

VERKAUFSFÖRDERUNG UND WARENPRÄSENTATION

1. Klasse

Kompetenzbereich **Verkaufspersönlichkeit** **und**
dienstleistungsorientiertes Verhalten

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- erkennen die Bedeutung von Zielgruppen bei der Auswahl von Werbekonzepten und sind in der Lage, zielgruppengerechte Werbemaßnahmen unter Berücksichtigung rechtlicher Bestimmungen zu planen sowie ein einfaches Werbekonzept für einen Betrieb zu entwerfen.

Lehrstoff:

Zielgruppen.

Kompetenzbereich Kundinnen- und kundenorientiertes Verkaufen

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- können Möglichkeiten der Warenpräsentation beschreiben sowie Gestaltungsvorschläge unter Berücksichtigung von werbepsychologischen Grundsätzen und Trends präsentieren und umsetzen,
- können Warenpräsentationen zu speziellen Themen und Anlässen erarbeiten und durchführen,
- können branchenspezifische Hilfsmittel zur Preisauszeichnung erstellen und verkaufsfördernd einsetzen,

Lehrstoff:

Verkaufsförderungsmaßnahmen. Warenpräsentationen (Point of Sale. Schaufenstergestaltung). Preisauszeichnung(PAG).

2. Klasse

Kompetenzbereich **Verkaufspersönlichkeit** **und**
dienstleistungsorientiertes Verhalten

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- können unterschiedliche Werbestrategien beschreiben und deren Wirkung auf die eigene Person reflektieren,
- können die branchenspezifische Wirkung von Werbemaßnahmen in Bezug auf das berufliche Umfeld analysieren,
- erkennen die Bedeutung von Zielgruppen bei der Auswahl von Werbekonzepten und sind in der Lage, zielgruppengerechte Werbemaßnahmen unter Berücksichtigung rechtlicher Bestimmungen zu planen sowie ein einfaches Werbekonzept für einen Betrieb zu entwerfen.

Lehrstoff:

Werbestrategien. Werbemaßnahmen. Werbekonzepte. Zielgruppen.

Kompetenzbereich Kundinnen- und kundenorientiertes Verkaufen

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Schülerinnen und Schüler

- kennen die Bedeutung von Verkaufsförderungsmaßnahmen und können diese branchenspezifisch einsetzen sowie deren Wirkung situationsbezogen erläutern,
- können Möglichkeiten der Warenpräsentation beschreiben sowie Gestaltungsvorschläge unter Berücksichtigung von werbepsychologischen Grundsätzen und Trends präsentieren und umsetzen,
- können Warenpräsentationen zu speziellen Themen und Anlässen erarbeiten und durchführen,
- können branchenspezifische Hilfsmittel zur Preisauszeichnung erstellen und verkaufsfördernd einsetzen,
- können Zusatzartikel verkaufsfördernd platzieren und präsentieren.

Lehrstoff:

Verkaufsförderungsmaßnahmen. Warenpräsentationen (Point of Sale. Schaufenstergestaltung). Preisauszeichnung(PAG).

Schulbuch: Werbung in Theorie und Praxis von Buchegger, Reichmann, Anderle Verlag
Jugend & Volk, Schulbuch Nr. 110163