

I. Inhalte und inhaltsbezogene Festlegungen

Themen & Inhalte	Konkretisierung	Zeit	Außerschul. Lernorte Materialhinweise	Fachübergreifende Absprachen	Übergreifende Themen (RLP; Teil B)	Kompetenzentwicklung
<p>Das Network For Teaching Entrepreneurship (NFTE) umfasst zwei Wochenstunden und greift rahmenlehrplanbezogene Themen und Inhalte der neunten und zehnten Jahrgangsstufe auf.</p> <p>Das Programm zielt darauf ab, eine eigene Geschäftsidee für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu erarbeiten und in Form eines Business-Plans vor einer regionalen Wirtschaftsjury zu präsentieren.</p> <p>Neben der Vermittlung unternehmerischen Denkens und Handelns für künftige Fach- und Führungskräfte intendiert NFTE die Sensibilisierung für Nachhaltigkeit und soziales Handeln. Außerdem werden neben ökonomischen Zusammenhängen und Fachtermini vor allem auch sogenannte Soft Skills ausgebildet. Dazu gehören persönliche, soziale und methodische Kompetenzen.</p>			<ul style="list-style-type: none"> - NFTE-Buch „Von der Idee zum Ziel“ - Materialien des NFTE Deutschland e.V. - Entrepreneurship Summit Berlin - Lokale Start-Ups 	<ul style="list-style-type: none"> - Verbesserung des Umgangs mit Powerpoint (ITG 8) - Internetrecherche zur Produktentwicklung und Marktanalyse (D 7/8) - Interviews potenzieller Kunden (D 5/6) - Präsentation (D 7/8) 	Berufs- und Studienorientierung Nachhaltige Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> → Identifikation und sozialwissenschaftliche Analyse gesellschaftlicher Probleme → Entwicklung eigener, an fachlichen Kriterien orientierter, Lösungsansätze

1. Halbjahr: Ökonomie - Jugendliche im Spannungsfeld eigener Möglichkeiten und wirtschaftlicher Interessen (Modul 3.5 des Rahmenlehrplans)

Kinder und Jugendliche als Wirtschaftsfaktor	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Warum wirtschaften wir? ➔ Knappheit, ökonomisches Prinzip, Homo oeconomicus ➔ Ökonomische Güter und Güterarten ➔ Bedürfnisse; Bedürfnispyramide Maslow ➔ Entscheidungen beim Konsum, Jugend und Konsum ➔ Budgetplanung im Haushalt ➔ Werbung und Werbestrategien als Grundlage des Wirtschaftens ➔ Marketingmix: 4 P's ➔ Schwerpunkt Promotion (eigene Werbung erstellen) 		<ul style="list-style-type: none"> - Inselszenario - Buch „Wirtschaftslehre 9/10“ S. 7-14 - NFTE-Buch „Von der Idee zum Ziel“ Kap. 12, 13 - GA Klippert Güterarten - Buch „Wirtschaftslehre 9/10“ S. 15-19 - Buch „Wirtschaft und Recht 1“ S. 19-22, 27 - wigy- Marketing-Mix - Lokale Werbeagentur 	<ul style="list-style-type: none"> - ggf. Armut und Reichtum (Ethik 7/8 und Geo 7/8) - ggf. Rolle der Arbeit (Ethik 9/10) 	Verbraucherbildung	<ul style="list-style-type: none"> → Vermittlung von Grundkenntnissen der ökonomischen Theoriebildung → Konstruieren von Wirkungsketten → Abwägung von Konsum- und Sparentscheidungen mit Blick auf eigene Bedürfnisse und auf sie einwirkende Einflüsse
---	---	--	--	---	---------------------------	---

Nachhaltiger Konsum	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Nachhaltigkeit: Begriff; weltweite Probleme (Interdependenz) ➔ Ressourcenallokation: Umweltzerstörung, Ökobilanz, ökologischer Fußabdruck, Produktlebenszyklen / Obsoleszenz ➔ nachhaltig arbeitende Unternehmen ➔ evtl. Vertiefung: Wirtschaftswachstum ➔ evtl. Vertiefung: Siegelwirksamkeit 		<ul style="list-style-type: none"> - Buch „Wirtschaft und Recht 1“ S. 23-26 - Film: Reise einer Dorade - Film: Die Glühbirne - Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena) - Alba - Upcycling-Events 	<ul style="list-style-type: none"> - Mensch und Natur (Ethik 9/10) - Armut und Reichtum (Geo 7/8) - Umgang mit Ressourcen (Geo 9/10) - Klimawandel und Klimaschutz (Geo 9/10) 	Verbraucherbildung Lernen in globalen Zusammenhängen	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Lesen, interpretieren und erstellen Berichte und Statistiken und fassen diese zusammen ➔ multiperspektive Wahrnehmung der Umwelt ➔ Beurteilung gesellschaftlicher, politischer und ökonomischer Sachverhalte nach eigenen und fremden Maßstäben
---------------------	--	--	--	---	---	---

