

**Lehrkraft: OStRin C. Distler**

**Leitfach: Wirtschaft und Recht**

**Rahmenthema: Die betriebswirtschaftlichen Funktionen in der realen Umsetzung der Wirtschaft**

**Zielsetzung des Seminars**

Unternehmerisches Denken und Handeln spielt in der heutigen Berufswelt eine zentrale Rolle. Die Schüler und Schülerinnen sollen im Seminar aufbauend auf dem Erfahrungsschatz der Mittelstufe vertiefende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre erwerben. Sie erhalten einen Überblick über die betrieblichen Funktionsbereiche (Beschaffung, Produktion, Finanzierung, Führung und Absatz). Den Schülerinnen und Schülern soll auf diese Weise ein geschlossenes Konzept eines Unternehmens vermittelt werden. Einen besonderen Schwerpunkt nach der allgemeinen Einführung soll der Bereich Absatz bilden.

Allgemeine, für das Studium unerlässliche Techniken werden dabei in das Seminar integriert.

Die Themen der Seminararbeiten können sich aus den Diskussionen im Verlauf des Seminars ergeben, aber auch aus der Erfahrungswelt der Schülerinnen und Schüler stammen. Es ist durchaus möglich und auch erwünscht, dass eigenständig Themen für die Seminararbeit seitens der Schülerinnen und Schüler formuliert und erarbeitet werden. Die Themenwahl wird individuell mit den Schülern abgestimmt, wobei großer Wert auf Kontakt zu real existierenden Unternehmen gelegt wird.

**Mögliche Themen für die Seminararbeiten:**

1. Controlling im Betrieb ....
2. Forschung und Entwicklung im Unternehmen ...
3. Marktanalyse/Marktforschung im Bereich ...
4. Die Marketingkonzeption des Betriebes ... in ... für das Produkt ...
5. Internetmarketing/Eventmarketing/Social Media Marketing/ Soziales Marketing/ Nachhaltigkeitsmarketing am Beispiel ....
6. Die Produktentwicklung des Produktes ...
7. Sortimentspolitik des Unternehmens ...
8. Preis- und Rabattpolitik am Beispiel ....
9. Kundensegmentierung am Beispiel ...
10. Product-Placement des Unternehmens/im Film ...
11. Öffentlichkeitsarbeit von ...
12. Sportsponsoring am Beispiel ...
13. Verkaufsförderung am Beispiel ...
14. Entwicklung der Werbung am Beispiel ...
15. Analyse von ....Werbeplakaten im Wandel der Zeit
16. Die Werbeagentur ... und ihr Arbeitsfeld
17. Rundfunkwerbung bei .... – Entstehung des Werbespots ...
18. ... als Werbeikone
19. Analyse eines Werbespots/ Vergleich von Werbespots .....