkeit und zur Achtung vor der Überzeugung des anderen, zu beruflichem Können, zu sozialem Handeln und zu freiheitlicher demokratischer Haltung zu erziehen.“

Das Sächsische Schulgesetz legt in § 1 fest:

„(2) Der Erziehungs- und Bildungsauftrag der Schule wird bestimmt durch das Recht eines jeden jungen Menschen auf eine seinen Fähigkeiten und Neigungen entsprechende Erziehung und Bildung ohne Rücksicht auf Herkunft oder wirtschaftliche Lage.

(3) Die schulische Bildung soll zur Entfaltung der Persönlichkeit der Schüler in der Gemeinschaft beitragen. ...“

Für die Fachschule gilt gemäß § 10 Abs. 1 des Sächsischen Schulgesetzes:

„Die Fachschule hat die Aufgabe, nach abgeschlossener Berufsausbildung und in der Regel praktischer Bewährung oder einer ausreichenden einschlägigen beruflichen Tätigkeit eine berufliche Weiterbildung mit entsprechendem berufsqualifizierendem Abschluss zu vermitteln.“

Neben diesen landesspezifischen gesetzlichen Grundlagen sind für die Fachschulen in den Fachbereichen Gestaltung, Technik, Wirtschaft und Sozialwesen die in der Rahmenvereinbarung über Fachschulen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 7. November 2002 in der jeweils gültigen Fassung) festgeschriebenen Ziele umzusetzen.

2 Kurzcharakteristik des Bildungsganges

Die Fachschule, Fachbereich Gestaltung, Fachrichtung Kommunikationsdesign dient der branchenspezifischen beruflichen Weiterbildung. Der erfolgreiche Abschluss berechtigt zum Führen der Berufsbezeichnung „Staatlich geprüfter Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüfte Gestalterin für Kommunikationsdesign“. Die Dauer der Ausbildung umfasst in der Vollzeitform zwei Jahre, in der berufsbegleitenden Teilzeitform vier Jahre. Im Rahmen eines zusätzlichen Bildungsangebotes der Fachschulen besteht die Möglichkeit, die Fachhochschulreife zu erwerben.

Der berufliche Einsatz des Staatlich geprüften Gestalters für Kommunikationsdesign/der Staatlich geprüften Gestalterin für Kommunikationsdesign kann in vielen Bereichen der Wirtschaft und des öffentlichen Lebens erfolgen, vor allem

- in Werbe-, Medien- oder PR-Agenturen,
- in Büros für Grafikdesign,
- in Verlagen,
- in Abteilungen der Öffentlichkeitsarbeit,
- in Marketingabteilungen,
- bei Ausstellungs- und Kongressveranstaltern,
- in Unternehmen im Bereich Film und Fernsehen,
- in Betrieben des multimedialen, grafischen und verarbeitenden Gewerbes

oder in selbstständiger bzw. freiberuflicher Tätigkeit.

Die berufliche Tätigkeit der Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign erfordert Kompetenzen zur Führung in den oben genannten Unternehmen. Die Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign übernehmen die Planung und Leitung komplexer Gestaltungsprozesse und das Designmanagement. Sie planen und gestalten die Werbung sowohl für Produkte als auch Leistungen und sind kreativ tätig. Dabei konzipieren, entwerfen und realisieren sie eigenverantwortlich vielfältige Gestaltungsprodukte und Gestaltungssysteme. Sie beraten Kunden bei der visuellen Umsetzung ihrer Vorstellungen und Wünsche.

Innerhalb der beruflichen Weiterbildung zu Staatlich geprüften Gestaltern für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign erwerben die Fachschülerinnen und Fachschüler Kompetenzen zur Kundengewinnung und Kundenbetreuung sowie zur Gestaltung von betrieblichen Prozessen. Dabei berücksichtigen sie wirtschaftliche und rechtliche Aspekte sowie Entwicklungen auf nationalen und internationalen Märkten. Sie planen und realisieren personalwirtschaftliche Vorgänge sowie Marketingmaßnahmen und kontrollieren deren Erfolg.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler können nach dem Abschluss der Fachschule Führungsfunktionen im mittleren Management o. g. Unternehmen übernehmen. Neben der Anwendung praktischer Fachkompetenzen auf dem Gebiet des Grafikdesigns und der Informatik steht besonders ihre Kreativität und Kommunikationsfähigkeit im Vordergrund. Unter Berücksichtigung dieses Aspektes kommunizieren und verhandeln die Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign auch in einer Fremdsprache mit Kunden und Geschäftspartnern.

Im Rahmen der beruflichen Weiterbildung erwerben die Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign folgende berufliche Qualifikationen:

- Führungsaufgaben im mittleren Management erfüllen
- Bildideen entwickeln
- Gestaltungselemente sachbezogen einsetzen
- Printprodukte fertigungstechnisch konzipieren, kundengerecht entwerfen und drucktechnisch optimieren
- Non-Printprodukte kundengerecht und fachgerecht konzipieren, medienspezifisch optimiert umsetzen und präsentieren
- das Marketing eines Unternehmens analysieren, bewerten sowie markt- und unternehmensspezifisch entwickeln
- Marketingziele durch Werbekampagnen wirkungsvoll unterstützen
- Unternehmen unter Berücksichtigung rechtlicher und wirtschaftlicher Aspekte gründen
- Geschäftsprozesse gestalten, überwachen und optimieren
- auf der Grundlage von Kennziffern betriebswirtschaftliche Entscheidungen treffen
- Kosten ermitteln und Preise kalkulieren
- mit geeigneten Maßnahmen die Qualität der angebotenen Leistungen sichern und verbessern
- betriebliche Abläufe analysieren und Optimierungsmöglichkeiten sowie Fehlerquellen aufzeigen
- Mitarbeiter unter Berücksichtigung wirtschaftlicher und ethischer Aspekte einsetzen
- Mitarbeiter für die Mitwirkung in Teams auswählen, führen und entwickeln
- personalwirtschaftliche Maßnahmen planen und umsetzen
- arbeitsrechtliche Regelungen beachten, konsequent anwenden und deren Einhaltung kontrollieren
- potenzielle Geschäftspartner identifizieren und als Kunden gewinnen
- Vertragsverhandlungen erfolgreich führen und Verträge abschließen
- Vertragsstörungen beurteilen und angemessen reagieren
- bestehende Geschäftsbeziehungen pflegen
- Projektideen und Lösungsvorschläge kreativ entwickeln
- Projekte für den Kunden zielgerichtet vorbereiten, planen, durchführen, abschließen und präsentieren
- wissenschaftlich orientiert aktuelle gestalterische komplexe Aufgabenstellungen bearbeiten
- Verantwortung auf dem Gebiet des Gesundheits-, Arbeits-, Brand- und Umweltschutzes übernehmen
- Fremdsprachenkenntnisse fachbezogen anwenden

- moderne Informations- und Kommunikationssysteme nutzen
- Präsentationstechniken zielgerichtet einsetzen

Der Abschluss der beruflichen Weiterbildung zum Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/zur Staatlich geprüften Gestalterin für Kommunikationsdesign ist im Deutschen und Europäischen Qualifikationsrahmen dem Niveau 6 zugeordnet.

