

Fach: **Theorie der Kommunikation**

	Lerninhalte			Querverweise zu anderen Fächern	Bezug zu fachspezifischen Kompetenzen	Bezug zu übergreifenden Kompetenzen	Methodisch-didaktische Hinweise
Fertigkeiten	Kenntnisse	3. Klasse	4. Klasse				
Den Auftrag verstehen und geeignete Kommunikationsstrategien mit klarem Bezug zur Zielgruppe anwenden	Verbale und nicht verbale Botschaften Werbestile und ihre Geschichte parallel zur technischen Entwicklung	<p><b>Die Kommunikation: Formen, Stile, Arten</b> Der Begriff „Kommunikation“ Bestandteile der Kommunikation Formen der Kommunikation: Interpersonale Kommunikation, Apersonale Kommunikation, Medienkommunikation Der Prozess der Kodifizierung und Dekodierung von Botschaften: Kommunikation als Prozess, Zeichen, Index, Ikon, Symbol, Kode, Syntax, Semantik, Pragmatik Verbale, paraverbale und nonverbale Kommunikation</p> <p><b>Erfolgreiche interpersonale Kommunikation</b> Kommunikationsstile Kommunikationskompetenz</p> <p><b>Die Rhetorik</b> Die Rhetorik der verbalen Kommunikation</p>	<p><b>Die Fähigkeit in einer Gruppe zu arbeiten</b> Gruppe und Gruppendynamik: Gruppe und Gruppendynamik</p> <p>Die erfolgreiche Gruppe: Die effiziente Arbeitsgruppe, Kommunikative Barrieren in einer Gruppe</p>	Alle Fächer	<p>c)</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können geeignete Kommunikationsmittel anwenden.</li> <li>• können verschiedene Kommunikationsstile unterscheiden.</li> <li>• erlangen Kompetenzen, die zu einer erfolgreichen und effizienten Kommunikation führen.</li> <li>• können Modelle der Kommunikation in der Analyse kommunikativer Prozesse erkennen und deren Regeln bewusst anwenden.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> </ol>	Input durch die Lehrperson, Gruppenarbeiten, Übungen, Fallbeispiele, Rollenspiele, selbstständige Recherche, Referate, Kommunikationsspiele
Nationale und internationale Werbekampagnen analysieren	Arten der visuellen und audiovisuellen Kommunikation Systeme und Modelle der Individual- und Massenkommunikation	<p><b>Modelle der Kommunikation</b></p> <p><b>Visuelle Kommunikation:</b> Visuelle Informationsverarbeitung,</p>	<p><b>Unternehmenskommunikation</b> Interne und externe Unternehmenskommunikation: Interne und externe Unternehmens-</p>	<p>Technologie der Produktionsprozesse</p> <p>Multimediale Entwürfe</p>	<p>b)</p> <p>c)</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler...</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.</li> <li>2.</li> <li>3.</li> <li>4.</li> <li>6.</li> </ol>	Input durch die Lehrperson, Gruppenarbeiten, Übungen, selbstständige Recherche,

		<p>Visualisierungen</p> <p><b>Musikalische Kommunikation</b></p> <p><b>Massenkommunikation</b> Modell der Massenkommunikation Sprache der Medien Mittel der Massenkommunikation und deren Auswirkungen</p>	kommunikation, Marketing	<p>Geschichte Deutsch Geschichte der Kunst und des Kommunikationsdesigns Fachspezifischer Praxisunterricht</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erkennt das Unternehmen als ein kommunikatives System.</li> <li>• erkennt und berücksichtigt Marktbedürfnisse.</li> </ul>		<p>Referate, Diskussion, Lösen von Aufgabestellungen, Reflexionen verfassen</p>
<p>Ein Werbemittel-Mix unter Berücksichtigung der Werbewirkung, der kohärenten Kommunikation, der Werbebotschaft, der technischen Umsetzbarkeit und der Interaktivität auswählen</p>	<p>Zusammenarbeit in der Print- und in der multimedialen Werbung</p>	<p><b>Wahrnehmung und Kommunikation</b> Die subjektive und selektive Wahrnehmung der Realität</p> <p>Informationsverarbeitung: Wahrnehmung nach Gestaltgesetzen, Subliminale Informationsverarbeitung</p>	<p><b>Werbekommunikation</b> Historische Entwicklung der Werbung: Geschichte der Werbung, die moderne Werbung und ihre Regeln (W. Bernbach)</p> <p>Werbekommunikation: Ziele der Werbung, Adressaten von Werbung, Werbeformen, Werbestrategien, die Werbebotschaft, Techniken der Werbung</p>	<p>Multimediale Entwürfe Technologie der Produktionsprozesse Geschichte der Kunst und des Kommunikationsdesigns Fachspezifischer Praxisunterricht Geschichte</p>	<p>a) b) c)</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können kreative und strategische Ideen entwickeln.</li> <li>• können Werbebotschaften interpretieren und die strategischen Entscheidungen entziffern.</li> <li>• können eine Werbebotschaft entwickeln.</li> </ul>	<p>1. 2. 3. 4. 5. 6.</p>	<p>Input durch die Lehrperson, Gruppenarbeiten, Recherche und Analyse von Beispielen, Übungen, Referate</p>
<p>Kommunikative Entscheidungen von Werbeprodukten in Hinblick auf die Zielsetzungen beurteilen</p>	<p>Innovative Technologien und neue Kommunikationsmodelle Evaluation von Werbewirkung</p>	<p><b>Verkaufpsychologie</b></p> <p><b>Emotionen und Motivation</b></p> <p><b>Verkaufstechniken:</b> Manipulationsstrategien, Einstellungsänderung</p>		<p>Multimediale Entwürfe</p>	<p>a) c)</p> <p><b>Kompetenzen</b></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler...</p>	<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>	<p>Input durch die Lehrperson, Gruppenarbeiten, Recherche, Rollenspiele, eigenständiges Lösen von Aufgaben</p>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>• können Emotionen und Motivationen von Zielgruppen analysieren.</li> <li>• können die Bedeutung von Emotionen und Motivation in der Werbung erkennen.</li> <li>• erkennen Manipulationsstrategien der Werbung.</li> </ul>		
--	--	--	--	--	---	--	--

**Übergreifende Kompetenzen:**

1. Lern- und Planungskompetenz
2. Kommunikations- und Kooperationskompetenz
3. Vernetztes Denken und Problemlösungskompetenz
4. Soziale Kompetenz und Bürgerkompetenz
5. Informations- und Medienkompetenz
6. Kulturelle Kompetenz und Interkulturelle Kompetenz

**Fachkompetenzen**

Die Schülerin, der Schüler kann

- a) die passende Sprache für Werbebotschaften mit jeweils sozialem, kulturellem, wissenschaftlichem, wirtschaftlichem und technologischem Informationsgehalt anwenden.
- b) Kommunikationsmittel im visuellen und multimedialen Bereich anwenden und entwickeln und kommunikative Inhalte mit den technischen Mitteln der Netzwerkkommunikation benützen.
- c) Die geeigneten Kommunikationsmittel anwenden.