

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR UNTERRICHT UND KULTUS

**Lehrplanrichtlinien für die Berufsschule**

**Fachklassen Medienkaufmann Digital und Print/  
Medienkauffrau Digital und Print**

**Unterrichtsfächer:   Gesamtwirtschaftliche Prozesse  
                          Betriebswirtschaftliche Prozesse  
                          Medienmanagement  
                          Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und  
                          Controlling**

Jahrgangsstufen 10 bis 12

Juli 2006

Die Lehrplanrichtlinien wurden mit Verfügung vom 11.08.2006 (AZ VII.4-5S9414M17-1-7.61920) für verbindlich erklärt und gelten mit Beginn des Schuljahres 2006/2007.

Herausgeber:

Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, Schellingstr. 155, 80797 München,  
Telefon 089 2170-2211, Telefax 089 2170-2215

Internet: [www.isb.bayern.de](http://www.isb.bayern.de)

Herstellung und Vertrieb:

Offsetdruckerei + Verlag Alfred Hintermaier, Inh. Bernhard Hintermaier,  
Nailastr. 5, 81737 München, Telefon 089 6242970, Telefax 089 6518910

E-Mail: [shop@hintermaier-druck.de](mailto:shop@hintermaier-druck.de)

---

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINFÜHRUNG</b>	<b>SEITE</b>
1 Bildungs- und Erziehungsauftrag der Berufsschule	1
2 Ordnungsmittel und Studentafeln	2
3 Leitgedanken für den Unterricht an Berufsschulen	4
4 Verbindlichkeit der Lehrplanrichtlinien	5
5 Übersicht über die Fächer und Lernfelder	5
6 Berufsbezogene Vorbemerkungen	7
<b>LEHRPLANRICHTLINIEN</b>	
<u>Jahrgangsstufe 10</u>	
Gesamtwirtschaftliche Prozesse	8
Betriebswirtschaftliche Prozesse	9
Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling	12
<u>Jahrgangsstufe 11</u>	
Gesamtwirtschaftliche Prozesse	13
Medienmanagement	14
Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling	17
<u>Jahrgangsstufe 12</u>	
Medienmanagement	18
Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling	19
<b>ANHANG:</b>	
Mitglieder der Lehrplankommission	20
Verordnung über die Berufsausbildung	

---



# EINFÜHRUNG

## 1 Bildungs- und Erziehungsauftrag der Berufsschule

Die Berufsschule hat gemäß Art. 11 BayEUG die Aufgabe, den Schülerinnen und Schülern berufliche und allgemein bildende Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln. Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen dabei in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.

Die Aufgabe der Berufsschule konkretisiert sich in den Zielen,

- eine Berufsfähigkeit zu vermitteln, die Fachkompetenz mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbindet,
- berufliche Flexibilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in Arbeitswelt und Gesellschaft auch im Hinblick auf das Zusammenwachsen Europas zu entwickeln,
- die Bereitschaft zur beruflichen Fort- und Weiterbildung zu wecken,
- die Fähigkeit und Bereitschaft zu fördern, bei der individuellen Lebensgestaltung und im öffentlichen Leben verantwortungsbewusst zu handeln.

Zur Erreichung dieser Ziele muss die Berufsschule

- den Unterricht an einer für ihre Aufgabe spezifischen Pädagogik ausrichten, die Handlungsorientierung betont,
- unter Berücksichtigung notwendiger beruflicher Spezialisierung berufs- und berufsfeldübergreifende Qualifikationen vermitteln,
- ein differenziertes und flexibles Bildungsangebot gewährleisten, um unterschiedlichen Fähigkeiten und Begabungen sowie den jeweiligen Erfordernissen der Arbeitswelt und der Gesellschaft gerecht zu werden,
- auf die mit Berufsausübung und privater Lebensführung verbundenen Umweltbedrohungen und Unfallgefahren hinweisen und Möglichkeiten zu ihrer Vermeidung bzw. Verminderung aufzeigen.