Die Realisierung der Bildungs- und Erziehungsziele der Fachschule ist auf die Erweiterung und Vertiefung der in der Berufsausbildung und in der Berufspraxis erworbenen beruflichen Handlungskompetenz gerichtet. Diese entfaltet sich in den Dimensionen von Fach-, Selbst- und Sozialkompetenz. Methoden-, kommunikative und Lernkompetenz sind immanenter Bestandteil von Fach-, Selbst- und Sozialkompetenz. Die beruflichen Handlungen stellen dabei den Ausgangspunkt des Lernprozesses dar.

Die Stundentafel weist einen Pflichtbereich mit einem fachrichtungsübergreifenden und einem fachrichtungsbezogenen Bereich aus. Darüber hinaus werden ein Wahlbereich und die Zusatzausbildung zum Erwerb der Fachhochschulreife aufgezeigt. Mit der im Wahlbereich ausgewiesenen Vorbereitung auf die Ausbildereignungsprüfung der Industrie- und Handelskammern können die Fachschülerinnen und Fachschüler nach erfolgreichem Bestehen der Prüfung laut Ausbildereignungsverordnung den Nachweis der pädagogischen Eignung für ihre Ausbildertätigkeit erhalten.

Der fachrichtungsbezogene Bereich ist in Lernfelder gegliedert. Die Lernfelder orientieren sich in Zielsetzung und Inhalt an den typischen Tätigkeitsfeldern der Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign. Die Zielformulierungen innerhalb der Lernfelder beschreiben den Qualifikationsstand und die Kompetenzen am Ende des Lernprozesses. Vor dem Hintergrund der sich schnell entwickelnden beruflichen Anforderungen sind die Inhalte weitgehend offen formuliert. Diese Struktur fördert und fordert den Einbezug neuer Entwicklungen und Tendenzen unter Beachtung des wirtschaftlichen Umfeldes der Region in den Unterricht. Darüber hinaus setzt diese Strukturierung das didaktische Prinzip der Handlungsorientierung um. Lehr- und Lernprozesse basieren auf beruflich relevanten Handlungen. Wissen und Handeln sind aufeinander bezogen.

Die Lernfelder beinhalten vielfältige, unmittelbare Anknüpfungspunkte zur Auseinandersetzung mit globalen Themen, deren sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekten sowie Bezüge zur eigenen Lebens- und Arbeitswelt. Darüber hinaus bieten sich umfassende Möglichkeiten, im Unterricht den sicheren, sachgerechten, kritischen und verantwortungsvollen Umgang mit traditionellen und digitalen Medien zu thematisieren und zu vertiefen.

Ausgehend von den eigenen Lebensweltbezügen und den in der Berufspraxis gesammelten Einsichten, einschließlich ihrer Erfahrungen mit der Vielfalt und Einzigartigkeit der Natur, setzen sich die Fachschülerinnen und Fachschüler mit lokalen, regionalen und globalen Entwicklungen auseinander. Im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung vervollkommen sie die Fähigkeit, Auswirkungen von Entscheidungen auf das Leben der Menschen, die Umwelt und die Wirtschaft zu erkennen und zu bewerten. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse zielen auf ein bewusstes Eintreten für eine ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltige Entwicklung, für deren Gestaltung sie vielfältige Partizipationsmöglichkeiten kennen und wahrnehmen. Bei Inhalten mit Anknüp-

fungspunkten zur Bildung für nachhaltige Entwicklung eignen sich insbesondere die didaktischen Prinzipien der Visionsorientierung, des Vernetzenden Lernens sowie der Partizipation. Vernetztes Denken bedeutet hier die Verbindung von Gegenwart und Zukunft einerseits und ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimensionen des eigenen Handelns andererseits.

Eine besondere Bedeutung kommt der politischen Bildung als aktivem Beitrag zur Stärkung der Zivilgesellschaft zu. Im Vordergrund stehen dabei die Fähigkeit und Bereitschaft, sich vor dem Hintergrund demokratischer Handlungsoptionen aktiv in die freiheitliche Demokratie einzubringen. Bei Inhalten mit politischem Gehalt werden auch die damit in Verbindung stehenden fachspezifischen Arbeitsmethoden der politischen Bildung eingesetzt. Dafür eignen sich u. a. Rollen- und Planspiele, Streitgespräche, Pro- und Kontra-Debatten, Podiumsdiskussionen oder kriterienorientierte Fall-, Konflikt- und Problemanalysen.

Im Kontext der Medienbildung nutzen die Fachschülerinnen und Fachschüler verstärkt und gezielt traditionelle sowie digitale Medien, um benötigte Informationen zu beschaffen, zu strukturieren und zu bewerten. Dies geschieht insbesondere mit dem Ziel, ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und anzuwenden. Sie achten dabei auf den Schutz sensibler Daten und agieren sicher. Sie verstehen, bewerten und nutzen Medien selbstständig zum Lernen, erkennen und analysieren Medieneinflüsse und -wirkungen und verstärken ihre medienkritische Reflexion. Informations- und Kommunikationstechnologien setzen die Fachschülerinnen und Fachschüler sachgerecht, situativ-zweckmäßig und verantwortungsbewusst ein und nutzen diese zur kreativen Lösung von Problemen.

Durch das Einbeziehen der Berufserfahrungen der Fachschülerinnen und Fachschüler, von außerschulischen Partnern und Lernorten erfolgt eine beständige Reflexion und Weiterentwicklung der individuellen beruflichen Handlungskompetenz. Die kontinuierliche Abstimmung und Kooperation zwischen den beteiligten Lehrkräften des fachrichtungsübergreifenden und fachrichtungsbezogenen Bereiches ist unabdingbar.