2. Halbjahr: Soziologie - Leben in der medialen Welt (Modul 3.3 des Rahmenlehrplans)

Rolle und Aufgabe der Medien	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Nachrichten verstehen und analysieren ➔ Entstehung von Nachrichten ➔ Produktion einer Radiosendung oder eines Films, eines Youtube-Videos oder eines Influencer-Blogbeitrags 		<ul style="list-style-type: none"> - Buch „Wirtschaft und Recht 1“ S. 80-98 - Deutsches Technikmuseum; - DATA Run; - Medieninformationszentrum Potsdam 	Medienethik (Ethik 7/8)	Kulturelle Bildung	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Bewertung der Qualität und Aussagekraft von Quellen ➔ Herausarbeiten typischer Merkmale von Medienformaten ➔ Reflektion eigener Wertvorstellungen
Medien als Sozialisationsinstanz	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Soziologie und Sozialisationsfaktoren allgemein: Phasen der Sozialisation; Identität und soziale Rolle; ggf. Individualisierung: Identitätsbildung in einer sich wandelnden Gesellschaft: (Ulrich Beck) ➔ Medien als Sozialisationsinstanz allg. ➔ Selbstdarstellung im Netz: Peergroups, Klassencharts, Cybermobbing, rechtliche Aspekte ➔ Kritische Auseinandersetzung mit 		<ul style="list-style-type: none"> - Animationsfilm:- Sozialisationsinstanzen bpb; - ggf. Ausschnitt Sophies Welt „Wer bin ich...“ - ggf. Zwillingsforschung - Museum für Kommunikation; 		Gleichstellung und Gleichberechtigung der Geschlechter	<ul style="list-style-type: none"> ➔ gezielte Fragen an sozialwissenschaftlichen Forschungsgegenstand ➔ Untersuchung und Bewertung des Einflusses von Medien auf Wahrnehmung, Wertvorstellungen und Verhaltensweisen ➔ Reflektion der Einflüsse von

	<p>Rollenzuschreibungen: z.B. männlich/weiblich, Rassismus, Gewalt, Sexualität, Familienbilder.</p> <p>→ Analyse von Rollenkliches in Werbespots</p>				Medienangeboten auf Alltag und Persönlichkeitsentwicklung
Wandel der Medien und der Gesellschaft	<p>→ Digitale Revolution</p> <p>→ Strukturwandel durch Medien</p> <p>→ Medienkonvergenz und –gebrauch, medial vermittelte und reale Welt, fiktionale und nicht-fiktionale Medienformate</p>	<p>Buch „Wirtschaft und Recht 2“ S. 33-39</p> <p>- Materialien Raabe I.7 Arbeit der Zukunft</p> <p>- ggf. Chomskys Nachrichtenfilter</p>		Kulturelle Bildung Demokratiebildung	→ Bewertung sozialwissenschaftlicher Sachverhalte hinsichtlich der gegenwärtigen und zukünftigen Bedeutsamkeit

II. Jahrgangsbezogene Festlegungen

Sprachbildung (RLP; Teil B)	Medienbildung (RLP; Teil B)
<p>In beiden Jahrgangsstufen werden alle vier Kompetenzbereiche der Interaktion, Sprachbewusstheit, Rezeption und Produktion trainiert.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler erwerben grundlegende ökonomische Sprachkenntnisse im Kontext der Erarbeitung eines Business Plans, konkret u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - des unternehmerischen Denkens und Handelns (Entrepreneurship) - der Marktanalyse - des Marketingmix (4 P's) - der Gewinn- und Verlustrechnung. <p>Weitere Fachtermini werden im Kontext der betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Grundlagenbildung vermittelt.</p> <p>Im Rahmen sozialwissenschaftlicher Forschungsgegenstände (z.B. u.a. Interviews, Fragebögen, Statistiken) und Analysetechniken erwerben die Schülerinnen und Schüler quantitative und qualitative Problemlösestrategien.</p> <p>Präsentationstechniken werden im Zuge der Projekte NFTE und Junior trainiert und angewandt.</p>	<p>In beiden Jahrgangsstufen werden alle sechs Kompetenzbereiche - Informieren, Kommunizieren, Präsentieren, Produzieren, Reflektieren und Analysieren trainiert.</p> <p>Durch die Einbindung des NFTE-Programms werden insbesondere medienspezifische Gestaltungsprinzipien und die Durchführung einer Präsentation (Präsentieren) sowie der Adressatenbezug (Kommunizieren) geübt.</p> <p>Die Soziologischen Themenbereiche schulen zudem die Reflektion des eigenen Mediengebrauchs (Reflektieren) sowie Kriterien, Merkmale und Strukturen medialer Kommunikation und die Kommunikationsbedingungen in der Mediengesellschaft (Kommunizieren).</p> <p>Im Rahmen des Junior-Programms werden insbesondere die planvolle Gestaltung, die Herstellung und die Veröffentlichung von Medienprodukten (Produktion) trainiert.</p> <p>Darüber hinaus wird der Adressatenbezug (Kommunizieren), Suchstrategien, Informationsverarbeitung (Informieren), die Bedeutung und Wirkung von Medienangeboten (Analyse) sowie die Wirkung der Medien in Politik und Gesellschaft (Reflektieren) geschult.</p>

Bei den projekt- und rahmenlehrplanbezogenen Recherchen trainieren die Schülerinnen und Schüler das **Textverständnis** sowie die Anwendung von **Lesetechniken** und -**strategien** (Rezeption/Leseverstehen).