Die Berufsschule soll darüber hinaus im allgemein bildenden Unterricht und soweit es im Rahmen berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf die Kernfragen unserer Zeit eingehen, wie

- Arbeit und Arbeitslosigkeit,
- friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung ihrer jeweiligen kulturellen Identität,
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen sowie
- Gewährleistung der Menschenrechte.

## 2 Ordnungsmittel und Stundentafeln

### Ordnungsmittel

Den Lehrplanrichtlinien<sup>1</sup> liegen der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Medienkaufmann Digital und Print/Medienkauffrau Digital und Print – Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2006 – und die Verordnung über die Berufsausbildung zum Medienkaufmann Digital und Print/zur Medienkauffrau Digital und Print vom 31. März 2006 (BGBl. I, Nr. 17, S. 798 ff.) zugrunde.

Der Ausbildungsberuf Medienkaufmann Digital und Print/Medienkauffrau Digital und Print ist keinem Berufsfeld zugeordnet. Die Ausbildungszeit beträgt 3 Jahre.

---

<sup>1</sup> Lehrplanrichtlinien unterscheiden sich von herkömmlichen Lehrplänen darin, dass die Formulierungen der Lernziele und Lerninhalte aus den KMK-Rahmenlehrplänen im Wesentlichen unverändert übernommen werden.

**Stundentafeln**

Den Lehrplanrichtlinien liegen die folgenden Stundentafeln zugrunde:

<b>Einzeltagunterricht</b>	<b>1,5 Tage</b>	<b>1,5 Tage</b>	<b>1 Tag</b>
<u>Fächer</u>	<u>Jgst. 10</u>	<u>Jgst. 11</u>	<u>Jgst. 12</u>
Religionslehre	1	1	1
Deutsch	1	1	1
Sozialkunde	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
	3	3	3
Englisch	1	1	1
Gesamtwirtschaftliche Prozesse	1	1	-
Betriebswirtschaftliche Prozesse	5	-	-
Medienmanagement	-	5	2
Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
	9	9	6
Zusammen	12	12	9

<b>Blockunterricht</b>	<b>13 Block-</b>	<b>13 Block-</b>	<b>9 Block-</b>
		<b>wochen</b>	
<u>Fächer</u>	<u>Jgst. 10</u>	<u>Jgst. 11</u>	<u>Jgst. 12</u>
Religionslehre	3	3	3
Deutsch	3	3	3
Sozialkunde	3	3	3
Sport	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>2</u>
	11	11	11
Englisch	3	3	3
Gesamtwirtschaftliche Prozesse	3	3	-
Betriebswirtschaftliche Prozesse	16	-	-
Medienmanagement	-	16	12
Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>13</u>
	28	28	28
Zusammen	39	39	39

**Wahlunterricht<sup>2</sup>**

<sup>2</sup> gemäß BSO in der jeweils gültigen Fassung

### 3 Leitgedanken für den Unterricht an Berufsschulen

Lernen hat die Entwicklung der individuellen Persönlichkeit zum Inhalt und zum Ziel. Geplantes schulisches Lernen erstreckt sich dabei auf vier Bereiche:

- Aneignen von bildungsrelevantem Wissen,
- Einüben von manuellen bzw. instrumentellen Fertigkeiten und Anwenden einzelner Arbeitstechniken, aber auch gedanklicher Konzepte,
- produktives Denken und Gestalten, d. h. vor allem selbstständiges Bewältigen berufstypischer Aufgabenstellungen,
- Entwickeln einer Wertorientierung unter besonderer Berücksichtigung berufsethischer Aspekte.

Diese vier Bereiche stellen Schwerpunkte dar, die einen Rahmen für didaktische und methodische Entscheidungen geben. Im konkreten Unterricht werden sie oft ineinander fließen.

Die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis ist das grundsätzliche didaktische Anliegen der Berufsausbildung. Für die Berufsschule heißt das: Theoretische Grundlagen und Erkenntnisse müssen praxisorientiert vermittelt werden und zum beruflichen Handeln befähigen. Neben der Vermittlung von fachlichen Kenntnissen und der Einübung von Fertigkeiten sind im Unterricht verstärkt überfachliche Qualifikationen anzubahnen und zu fördern.