Die Lernfelder sind für den Unterricht durch Lernsituationen, die exemplarisch für berufliche Handlungssituationen stehen, zu untersetzen. Lernsituationen konkretisieren die Vorgaben des Lernfeldes und werden mittels curricularer Analyse aus diesen abgeleitet. Die Umsetzung der Lernfelder ist in den Schulen vor Ort zu leisten. Praktische Anteile gehören unverzichtbar zum Bildungsgang. Die Orientierung an den typischen beruflichen Tätigkeiten bedingt situationsbezogen die Integration aktueller standard- und branchenüblicher Software und Gerätetechnik in die Lernfelder. Die Umsetzung dieser Zielsetzungen erfordert eine angemessene technische Ausstattung und entsprechende schulorganisatorische Regelungen.

Die Ausprägung beruflicher Handlungskompetenz wird durch handlungsorientierten Unterricht gefördert. Dabei werden über die Lernsituationen Aufgaben- und Problemstellungen aus der beruflichen Praxis im Unterricht aufgegriffen. Das Lernen erfolgt in vollständigen beruflichen Handlungen, bei denen die Fachschülerinnen und Fachschüler komplexe Arbeitsprozesse selbstständig und eigenverantwortlich planen, durchführen, bewerten und reflektieren sowie die Arbeitsergebnisse präsentieren.

Dieses Unterrichten erfordert sowohl die Anwendung moderner Medien bzw. Informations- und Kommunikationssysteme als auch Methodenvielfalt, dabei insbesondere den Einsatz komplexer Lehr-/Lernarrangements wie Projekte oder Fallstudien. Die Fachschülerinnen und Fachschüler werden befähigt, Lern- und Arbeitstechniken anzuwenden und selbstständig weiterzuentwickeln sowie Informationen zu beschaffen, zu verarbeiten und zu bewerten. Es sind zielgerichtet Sozialformen auszuwählen, die die Entfaltung der Kommunikations-, Kooperations- und Konfliktfähigkeit sowie Empathie und Toleranz fördern. Durch das Einbeziehen der Berufserfahrungen der Fachschülerinnen und Fachschüler sowie die Kooperation mit außerschulischen Partnern und die Nutzung alternativer Lernorte kann der Praxisbezug gesteigert werden.

Die Staatlich geprüften Gestalter für Kommunikationsdesign/Staatlich geprüften Gestalterinnen für Kommunikationsdesign sind durch ihre berufliche Weiterbildung befähigt, sowohl ihre Arbeits- und Lernprozesse als auch ihre individuellen Kompetenzen, Normen, Werte und Einstellungen zu reflektieren und zu entwickeln. Dadurch fördern sie ihre persönliche Motivation für ein erfolgreiches Berufsleben, ein lebenslanges Lernen und die Übernahme von Verantwortung in Unternehmen, Organisationen und Gesellschaft.

3 Stundentafel

Unterrichtsfächer und Lernfelder	Gesamtausbildungs- stunden
Pflichtbereich	2 680
Fachrichtungsübergreifender Bereich	520
Deutsch	80
Englisch	160
Mathematik I	160
Wirtschafts- und Sozialpolitik	80
Evangelische Religion, Katholische Religion oder Ethik ¹	40
Fachrichtungsbezogener Bereich	2 160
1 Gestaltungslösungen entwickeln	320
2 Printprodukte entwerfen, gestalten und umsetzen	320
3 Non-Printprodukte entwerfen, gestalten und umsetzen	360
4 Marketingkonzepte erstellen und Werbestrategien entwickeln	180
5 Unternehmen gründen und Geschäftsprozesse steuern	220
6 Mitarbeiter führen und Teams managen	160
7 Kunden gewinnen und Vertragsverhandlungen führen	160
8 Projekte kundenorientiert managen	360
9 Facharbeit erstellen	80
Wahlbereich	
Ausbildung der Ausbilderinnen und Ausbilder	120
Zusatzausbildung Fachhochschulreife	
Mathematik II	80

¹ Es werden die Lehrpläne der Fachoberschule verwendet.

4 Aufbau und Verbindlichkeit des Lehrplanes

Der Bildungsgang ist in Fächer und Lernfelder gegliedert. Der Lehrplan für den fachrichtungsbezogenen Bereich ist nach Lernfeldern strukturiert. Lernfelder sind didaktisch aufbereitete berufliche Handlungsfelder. Jedes Lernfeld enthält Ziele und Mindestinhalte.

Die **Ziele** beschreiben Handlungskompetenzen laut Qualifikationsprofil in vollständigen beruflichen Handlungen. Verbindliche **Mindestinhalte** sind kursiv in diese Zielbeschreibungen integriert. Die Zielbeschreibungen bilden die entscheidende Grundlage für die **didaktisch begründete Gestaltung** des Lehrens und Lernens an den berufsbildenden Schulen. Sie geben verbindliche Orientierungen über die Qualität der Leistungs- und Verhaltensentwicklung der Fachschülerinnen und Fachschüler und sind damit die Voraussetzung für die eigenverantwortliche Vorbereitung des Unterrichts durch die Lehrkräfte.

Zentrales Ziel der beruflichen Schularten und damit jedes Lernfeldes ist es, die Entwicklung umfassender **Handlungskompetenz** zu fördern. Handlungskompetenz entfaltet sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Selbstkompetenz, Sozialkompetenz, deren immanente Bestandteile Methodenkompetenz, Lern- und kommunikative Kompetenz sind.²

Die Ziele und Mindestinhalte sind verbindlich. In diesem Rahmen bestimmen die Lehrkräfte die Themen des Unterrichts und treffen ihre didaktischen Entscheidungen in freier pädagogischer Verantwortung.

