Alternative Bewertungsformen in BWL

Ideensammlung für BWL-Lehrpersonen

Beispiel: Fallanalyse in Marketing

(von Barbara Fuchsberger)

**Fallanalyse in Marketing für die 4. Klasse**

Die Schüler\*innen erarbeiten großteils eigenständig den Themenbereich Marketing, indem sie theoretische Inhalte an einem selbstgewählten Produkt/Dienstleistung analysieren.

Die Schüler\*innen verfassen eine schriftliche Analyse und diskutieren ihre Ergebnisse in einem Fachgespräch vor der Klasse.

Buch: Praxisblicke BW Hak II WFO Südtirol

nächste Seite: Arbeitsauftrag

|  |
| --- |
| **Fallanalyse Marketing** |
| Ein Fallbeispiel zum Thema Marketing analysieren |
| Schulbuch Praxisblicke BW II WFO Südtirol & Zusatzmaterial      <<03Marketing.ppsx>> |
| Partnerarbeit oder Einzelarbeit |
| schriftliche Fallanalyse  + Fachgespräch |
| Insgesamt wird die Arbeit mit 100 % bewertet:    50% für die schriftliche Fallanalyse (individuelle oder Gruppennote)  30% für das Fachgespräch (individuelle Note) für Inputs, Gesprächsbeteiligung und Verknüpfung von Fachinhalten  20% für die Abwicklung des Arbeitsauftrages (Termintreue, Quellennutzung, Arbeitsteilung im Team, Konzentration, Nutzung von Hilfsmitteln, gegenseitige Unterstützung, …) |
| Auf theoretische Inputs im Plenum oder Selbststudium folgen Arbeitsphasen mit Arbeitspaketen und Richtzeiten |
| Arbeitspakete (werden fortlaufend ergänzt) |

|  |  |
| --- | --- |
| Wahl des Sachgutes oder der Dienstleistung | Welches Sachgut/welche Dienstleistung soll Gegenstand eurer Fallanalyse sein?  Die Wahl einer Dienstleistung wird aufgrund der größeren Komplexität mit einem Plus von einer Note belohnt.  Gestaltet dazu die Titelseite eurer Fallanalyse. |
| Kunden- und marktgerechte Gestaltung des Produktes   1. 136-139 | Welchen Nutzen hat das Produkt? Beschreibe ausführlich die Gestaltungselemente inkl. Marke. |
| Begriff Marketing   1. 102-104 | "Marketing ist eine Denkhaltung, die den Kunden in den Mittelpunkt aller unternehmerischen Tätigkeiten stellt."  Sucht nach anderen Definitionen, Zitaten, Bildern, die diese Aussage bestätigen und als Leitmotiv für eure Arbeit dienen. |
| Unternehmensziele -> Marketingziele S. 104 | Welche Marketingziele hat sich euer Unternehmen gesetzt? Quelle in der Fußnote angeben. |
| Marktsegmentierung und -bearbeitung   1. 105-107   Bis Fr. 20.11.20 dann geht es weiter… | Bearbeitet euer Unternehmen den Gesamtmarkt oder einen oder mehrere Teilmärkte?  Beschreibt den Zielkunden eures Produktes genau! |
| WH Segmentierung  und Zielgruppen nach Sinus-Milieus | Seht euch als Wiederholung dieses Kurzvideo an  <https://studyflix.de/wirtschaft/marktsegmentierung-1713>    Nehmt nun euren Zielkunden nochmals genauer unter die Lupe und versucht ihn einem Sinus-Milieu zuzuordnen. Begründet, warum ihr diese Wahl getroffen habt.  Hier die Internetseite mit allen Infos dazu:  <https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-milieus-deutschland/>  Hier eine Beschreibung der verschiedenen Milieus:    <<2018-09-18\_Sinus-Milieus\_Website\_UEberblick\_slide-1.pdf>> |
| Produktpositionierung  S. 108-110 | Wie kann sich das Unternehmen von der Konkurrenz abheben? Wo steht es im Vergleich zu den Mitbewerbern?  Definiert nun für die Achsen geeignete Produkteigenschaften und positioniert im Koordinatensystem das von euch gewählte Produkt und einige Konkurrenzprodukte. Beschreibt die Grafik! |
| USP S. 108 | Was ist der USP eures Produktes? |
| Branche  Bis Fr. 27.11.20 dann geht es weiter… | Analyse der Branche nach Porter (5 Kräfte in eurer Branche beschreiben) |
| Marktforschung S. 115-132 | Suche nach einem geeigneten Marktforschungsprojekt für dein Produkt. Dabei soll es sich um eine Primärforschung handeln. Beschreibe die Aufgabenstellung und Zielsetzung, wähle eine geeignete Marktforschungsmethode (bei einer Befragung muss ein MS Forms erstellt werden) und begründe deine Auswahl. Führe eine Stichprobe mit 10-20 Marktteilnehmern (außerhalb der eigenen Gruppe) durch und interpretiere die Ergebnisse. |

… Wird noch fertiggestellt