Lernen wird erleichtert, wenn der Zusammenhang zur Berufs- und Lebenspraxis deutlich zu erkennen ist. Dabei spielen konkrete Handlungssituationen, aber auch in der Vorstellung oder Simulation vollzogene Operationen sowie das gedankliche Nachvollziehen und Bewerten von Handlungen eine wichtige Rolle. Methoden, die Handlungskompetenz unmittelbar fördern, sind besonders geeignet und sollten deshalb in der Unterrichtsplanung angemessen berücksichtigt werden. Handlungskompetenz wird verstanden als die Bereitschaft und Fähigkeit des Einzelnen, sich in gesellschaftlichen, beruflichen und privaten Situationen sachgerecht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungsorientierter Unterricht ist ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Dieses Konzept lässt sich durch unterschiedliche Unterrichtsmethoden verwirklichen. Die Auswahl der Unterrichtsmethoden orientiert sich an den aktuellen Empfehlungen der Unterrichtswissenschaften.

Im Unterricht ist zu achten auf

- eine sorgfältige und rationelle Arbeitsweise,
- Sparsamkeit beim Ressourceneinsatz,
- die gewissenhafte Beachtung aller Maßnahmen, die der Unfallverhütung und dem Umweltschutz dienen,
- sorgfältigen Umgang mit der deutschen Sprache in Wort und Schrift.

Im Hinblick auf die Fähigkeit, Arbeit selbstständig zu planen, durchzuführen und zu kontrollieren, sind vor allem die bewusste didaktische und methodische Planung des Unterrichts, die fortlaufende Absprache der Lehrer für die einzelnen Fächer bis hin zur gemeinsamen Planung fächerübergreifender Unterrichtseinheiten erforderlich. Darüber hinaus ist im Sinne einer bedarfsgerechten Berufsausbildung eine kontinuierliche personelle, organisatorische und didaktisch-methodische Zusammenarbeit mit den anderen Lernorten des dualen Systems sicherzustellen.

#### 4 Verbindlichkeit der Lehrplanrichtlinien

Die Ziele und Inhalte der Lehrplanrichtlinien bilden zusammen mit den Prinzipien des Grundgesetzes für die Bundesrepublik Deutschland, der Verfassung des Freistaates Bayern und des Bayerischen Gesetzes über das Erziehungs- und Unterrichtswesen die verbindliche Grundlage für den Unterricht und die Erziehungsarbeit. Im Rahmen dieser Bindung trifft der Lehrer seine Entscheidungen in pädagogischer Verantwortung.

Die Inhalte der Lehrplanrichtlinien werden innerhalb einer Jahrgangsstufe in der Reihenfolge behandelt, die sich aus der gegenseitigen Absprache der Lehrkräfte zur Abstimmung des Unterrichts ergibt. Sind mehrere Lernfelder in einem Fach gebündelt, so ist deren Reihenfolge nicht verbindlich. Ebenso sind dann die Zeitrichtwerte der Lernfelder als Anregung gedacht.

#### 5 Übersicht über die Fächer und Lernfelder

##### *Einzeltagesunterricht*

##### Jahrgangsstufe 10

##### **Gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Den Ausbildungsbetrieb präsentieren 40 Std.

##### **Betriebswirtschaftliche Prozesse**

Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren 40 Std.

Märkte analysieren und bewerten 80 Std.

Medialeistungen bewerben und verkaufen 80 Std.

200 Std.

##### **Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling**

Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten 80 Std.

##### Jahrgangsstufe 11

##### **Gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen analysieren 40 Std.

##### **Medienmanagement**

Herstellungs- und Produktionsprozesse von Digital- und Printmedien planen, steuern und kontrollieren 80 Std.

Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben 80 Std.

Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen wahrnehmen 40 Std.

200 Std.

##### **Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling**

Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren, beurteilen und steuern 80 Std.