In diesem Kontext wird auf die Handreichung „Umsetzung lernfeldstrukturierter Lehrpläne“³ verwiesen. Diese Handreichung bezieht sich auf die Umsetzung des Lernfeldkonzeptes in den Schularten Berufsschule, Berufsfachschule und Fachschule und enthält u. a. Ausführungen

1. zum Lernfeldkonzept,
2. zu Aufgaben der Schulleitung bei der Umsetzung des Lernfeldkonzeptes, wie
 - Information der Lehrkräfte über das Lernfeldkonzept und über die Ausbildungsdokumente,
 - Bildung von Lehrerteams,
 - Gestaltung der schulorganisatorischen Rahmenbedingungen,
3. zu Anforderungen an die Gestaltung des Unterrichts, insbesondere zur
 - kompetenzorientierten Planung des Unterrichts,
 - Auswahl der Unterrichtsmethoden und Sozialformen

sowie das Glossar.

² vgl. KMK [Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland] (2021): Handreichung für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen der Kultusministerkonferenz für den berufsbezogenen Unterricht in der Berufsschule und ihre Abstimmung mit Ausbildungsordnungen des Bundes für anerkannte Ausbildungsberufe. S. 15/16. Verfügbar unter: https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2021/2021_06_17-GEP-Handreichung.pdf.

³ vgl. Landesamt für Schule und Bildung (Hrsg.) (2022): Umsetzung lernfeldstrukturierter Lehrpläne. Radebeul. Verfügbar unter: <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/14750>.

5 Lernfelder

Lernfeld 1	Gestaltungslösungen entwickeln	Zeitrictwert: 320 Ustd.
Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, konzeptionell zu arbeiten, Bildideen zu entwickeln und Gestaltungselemente sachbezogen einzusetzen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler analysieren den Kundenauftrag und ermitteln im <i>Briefing</i> die Kundenwünsche. Sie informieren sich über geeignete Gestaltungselemente und deren Einsatzmöglichkeiten auf der Fläche. Sie recherchieren Gestaltungskonzepte (<i>Farb-, Bild- und Formkonzepte</i>) in ihrer historischen Entwicklung und systematisieren diese nach epochenspezifischen Kriterien. Die Fachschülerinnen und Fachschüler rezipieren freie künstlerische sowie angewandte Leistungen der intuitiven und systemischen Gestaltung und steigern sowohl ihre künstlerische als auch ihre designorientierte Wahrnehmungsfähigkeit. Dabei entwickeln sie ein Gespür für Trends, Stile und Tendenzen in der Gestaltung. Die Fachschülerinnen und Fachschüler nutzen Kreativitätstechniken zur Ideenfindung, suchen nach Bildideen und Gestaltungslösungen unter Berücksichtigung der Kundenanforderungen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler wählen die Gestaltungselemente auf der Fläche, die die gewünschte Aussageabsicht transportieren, experimentieren mit unterschiedlichen Materialien und kombinieren Techniken. Entsprechend den Kundenwünschen skizzieren sie erste Gestaltungslösungen. Sie beziehen gegebenenfalls historische gestalterische Leistungen oder aktuelle Tendenzen ein. Sie nutzen Fotografie, grafische Verfahren (<i>Handzeichnung, Maltechnik, Druckgrafik</i>) und Typografie kreativ für die Lösung gestalterischer Probleme und entscheiden sich in Abhängigkeit von <i>Bildidee, Gestaltungsintention</i> und Problemstellung für die Form der Einzeldarstellung oder der Serie. Sie eignen sich ein breites Spektrum an Methoden zur Bearbeitung von gestalterischen Problemstellungen an und entwickeln eine <i>eigene Bildsprache</i>. Die Fachschülerinnen und Fachschüler fertigen zur Kundenvorlage geeignete Entwürfe an, präsentieren sie dem Kunden und werten die Kommunikation mit dem Kunden aus (<i>Re-Briefing, De-Briefing</i>). Sie interagieren überzeugend mit dem Kunden, argumentieren fachlich korrekt und präsentieren ihre Ergebnisse in geeigneter Form (<i>Drucke, Objekte, Screenpräsentation</i>). Dabei beachten sie Materialabhängigkeiten und die Ausgewogenheit von Text und Bild. Die Fachschülerinnen und Fachschüler reflektieren den Prozess der Entwicklung und Umsetzung von Bildideen und setzen sich mit ihren Gestaltungslösungen kritisch auseinander.		

Lernfeld 2	Printprodukte entwerfen, gestalten und umsetzen	Zeitrichtwert: 320 Ustd.
Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, Printprodukte fertigungsspezifisch zu konzipieren, kundengerecht zu entwerfen und drucktechnisch zu optimieren. Die Fachschülerinnen und Fachschüler informieren sich über Arten von Printprodukten und differenzieren die an diese gestellten Anforderungen. Zu deren Herstellung recherchieren sie geeignete Bedruckstoffe und Technologien. Sie ermitteln die Wünsche des Kunden und beraten diesen hinsichtlich der optimalen Produktvariante, stimmen die Datenübergabe ab und dokumentieren die gemeinsam getroffenen Entscheidungen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler layouten komplexe Produkte (<i>Formateigenschaften, Satztechnik, Gestaltungsraster, Satzspiegel, Schriftformate, Werkumfangsberechnung</i>). Sie gestalten erste Entwürfe, stimmen sie mit dem Kunden ab und nehmen Anregungen für den weiteren Gestaltungsprozess auf. Sie vergleichen Bedruckstoffe sowie Druckverfahren (<i>Druckvorstufe</i>) und planen die passende Druckweiterverarbeitung (<i>Ausschießen, buchbinderische Verarbeitung, Veredlung</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler bewerten die Gestaltungslösungen im Hinblick auf Qualität, Quantität und Kundenanforderungen. Sie entscheiden sich für geeignete Herstellungsverfahren und wägen dabei ökonomische sowie ökologische Faktoren ab. Sie prüfen die vom Kunden zur Verfügung gestellten Texte und Bilder (<i>Umfang, Qualität, Funktionalität, Lizenzen</i>) und nehmen nach Rücksprache mit diesem bedarfsweise Korrekturen vor. Die Fachschülerinnen und Fachschüler bereiten die vom Kunden gelieferten Daten für das entsprechende Druckverfahren auf (<i>Colormanagement, Datenformate</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler präsentieren die druckfertige Gestaltungslösung adressatengerecht sowie entsprechend der Produktspezifik mit modernen Präsentationsmitteln und Mustern. Sie initiieren Hauskorrekturen, Autorenkorrekturen und Druckfreigabe. Anschließend bearbeiten die Fachschülerinnen und Fachschüler die Daten für die Weitergabe an die Druckerei (<i>Kompressionsverfahren, PDF- und PDF/X-Standards</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler überprüfen die Qualität von Druck und Weiterverarbeitung. Sie reflektieren die Auftragsabwicklung, identifizieren Fertigungsfehler und deren Ursachen, nehmen Korrekturen vor und übergeben das fertige Printprodukt an den Kunden.		

Lernfeld 3	Non-Printprodukte entwerfen, gestalten und umsetzen	Zeitrichtwert: 360 Ustd.
Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, Non-Printprodukte kundenspezifisch und fachgerecht zu konzipieren sowie medien-spezifisch optimiert umzusetzen und zu präsentieren.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler analysieren den Kundenauftrag und ermitteln die Wünsche des Kunden. Sie leiten daraus die Anforderungen an das Produkt, unter Beachtung der <i>Barrierefreiheit</i> , ab und recherchieren produktbezogen <i>Medien</i> und <i>Arten von Non-Printprodukten</i> .		
Sie erkunden die Abläufe der Interaktionen im <i>Mensch-Maschine-Prozess</i> und tragen Informationen zu Übertragungstechnologien, Datenformaten und technischen Voraussetzungen zusammen.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler machen sich mit den Möglichkeiten der grafischen Gestaltung für interaktive <i>Benutzerschnittstellen</i> sowie <i>Bildschirmoberflächen</i> im <i>Screendesign</i> vertraut. Sie informieren sich über gestalterische Ansprüche, die bei der Erstellung von <i>responsivem Webdesign</i> zu beachten sind. Bezogen auf die Umsetzung des Kundenauftrages ermitteln sie geeignete <i>Navigationsstrukturen</i> und <i>Animationstechniken</i> . Sie analysieren die Funktionsweise relevanter <i>Content-Management-Systeme</i> auf <i>Open-Source-Basis</i> sowie Programmiersprachen für dynamisches Webdesign.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler beraten den Kunden bei der Entscheidung für eine optimale Produktvariante, um seine kommunikativen und wirtschaftlichen Ziele zu erreichen.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler entwickeln geeignete Navigationsstrukturen und beachten in den Entwürfen die gestalterischen Regeln der Typografie im Screen-design (<i>Antialiasing</i> , <i>Hinting</i> von <i>Schriften</i>).		
Auf Kundenwunsch erstellen sie <i>Stop-Motion-Animationen</i> sowie <i>Key-Frame-Animationen</i> und nutzen dabei geeignete Software.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler realisieren Internetseiten mit <i>HTML</i> und <i>CSS</i> und optimieren diese für relevante Suchmaschinen (<i>SEO</i>).		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler entwickeln Gestaltungsvarianten und beziehen gestaltungsrelevante kundenspezifische Elemente des Corporate Designs ein. Die Ergebnisse beurteilen sie im Hinblick auf Qualität, Quantität und Kundenanforderungen, stimmen diese mit allen Beteiligten ab und entscheiden sich gemeinsam mit dem Kunden für einen auszuführenden Entwurf.		
Sie prüfen die vom Kunden zur Verfügung gestellten Materialien (<i>Umfang</i> , <i>Qualität</i> , <i>Funktionalität</i>) und nehmen nach Rücksprache und Lizenzprüfung bedarfsweise Korrekturen vor.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler wählen die geeigneten Präsentationsmittel und stellen dem Kunden den Gestaltungsentwurf sowie die erstellten Webseiten vor. Sie übergeben dem Kunden die entwickelten Materialien.		

Nach Freigabe durch den Kunden leiten die Fachschülerinnen und Fachschüler die serverspezifische Übertragung der Daten ein. Sie optimieren das Produkt für die unterschiedlichen Plattformen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler reflektieren ihr Vorgehen, setzen sich mit den Ergebnissen auseinander und vergleichen diese mit dem Kundenauftrag.

**Lernfeld 4 Marketingkonzepte erstellen und Werbe- Zeitrichtwert: 180 Ustd.
strategien entwickeln**

Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, das Marketing eines Unternehmens zu analysieren und zu bewerten, es markt- und unternehmensspezifisch zu entwickeln und die Marketingziele durch Werbekampagnen wirkungsvoll zu unterstützen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler informieren sich über das *Marketing* als grundlegendes Instrument für ein erfolgreiches Unternehmen. Sie beachten in diesem Zusammenhang die wesentlichen Bestandteile der Corporate Culture (*Corporate Identity als Corporate Communication, Corporate Design, Corporate Behavior*).

Im Rahmen der Marktforschung erfassen sie Anforderungen, die die Marktentwicklung stellt. Davon ausgehend entwickeln sie Problemlösungen und formulieren Marketingziele. Sie analysieren die Stellung des Unternehmens sowie der Produkte am Markt (*Marktbeobachtung, Marktanalyse, Konkurrenzanalyse*) und leiten notwendige Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Marketings ab (*Kundenwünsche, Produktportfolio, Konkurrenzprodukte*). Sie nutzen entsprechend den Kunden- und Marktanforderungen die geeigneten Instrumente im *Marketing-Mix* (*Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik*). Dabei verifizieren die Fachschülerinnen und Fachschüler die besondere Bedeutung des Marketings im Zusammenhang mit der Unternehmensentwicklung.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler prüfen die definierten Marketingziele und schätzen deren Realisierbarkeit und Erfolgsaussichten ein (*Machbarkeitsuntersuchungen, Wirtschaftlichkeits- sowie Chancen- und Risikobetrachtung*). Sie stimmen mit dem Kunden die Entwicklung des Leistungsangebotes seines Unternehmens ab.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler konzipieren Strategien zur langfristigen Sicherung der Marktstellung des Unternehmens und entwickeln konkrete Schritte zur operativen Umsetzung der avisierten Maßnahmen in Form von Werbestrategien. Sie entwickeln unter Beachtung der Zielgruppe geeignete Werbemittel und Werbekampagnen. Sie diskutieren Entscheidungsalternativen (*Sponsoring, Public Relation, Eventmarketing, Product-Placement*) und wählen unter Berücksichtigung der Beziehung Unternehmen - Wettbewerb - Kunde die optimale Variante.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler präsentieren ihre Resultate in angemessener gestalterischer und sprachlicher Form situationsadäquat. Sie reflektieren im Rahmen einer abschließenden Auswertung und Erfolgskontrolle kritisch den Arbeitsprozess und die Arbeitsergebnisse.