Jahrgangsstufe 12**Medienmanagement**

Arbeitsprozesse in Redaktion und Lektorat unterstützen 80 Std.

**Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling**

Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren  
und bewerten 120 Std.

***Blockunterricht***Jahrgangsstufe 10**Gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Den Ausbildungsbetrieb präsentieren 39 Std.

**Betriebswirtschaftliche Prozesse**

Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren 39 Std.

Märkte analysieren und bewerten 78 Std.

Medialeistungen bewerben und verkaufen 91 Std.

208 Std.

**Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling**

Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten 78 Std.

Jahrgangsstufe 11**Gesamtwirtschaftliche Prozesse**

Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen  
analysieren 39 Std.

**Medienmanagement**

Herstellungs- und Produktionsprozesse von Digital- und  
Printmedien planen, steuern und kontrollieren 78 Std.

Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben 91 Std.

Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen  
wahrnehmen 39 Std.

208 Std.

**Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling**

Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren,  
beurteilen und steuern 78 Std.

Jahrgangsstufe 12**Medienmanagement**

Arbeitsprozesse in Redaktion und Lektorat unterstützen 108 Std.

**Kaufmännische Steuerung, Budgetierung und Controlling**

Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren und bewerten

117 Std.

**6 Berufsbezogene Vorbemerkungen**

Medienkaufleute Digital und Print sind in Medienunternehmen tätig. Sie sind qualifiziert, kaufmännisch-organisatorische und marktorientierte Aufgaben selbstständig zu entwickeln, zu planen und durchzuführen. In den Medienunternehmen werden die verschiedenen Medienmärkte analysiert. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden in marktfähige Medienprodukte und Dienstleistungen übertragen und kundenorientiert angeboten. Medienkaufleute planen, steuern und kontrollieren alle Schritte von der Beschaffung über die Produktion bis zum Vertrieb der Produkte. Dabei sind sie in der Lage, ihr Unternehmen in einem gesamt- und weltwirtschaftlichen Zusammenhang zu betrachten.

Der Schwerpunkt der Qualifikationen liegt im Medienmanagement und in der marketingorientierten Kommunikation. Die Kompetenz der Mitarbeiter in diesen Aufgabengebieten entscheidet über den wirtschaftlichen Erfolg der Medienunternehmen. Ein an den Absatzmärkten ausgerichtetes kundenorientiertes Denken beeinflusst alle Unternehmensbereiche. Daraus leiten sich die Zielformulierungen der vorliegenden Lehrplanrichtlinien ab.

Die Lerninhalte sind an den Arbeits- und Geschäftsprozessen im Medienunternehmen und der Erfahrungswelt der Schülerinnen und Schüler orientiert und können so handlungsorientiert und exemplarisch anhand komplexer Aufgabenstellungen erarbeitet werden. Die Vermittlung wirtschaftlichen Grundlagenwissens ist in die verschiedenen Lernfelder eingebunden. Lernfeldübergreifend sind die Anwendung von Informations- und Kommunikationssystemen, die Berücksichtigung der Grundsätze von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz sowie der Umweltschutz und der Datenschutz berücksichtigt worden.

Dem Erwerb von fremdsprachlichen Qualifikationen zur fachlichen Kommunikation in einer globalisierten Welt tragen die vorliegenden Lehrplanrichtlinien Rechnung.

Eine gemeinsame Beschulung mit dem Kaufmann/der Kauffrau für Marketingkommunikation in der Jahrgangsstufe 10 ist möglich. Mit Genehmigung der Schulaufsichtsbehörde können Lerninhalte aus methodischen und didaktischen Gründen jahrgangsstufenübergreifend verschoben werden. Dabei ist zu beachten, dass die Vermittlung der Lerninhalte, die für das Ablegen der Zwischenprüfung notwendig sind, gewährleistet bleibt und dass dadurch keine Benachteiligung von Schülerinnen und Schülern entsteht, die nach einer gemeinsamen Beschulung in der Jahrgangsstufe 10 in die Jahrgangsstufe 11 der Fachklasse der Kaufleute für Marketingkommunikation bzw. der Medienkaufleute Digital und Print eintreten.

## LEHRPLANRICHTLINIEN

### GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

#### Jahrgangsstufe 10

<b>Lernfeld</b>	<b>40 Std.</b>
<b>Den Ausbildungsbetrieb präsentieren</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler präsentieren ihren Ausbildungsbetrieb. Sie setzen sich mit den Leitbildern, Umgangsformen, ökonomischen und ökologischen Zielsetzungen sowie der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Unternehmen und Institutionen ihrer Branche auseinander. Sie stellen die Leistungsschwerpunkte, Arbeitsgebiete, Leistungsprozesse und Arbeitsabläufe von Kommunikations- oder Medienunternehmen im Überblick dar. Sie beschreiben die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Rechtsform ihres Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Regelungen sowie Aufgaben, Rechten und Pflichten der Beteiligten im Dualen System der Ausbildung und im Arbeitsverhältnis auseinander. Sie kennen die für die Berufsausbildung wesentlichen Rechtsvorschriften, artikulieren ihre eigenen Interessen, wägen diese unter Beachtung ihrer neuen Position ab und nehmen sie wahr. Sie sind mit den wesentlichen arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen der Kommunikations- oder Medienwirtschaft vertraut und können ihre Rechte als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beurteilen und wahrnehmen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Aufgabenstellungen selbstständig oder in der Gruppe, wenden grundlegende Lern- und Arbeitstechniken sowie Problem lösende Methoden an. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse strukturiert unter Verwendung angemessener Medien.	
<b>Inhalte</b> Ausbildungsvertrag, Berufsbildungsgesetz Betriebsverfassungsgesetz Unternehmensziele, Corporate Identity Kommunikationsregeln Einzelunternehmung, KG, GmbH, AG Leistungen in der Kommunikations- oder Medienbranche Wirtschaftsorganisationen, berufsständische Organisationen	

**BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE**

Jahrgangsstufe 10

<b>Lernfeld</b>	<b>40 Std.</b>
<b>Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler planen und kontrollieren Beschaffungsprozesse und treffen die für die Bereitstellung der Dienstleistungen, Betriebsmittel und Werkstoffe betriebswirtschaftlich notwendigen Entscheidungen unter Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit. Sie übernehmen die Qualitätskontrolle bei der Abnahme der Leistungen. Dazu informieren sie sich über rechtliche Regelungen der Branche und bereiten Datenmaterial für Entscheidungszwecke auf. Die Schülerinnen und Schüler analysieren vertragliche Vereinbarungen unter rechtlichen Aspekten, wenden Rechtsnormen an und schließen Verträge. Sie entwickeln auch im Team Lösungsvorschläge bei Vertragsstörungen und setzen diese um. Sie bereiten Entscheidungen im Rahmen der Beschaffung finanzieller Mittel auf der Basis der Grundkenntnisse der Finanzierung vor.	
<b>Inhalte</b> Angebotsvergleich Rechts- und Geschäftsfähigkeit Kaufvertrag, Dienstvertrag, Werkvertrag Leasing, Darlehen, Kontokorrentkredit	

**BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE**

Jahrgangsstufe 10

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Märkte analysieren und bewerten</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler analysieren und beurteilen Produkte und Dienstleistungen und bewerten die entsprechenden Marketingstrategien. Dabei nutzen sie die relevanten Methoden der Marktforschung und deren Quellen und wenden gängige Informationstechnologien an. Sie verschaffen sich einen Überblick über produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitische Maßnahmen. Sie hinterfragen Strategieansätze im Marketing unter Berücksichtigung ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Folgen. Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Text-, Bild- und Grafikdaten digital und beachten dabei unterschiedliche mediale Darstellungsarten und Datenformate, setzen konzeptionelle Vorgaben zielgruppenorientiert um und beachten dabei Gestaltungsgrundsätze.	
<b>Inhalte</b> Marketingziele und Zielhierarchien Marktanalyse, -beobachtung, -prognose Produkt- und Markenstrategien Portfolioanalyse Produktlebenszyklus Preisstrategien Distributionsstrategien	

**BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE**

Jahrgangsstufe 10

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Medialeistungen bewerben und verkaufen</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler erfassen die zentrale ökonomische Bedeutung des Verkaufs für die Medienunternehmen und analysieren die Marktsituation einzelner Informations- und Werbeträger im Vergleich zu anderen Medien. Sie wirken bei der Erstellung und Umsetzung von Marketingkonzepten mit und setzen zielorientiert Maßnahmen zur Kundenbindung und zur Kundenneugewinnung ein. Dabei berücksichtigen sie den Stellenwert des Marketings im Rahmen eines integrierten Marketingansatzes von Medienunternehmen. Sie beraten umfassend Kunden und nutzen dazu externe und interne Markt- und Mediauntersuchungen. Sie präsentieren dem jeweiligen Kunden eine ökonomische und rechtlich einwandfreie Lösung. Sie berechnen Verkaufspreise, wickeln Aufträge im Team und in enger Kooperation mit dem Außendienst und anderen Funktionsbereichen des Verlags ab und bearbeiten Reklamationen kundenorientiert. Sie setzen die Datenverarbeitung bei der Lösung von Aufgabensituationen gerecht und planvoll ein.	
<b>Inhalte</b> Informations- und Werbeträgervergleich Stellenwert und Trends der Medien Mediaanalyse, Verbraucheranalyse, Leseranalysen Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. Anzeigenformen Digital und Print, Sonderwerbformen, Beilagen Copytest Preislisten und Mediadaten Crossmedia-Konzept Grundgesetz, Landespressegesetz, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Beilagen Präsentationstechniken	

**KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG, BUDGETIERUNG UND CONTROLLING**

Jahrgangsstufe 10

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler erfassen Werteflüsse von Kommunikations- oder Medienunternehmen die im Rahmen von Geschäftsprozessen anfallen. Sie erstellen Inventar und Bilanz eines Kommunikations- oder Medienunternehmens und bilden die wesentlichen Aufwendungen und Erträge auf der Grundlage der geltenden Rechtsvorschriften ab. Sie ermitteln den Erfolg und leiten aus dem vorläufigen Jahresabschluss Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ab. Sie erkennen die Dokumentations-, Informations- und Kontrollfunktion des Rechnungswesens in ihrer Bedeutung für unterschiedliche Interessentenkreise.	
<b>Inhalte</b> HGB Bilanz Gewinn- und Verlustrechnung Abschreibungen Geschäftsfälle	

## GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

Jahrgangsstufe 11

<b>Lernfeld</b>	<b>40 Std.</b>
<b>Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf Medienunternehmen analysieren</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen in ihren Arbeitsprozessen die besondere Rolle und Verantwortung der Medienunternehmen in der sozialen Marktwirtschaft. Sie beurteilen gesellschaftliche und wirtschaftliche Folgen der Medienkonzentration. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Strategien zur Erreichung kurz- und langfristiger Ziele der Wirtschaftspolitik auseinander. Sie bewerten den Einfluss geldpolitischer Maßnahmen auf Investitions- und Konsumentscheidungen und analysieren Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation von Medienunternehmen.	
<b>Inhalte</b> Wirtschaftsordnung Tendenzschutz Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen Gesetz zur Förderung der Stabilität und des Wachstums der Wirtschaft Angebots- und nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik Geldpolitisches Instrumentarium der Europäischen Zentralbank	

## MEDIENMANAGEMENT

Jahrgangsstufe 11

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Herstellungs- und Produktionsprozesse von Digital- und Printmedien planen, steuern und kontrollieren</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler wirken unter Abwägung wirtschaftlicher und ökologischer Kriterien an Planungs-, Gestaltungs- und Produktionsschritten bei der Umsetzung von Aufträgen für Digital- und Printmedien mit. Sie planen in den Phasen Vorstufe, Produktion und Weiterverarbeitung projekt- und teamorientiert. Sie wenden ihr branchenspezifisches technisches Basiswissen an, um den ständig neuen Anforderungen der Produktion gerecht zu werden. Sie kalkulieren Kosten und Zeitbedarf für die Produktion, holen Angebote interner und externer Dienstleister ein und bereiten sie auf. Sie koordinieren Abläufe der Produktion unter Einhaltung von Qualitätskriterien.	
<b>Inhalte</b> Contentmanagement Physische und digitale Informationsträger Druckvorstufe Offsetdruck Tiefdruck Digitaldruck	