Lernfeld 5	Unternehmen gründen und Geschäftsprozesse steuern	Zeitrichtwert: 220 Ustd.
Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, ein Unternehmen unter Berücksichtigung rechtlicher und wirtschaftlicher Aspekte zu gründen und Geschäftsprozesse zu gestalten, zu überwachen und zu optimieren. Die Fachschülerinnen und Fachschüler informieren sich über die rechtlichen Rahmenbedingungen einer Unternehmensgründung (<i>Selbstständigkeit, Gewerbeanmeldung, Gewerbeerlaubnis, Kaufmannseigenschaft, Firma, Handelsregister</i>) und planen diese im <i>Businessplan</i> (<i>Geschäftsidee, Unternehmensziele, Wettbewerbsanalyse, Zielgruppe, Standortfaktoren, Rechtsform, Unternehmensorganisation, Personalbedarf, Finanzplan, Marketingmaßnahmen, Verträge</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler treffen Entscheidungen zu Investitionen und deren Finanzierung (<i>Finanzierungsarten, Kapitalbeschaffung, Förderprogramme</i>), zur Planung technologischer Abläufe und zum Personalbedarf. Die Fachschülerinnen und Fachschüler wählen die geeignete Rechtsform für das Unternehmen und gehen Rechtsgeschäfte ein (<i>Zustandekommen, Vertragsarten, Vertragsstörungen</i>). Sie gestalten unter Berücksichtigung arbeitsrechtlicher Bestimmungen (<i>Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Arbeitsvertragsrecht, Arbeitnehmerschutzrecht</i>) sowie einschlägiger Gesetze und Vorschriften des Arbeits-, Umwelt- und Gesundheitsschutzes die betriebliche Organisation (<i>Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Arbeitsstudien</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler planen den Personalbedarf (<i>Personalbestandsanalyse, Personalbedarfsplanung, Stellenplan, Stellenbeschreibung, Kennzahlenmethode, Stellenplanmethode</i>) und führen eine bedarfsgerechte Personalbeschaffung durch (<i>interne und externe Beschaffungswege, Bewerbungsunterlagen, Tests, Arbeitsproben, Vorstellungsgespräch, Assessment-Center</i>). Sie schließen Arbeitsverträge ab (<i>Form, Inhalt</i>), sichern die Personalintegration (<i>Einarbeitungsplan</i>) und steuern den Personaleinsatz. Sie wirken bei der Umsetzung von <i>Tarifverträgen</i> mit, arbeiten mit Betriebsräten (<i>Betriebsvereinbarung</i>) zusammen und beenden Arbeitsverhältnisse (<i>Kündigung, Aufhebungsvertrag, Befristung, Sozialverträglichkeit</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler beachten die Grundsätze der Gewinnermittlung (<i>Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung</i>), wirken bei der Vorbereitung des Jahresabschlusses mit und berechnen betriebliche Kennzahlen (<i>Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rentabilität</i>). Zur Kostenermittlung und Preiskalkulation führen sie die <i>Kosten- und Leistungsrechnung</i> durch. Die Fachschülerinnen und Fachschüler prüfen Kundenaufträge hinsichtlich Realisierbarkeit und Wirtschaftlichkeit (<i>Deckungsbeitrag, Break-Even-Point</i>). Sachkundig erstellen sie Angebote, unterbreiten diese adressatengerecht und reagieren angemessen bei Vertragsstörungen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler setzen notwendige Maßnahmen zum Schutz geistigen Eigentums um (<i>Urheberrecht, Recht am eigenen Bild, Patente, Gebrauchsmuster, Markenschutz</i>) und beachten das <i>Internet-Recht</i>.		

Auf der Basis eines umfassenden Qualitätsverständnisses (*Grundbegriffe, TQM, QM-Werkzeuge, QM-Maßnahmen*) führen sie ein Qualitätsmanagement-System im Unternehmen ein und nutzen dessen Potentiale für Prozess- und Produktentwicklungen sowie für Mitarbeiterführung und Kundenorientierung (*Kundenservice, Kundenberatung*).

Zur Sicherung des Geschäftserfolges überwachen die Fachschülerinnen und Fachschüler kontinuierlich die betrieblichen Abläufe und die angebotenen Leistungen. Sie identifizieren Fehlerquellen und leiten gegebenenfalls Maßnahmen zur Optimierung ein. Dabei handeln sie kosten-, zeit- und marktbewusst.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler reflektieren den Prozess der Unternehmensgründung sowie die Steuerung der Geschäftsprozesse kritisch und zeigen gegebenenfalls Optimierungsmöglichkeiten auf

Lernfeld 6 Mitarbeiter führen und Teams managen Zeitrichtwert: 160 Ustd.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, Mitarbeiter unter Berücksichtigung wirtschaftlicher und ethischer Aspekte einzusetzen, für die Mitwirkung in Teams auszuwählen, zu führen und zu entwickeln.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler informieren sich über die Bedeutung der *Unternehmenskultur*, die die Führungskraft durch ihr Verhalten maßgeblich mitgestaltet (*Führungskultur, Unternehmensidentität*). Sie machen sich mit dem Zusammenhang zwischen der im Unternehmen vorherrschenden Unternehmenskultur, den Managementtechniken (*Management-by-Modelle*) und den zu praktizierenden *Führungsstilen* vertraut.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler leiten Anforderungen an eine moderne Führungskraft und wichtige Grundsätze des Führens ab. Sie beachten den Zusammenhang zwischen *Menschenbild* und Führungsverhalten (*klassische Führungsstilunterscheidung, Grundsätze kooperativen Führungsverhaltens, Formen der Autorität*) sowie dessen Auswirkungen auf Mitarbeitermotivation (*Motivationsarten*), Leistungsbereitschaft (*Fluktuation, Fehlzeiten, innere Kündigung*) und Betriebsklima.