**MEDIENMANAGEMENT**

Jahrgangsstufe 11

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Medienprodukte und Dienstleistungen vertreiben</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Markt- und Wettbewerbssituation für den Vertrieb von Digital- und Printprodukten, wählen für unterschiedliche Produkte den jeweils geeigneten Absatzweg und den optimalen Vertriebspartner aus. Sie entwickeln Maßnahmen für Werbung und Verkaufsförderung unter Berücksichtigung rechtlicher Regelungen, wirken bei deren Umsetzung mit und kontrollieren den Erfolg. Die Schülerinnen und Schüler führen Bestellung, Berechnung, Versand und Rücknahme von Verlagsprodukten bei unterschiedlichen Vertriebswegen durch. Sie verhandeln über Konditionen, Zahlungsbedingungen und Bezugsformen. Sie ermitteln Umsatz- und Absatzzahlen und bereiten diese auf. Sie legen den Endverkaufspreis auch mit Hilfe geeigneter Software fest und wenden preispolitische Strategien an. Sie beurteilen Ziele des Vertriebsmarketings im Rahmen des integrierten Verlagsmarketings.	
<b>Inhalte</b> Preisbindungsgesetz, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Vertriebsrichtlinien Buchhändlerische Verkehrsordnung Buchhändlerische Abrechnungsgesellschaft Abwicklung von Im- und Export Kundenorientierte Gesprächsführung Kommunikation in der Fremdsprache	

## MEDIENMANAGEMENT

## Jahrgangsstufe 11

<b>Lernfeld</b>	<b>40 Std.</b>
<b>Personalwirtschaftliche Aufgaben in Medienunternehmen wahrnehmen</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler werten im Rahmen der Bedarfsplanung Personalstatistiken aus und beachten dabei die Regelungen des Datenschutzes. Sie planen den Personalbedarf unter Berücksichtigung der arbeitsrechtlichen Besonderheiten von redaktionellen und kaufmännischen Mitarbeitern. Bei der internen und externen Personalbeschaffung treffen sie eine begründete Auswahl der Bewerber. Sie wirken bei Aufgaben der Personalverwaltung mit und berücksichtigen dabei die arbeits- und sozialrechtlichen Bestimmungen sowie die unterschiedlichen rechtlichen Stellungen der Mitarbeiter in einem Medienunternehmen. Sie arbeiten bei der Personalentwicklung mit. Die Schülerinnen und Schüler bereiten Entgeltabrechnungen vor und buchen sie. Sie wenden für Medienunternehmen wichtige tarifliche Regelungen an. Sie berücksichtigen die Einflüsse von Kommunikation und Kooperation auf Betriebsklima, Arbeitsleistung und Geschäftserfolg eines Unternehmens.	
<b>Inhalte</b> Personalbestandsanalyse und -bedarfsanalyse Freie Mitarbeiter Arbeitsverträge Tarifverträge Mitbestimmungs- und Mitwirkungsrechte Personalbeurteilung Sozialversicherung Moderationstechniken	

**KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG, BUDGETIERUNG UND CONTROLLING**

Jahrgangsstufe 11

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Den wirtschaftlichen Erfolg eines Medienproduktes analysieren, beurteilen und steuern</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler nutzen das Controlling als Entscheidungshilfe für die betriebliche Steuerung. Sie erfassen die beim betrieblichen Leistungsprozess eines Medienproduktes entstehenden Kosten und Leistungen auf der Grundlage der Werte der Finanzbuchführung. Sie berechnen und beurteilen den Wertschöpfungsbeitrag einzelner Produkte sowie den Betriebserfolg. Zur Vorbereitung betrieblicher Entscheidungen setzen sie die verschiedenen Verfahren der Kostenrechnung ein. Sie beurteilen die Auswirkungen getroffener Entscheidungen auf die Erfolgssituation des Betriebes.	
<b>Inhalte</b> Kostenartenrechnung Kostenstellenrechnung Deckungsbeitragsrechnung	

**MEDIENMANAGEMENT**  
Jahrgangsstufe 12

<b>Lernfeld</b>	<b>80 Std.</b>
<b>Arbeitsprozesse in Redaktion und Lektorat unterstützen</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler bewerten die Auswirkungen von Erwerb, Sicherung und Verkauf von Verwertungs- und Nutzungsrechten. Sie wirken bei der Manuskriptbearbeitung, Satzvorbereitung und Korrektur mit. Sie überprüfen Autorenhonorare, auch unter Einsatz geeigneter Software. Die Schülerinnen und Schüler erfassen die unterschiedlichen Funktionen und Kernaufgaben von Redaktion und Lektorat. Sie beachten das Zusammenwirken von Redaktion oder Lektorat mit Produktion, Marketing, kaufmännischer Verwaltung und externen Schnittstellen bei der Programm- und Titelplanung. Sie erkennen dabei die Bedeutung des Contentmanagements. Sie kennen die rechtlichen Grundlagen und die Funktion der Selbstkontrolle der Medienwirtschaft. Die Schülerinnen und Schüler erläutern die wesentlichen Rechte und Pflichten von Autor, Herausgeber, Übersetzer und Verlag und setzen Verlagsverträge auf. Sie wenden die Bestimmungen des Urheber- und Verlagsrechts an und berücksichtigen Branchenrichtlinien.	
<b>Inhalte</b> Publizistische Leitlinien Grundgesetz, Landespressegesetz Deutscher Presserat Medienneutrale Datenhaltung Betreuung von Herausgebern, Autoren und Übersetzern Normvertrag, Titelschutz, Markenschutz, Recht am eigenen Bild, Pflichtstückverordnungen Autorenhonorare, Lizenzentgelte ISBN, ISSN, VLB-Meldung	

**KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG, BUDGETIERUNG UND CONTROLLING**

Jahrgangsstufe 12

<b>Lernfeld</b>	<b>120 Std.</b>
<b>Den Jahresabschluss eines Medienunternehmens analysieren und bewerten</b>	
<b>Ziele</b> Die Schülerinnen und Schüler führen Jahresabschlussarbeiten durch und treffen Bewertungsentscheidungen unter Berücksichtigung betrieblicher Interessen und geltender Bewertungsvorschriften. Sie bereiten den Jahresabschluss eines Medienunternehmens auf, ermitteln wichtige Kennzahlen zur Beurteilung der wirtschaftlichen Situation als Grundlage für weitergehende unternehmenspolitische Entscheidungen. Die Schülerinnen und Schüler nutzen geeignete Software zur Gewinnung, Aufbereitung und Auswertung erforderlicher Daten.	
<b>Inhalte</b> Abschreibungen Lagerkennziffern, Bestandsveränderung, Inventurdifferenzen Zeitliche Jahresabgrenzung Rückstellung Wertansätze für Vermögen und Schulden nach Handels- und Steuerrecht Vermögensaufbau, Liquidität, Rentabilität, Wirtschaftlichkeit	

## ANHANG

### Mitglieder der Lehrplankommission:

Helmuth Baur-Callwey	Verlag Georg D.W. Callwey GmbH, München
Roger Geretshuber	Städt. BS f. Medienberufe, München
Jochen Hörl	Städt. BS f. Medienberufe, München
Wolfgang Röder	Berufliche Schule Direktorat 6, Nürnberg
Martin Ruf	Städt. Kfm. Berufsbildungszentrum, Würzburg
Ingeborg Steitz	Combera GmbH, München
Dr. Marko Hunger	ISB, München