Bei der Mitarbeiterführung (*situatives Führen*) setzen die Fachschülerinnen und Fachschüler unterschiedliche Führungsmittel (*Mitarbeitergespräche, Anerkennung, Kritik, Delegation, Zielvereinbarung, Feedback, Information, Kontrolle*) ein. Sie sind sich ihrer Vorbildwirkung bewusst, verhalten sich im Umgang mit den Mitarbeitern authentisch, verantwortungsbewusst und kommunikationsstark. Entscheidungen führen sie konsequent herbei.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler nutzen Konflikte als Chance für Veränderungen und gehen mit schwierigen Situationen souverän und konstruktiv um. Sie unterscheiden Konfliktformen (*offene und verdeckte Konflikte, innere und äußere Konflikte*) und Konfliktarten (*Zielkonflikt, Beziehungskonflikt, Rollenkonflikt, Verteilungskonflikt, Beurteilungs- und Wahrnehmungskonflikt*) und setzen sich mit den Gefahren der Konflikteskalation auseinander (*Konflikteskalationsstufen*).

Sie untersuchen *Konfliktbereiche* im beruflichen Alltag und führen *Konfliktlösungsgespräche* (*Konfliktlösungsstrategien, Mediation*).

Die Fachschülerinnen und Fachschüler beachten die Unternehmensinteressen sowie die Bedürfnisse und Potentiale der Mitarbeiter (*Mitarbeiterbeurteilung, Beurteilungsfehler*) und ermitteln den Bedarf für eine zukunftsorientierte Personalentwicklung.

Dabei nutzen sie zielgerichtet die im Unternehmen gegebenen Instrumente der *Personalentwicklung* und führen bedarfsweise Mitarbeiterschulungen durch.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler stellen Arbeitsgruppen zusammen und fördern die Teambildung erfolgsorientiert (*Teammanagement, Teamkultur, Vor- und Nachteile von Teamarbeit, Teamentwicklungsstufen*). Sie entwickeln ein ausgeprägtes *Selbst- und Zeitmanagement*, auch bei ihren Mitarbeitern (*Ziele, Effektivität, Effizienz, Prioritäten setzen, Planung, eigenverantwortliche und ständige Fort- und Weiterbildung*).

Die Fachschülerinnen und Fachschüler bereiten Besprechungen vor, leiten diese ergebnisorientiert (*Moderationsmethode*) unter Verwendung gängiger Moderations-

techniken (*Problemlösungstechniken, Entscheidungstechniken*) und reagieren gegebenenfalls souverän auf Störungen (*Kommunikationsregeln, Teilnehmertypen, Störungsarten*).

Unter Beachtung von Aufwand und Nutzen prüfen sie die Zweckmäßigkeit des Einsatzes der verschiedenen Techniken in Meetings und anderen Situationen des Führungsalltags.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler reflektieren kontinuierlich und kritisch ihr Führungsverhalten und leiten ggf. Optimierungsmaßnahmen zur Behebung und Korrektur von Führungsfehlern ein.

Lernfeld 7	Kunden gewinnen und Vertragsverhandlungen führen	Zeitrichtwert: 160 Ustd.
Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, potenzielle Geschäftspartner zu identifizieren und als Kunden zu gewinnen, Vertragsverhandlungen erfolgreich zu führen und bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler informieren sich anhand der Daten von durchgeführten Marktanalysen über mögliche Kunden sowie die adressatengerechte Gestaltung von Kommunikationsprozessen (<i>Begriffe, Modelle, Kommunikationstypen, Kommunikationsarten, Rhetorik im Kommunikationsprozess, Körpersprache</i>) zur Kundenakquise und bei der Kundenbetreuung. Sie verschaffen sich einen Überblick über die Besonderheiten der <i>Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden</i> und erschließen sich die Notwendigkeit, Kundenkontakte zu pflegen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler recherchieren Informationen über die potenziellen Kunden und stellen diese für die Kundenakquise (<i>Kundendatei</i>) bereit. Sie planen unter Beachtung der möglichen Kommunikationskanäle (<i>mündlich, schriftlich, telefonisch, digital</i>) Wege zur Ansprache. Sie beschreiben ihr Leistungsspektrum mit Hilfe geeigneter Medien und bauen zielgerichtet neue Kontakte auf. Sie führen Gespräche mit potenziellen Kunden, setzen wichtige Kommunikationstechniken ein (<i>Fragetechnik, Aktives Zuhören, Ich-Botschaft, Feedback</i>) und argumentieren entsprechend ihrer Gestaltungskonzeption. Bezogen auf den Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen diskutieren sie die Wirksamkeit der angewandten Methoden (<i>Reklamationen, Beschwerden, Kritik</i>). Die Fachschülerinnen und Fachschüler bereiten Verhandlungen vor, entwerfen Reden und Präsentationen. Situationsbedingt entscheiden sie sich für die jeweils geeignete Darstellungsform und realisieren diese. Sie schaffen eine Erfolg fördernde Atmosphäre (<i>Raum, Kleidung, Bewirtung</i>) und nutzen während des Verhandlungsgesprächs stilistische, rhetorische und nonverbale Mittel (<i>Umgang mit Redeangst und Komplikationen</i>). Für schwierige Situationen entwickeln sie Problemlösungsstrategien und reagieren unter Beachtung von Kommunikationsregeln, Teilnehmertypen und Störungsarten souverän auf Störungen. Die Fachschülerinnen und Fachschüler führen Verkaufsgespräche und Verhandlungen erfolgsorientiert (<i>Beziehungsebenen, Kundenwünsche, Argumentation, Einwandarten, Einwandbehandlung, Abschlusstechniken</i>), sichern die erzielten Ergebnisse und bereiten diese nach. Die Fachschülerinnen und Fachschüler pflegen die bestehenden Kundenkontakte (<i>Customer-Relationship-Management</i>) und <i>Geschäftsbeziehungen</i>. Die Fachschülerinnen und Fachschüler diskutieren die Zweckmäßigkeit der gewählten Vorgehensweise zur Kundengewinnung und -betreuung. Sie reflektieren ihr Handeln, optimieren ihre Kommunikationslösungen und zeigen Alternativen auf.		

Lernfeld 8 Projekte kundenorientiert managen**Zeitrictwert: 360 Ustd.**

Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, Projekte für den Kunden zielgerichtet vorzubereiten, zu planen, durchzuführen, zu präsentieren und abzuschließen.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler schätzen den Kundenauftrag anhand typischer Projektmerkmale hinsichtlich seiner Projektwürdigkeit ein (*inhaltliches Ziel, zeitliches Ziel, innovativer Charakter, Ressourcenbegrenzung, Komplexität, Risiko*). Sie machen sich mit den Phasen des Projektmanagements (*Projektdefinition, Projektplanung, Projektdurchführung Projektabschluss*) und den entsprechenden Projektmanagementinstrumenten vertraut. Sie diskutieren Projektorganisationsformen (*reine Projektorganisation, Stabs-Projektorganisation, Matrix-Projektorganisation, Projektorientierte Unternehmen*), unterscheiden wichtige Projektbeteiligte (*Auftraggeber, Projektleiter, Projektteam, Lenkungsausschuss, Unternehmensleitung*) und stellen Regeln der Zusammenarbeit im Team sowie mit anderen Personen bzw. Personengruppen auf.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler ermitteln die Kundenanforderungen, führen bedarfsweise systematische Problemerkennungen sowie -analysen durch und entwickeln individuelle Ideen zur Problemlösung. Sie wählen nach Abwägung der Vor- und Nachteile die jeweils geeignete Projektorganisationsform für das zu realisierende Projekt aus, prüfen die Erfolgsaussichten des Projektes und schätzen dessen Realisierbarkeit (*Machbarkeitsuntersuchungen, Wirtschaftlichkeits- und Risikobetrachtungen*) ein. Sie definieren gemeinsam mit dem Kunden die zu erreichenden Ziele und formulieren wichtige Vertragsunterlagen (*Projektauftrag, Lastenheft*), auf deren Basis sie ein *Pflichtenheft* erstellen.

Unter Beachtung eines ausgewogenen Aufwand-Nutzen-Verhältnisses entwickeln die Fachschülerinnen und Fachschüler das Projekt kundenorientiert und setzen dabei ausgewählte Planungsinstrumente ein (*Projektstrukturplan, Arbeitspaketbeschreibung, Meilensteinplan, Gantt-Diagramm, Vorgangsknotennetzplan, Ressourcenplan, Kostenplan*).

Die Fachschülerinnen und Fachschüler legen eine Projekttakte an und dokumentieren das Vorhaben projektbegleitend (*Prozess-, Produktdokumentation*). Sie führen das Projekt durch, überwachen den Projektfortschritt kontinuierlich und leiten bei Bedarf korrigierende Maßnahmen ein (*Soll-Ist-Vergleiche, Meilenstein-Trend-Analyse, Kostenanalyse, Projektsteuerung bei Abweichung von den Sach-, Termin-, Kosten- und Qualitätszielen*). Die Fachschülerinnen und Fachschüler agieren mit den Projektbeteiligten entsprechend deren jeweiliger Rolle, Aufgaben, Kompetenzen und Funktionen. Sie sorgen für einen effizienten und konfliktfreien Projektablauf, beachten Regeln der Zusammenarbeit und nutzen ein Projekt unterstützendes Informationsmanagement.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler präsentieren die Ergebnisse in angemessener Form vor dem Kunden. Sie übergeben sowohl das Produkt als auch die Dokumentation und regeln bedarfsweise die Nachbetreuung.

Die Fachschülerinnen und Fachschüler reflektieren im Rahmen einer Projektnachbesprechung kritisch alle Erfahrungswerte (*Lessons Learned*). Sie evaluieren die Projektergebnisse, dokumentieren diese in einem Abschlussbericht und schließen das Projekt ab.

Lernfeld 9	Facharbeit erstellen	Zeitrichtwert: 80 Ustd.
Die Fachschülerinnen und Fachschüler besitzen die Kompetenz, wissenschaftsorientiert aktuelle fachrichtungsbezogene Themen zu bearbeiten und ihre Ergebnisse zu verteidigen.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler setzen sich mit aktuellen fachrichtungs- und praxisbezogenen Themen aus ihren beruflichen Handlungsfeldern auseinander. Sie leiten <i>fachwissenschaftliche Fragestellungen</i> oder <i>komplexe gestalterische Aufgaben</i> ab und entwickeln daraus eine Themenstellung für die Facharbeit.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler analysieren das Thema und formulieren Teilaufgaben. Sie beachten die inhaltlichen und formalen Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens und stellen konzeptionelle Überlegungen an. Bei der Umsetzung der einzelnen Arbeitsschritte nutzen sie unterschiedliche <i>Arbeits- und Kreativitätstechniken</i> . Sie planen ihre Arbeitsphasen (<i>Ablaufplan, Zeitmanagement</i>) verantwortungsvoll und selbstständig.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler wählen geeignete Untersuchungsmethoden (<i>Recherche, Beobachtung, Fragebogen, Interview, Messung, Versuchsreihe</i>). Sie planen die Durchführung einer Untersuchung (<i>Reliabilität, Validität, Objektivität, Normen</i>) oder die Entwicklung eines Produktes sowie die Auswertung und Dokumentation der Ergebnisse.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler informieren sich aus verschiedenen Quellen (<i>Fachliteratur, Internet, Experten</i>), analysieren diese kritisch hinsichtlich Verlässlichkeit, Aktualität sowie Themenbezug und wählen Informationen aus (<i>Urheberrecht</i>). Sie stellen beginnend mit der Themenstellung Zusammenhänge formal korrekt dar, zeigen Wechselwirkungen auf, argumentieren unter Anwendung der <i>Fachtermini</i> und überzeugen durch kompetente ergebnisorientierte Schlussfolgerungen.		
Die Fachschülerinnen und Fachschüler <i>verteidigen</i> zielgruppenadäquat und situationsangemessen in einem Fachgespräch die Ergebnisse ihrer Arbeit (<i>Präsentationstechniken, Kommunikationstechniken</i>). Sie reflektieren ihr methodisches Vorgehen und setzen sich selbstkritisch mit ihren Arbeitsprozessen und Ergebnissen auseinander.		

Hinweise zur Veränderung des Lehrplanes richten Sie bitte an das

Landesamt für Schule und Bildung
Standort Radebeul
Dresdner Straße 78 c
01445 Radebeul

Notizen:

Die für den Unterricht an berufsbildenden Schulen zugelassenen Lehrpläne und Arbeitsmaterialien sind in der Landesliste der Lehrpläne für die berufsbildenden Schulen im Freistaat Sachsen in ihrer jeweils geltenden Fassung enthalten.

Die freigegebenen Lehrpläne und Arbeitsmaterialien finden Sie als Download unter <https://www.schulportal.sachsen.de/lplandb/>.

Das Angebot wird durch das Landesamt für Schule und Bildung, Standort Radebeul, ständig erweitert und aktualisiert.