Das ökonomische **Sprachbewusstheit** wird im Verkaufsprozess, den anderen betrieblichen Funktionen sowie im Themenbereich Recht trainiert, insbesondere durch die konkrete Unterscheidung der Alltags-, Bildungs-, und Fachsprache.

Schadow-Gymnasium: Schulinternes Curriculum

Fach: Wirtschaft Klasse 10

I. Inhalte und inhaltsbezogene Festlegungen

Themen & Inhalte	Konkretisierung	Zeit	Außerschul. Lernorte Materialhinweise	Fachübergreifende Absprachen	Übergreifende Themen (RLP; Teil B)	Kompetenzentwicklung
<p>Das Juniorprogramm umfasst zwei Wochenstunden und greift rahmenlehrplanbezogene Themen und Inhalte der neunten und zehnten Jahrgangsstufe auf.</p> <p>Bei dem Programm geht es um die Gründung eines eigenen Schülerunternehmens zur Entwicklung und Vermarktung von Geschäftsideen. Dabei lernen die Schülerinnen und Schüler nicht nur unterschiedliche Geschäftsbereiche eines Unternehmens kennen, sondern entwickeln überdies ein Grundverständnis für unternehmerische Prozesse, Abhängigkeiten und Strukturen.</p> <p>Neben betriebswirtschaftlichen Kenntnissen, zielt Junior vor allem auch auf die Entwicklung von Schlüsselkompetenzen wie Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit. Durch die individuelle Arbeit in speziellen Geschäftsbereichen, ermöglicht es Junior den Teilnehmern, Begabungen und Stärken frühzeitig zu erkennen und weiterzuentwickeln.</p>			<p>Internetplattform des Juniorprojektes mit Materialien, Buchführung, Jahresabschluss u.a.</p>		<p>Verbraucherbildung Berufs- und Studienorientierung Diversity</p>	<p>→Erlangung ökonomischer Grundkenntnisse →Beurteilung ökonomischer Entscheidungen nach eigenen und fremden Maßstäben →Durchführung von planvollen Recherchen und Umfragen sowie unternehmerisches Handeln</p>

1. Halbjahr: Recht – Gesetze gelten auch für Jugendliche (Modul 3.6 des Rahmenlehrplans)						
Konsum und Recht	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Bedeutung und Abschluss von Verträgen ➔ Kaufvertrag & Sachmängel 		<ul style="list-style-type: none"> - Buch „Wirtschaft und Recht 1“ S. 80-98 		Verbraucherbildung	→nehmen Wirtschaft und Recht als menschliche Konstruktionen wahr
Jugend und Recht	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Überblick Öffentliches u. privates Recht ➔ Rechts-, Geschäfts- und Deliktfähigkeit ➔ Recht und Konsum: Verbraucherschutz, Jugendschutzgesetze, Urheber- und Markenrecht 		<ul style="list-style-type: none"> - Buch „Wirtschaftslehre 9/10“ S. 193-198 - Buch „Wirtschaft und Recht 1“ S. 108 - JVA; 		Demokratiebildung Verbraucherbildung	→Beurteilung von Institutionen wie Schuldnerberatung u.a. zur Durchsetzung eigener Interessen
Rechtsprechung	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Gerichtsbarkeiten und –verfahren allg. ➔ Recht und Unternehmen: Wettbewerbsrecht, Tarifrecht, betriebliche Mitbestimmung (Nicht: Rechtsformen!) ➔ Unternehmensethik ➔ Gerichtsbarkeiten: Firmen in Deutschland/ international ➔ ggf. Emissionsrecht 		<ul style="list-style-type: none"> - Buch „Wirtschaft und Recht 2“ S. 136-139 - Gerichtsverhandlung 	Konflikte und Konfliktlösungen (Wahlmodul Ge 9/10)	Demokratiebildung Europabildung	→Lösung von Textaufgaben und Sachverhalten zu rechtlichen Fragestellungen →Analysieren angeleitet mithilfe der Subsumtion rechtliche Sachverhalte

2. Halbjahr: Ökonomie – Markt und Geld – Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Modul 3.4 des Rahmenlehrplans)						
Markt und Marktmechanismus	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Aufgaben und Funktionen des Marktes 		<ul style="list-style-type: none"> Buch „Wirtschaft und Recht 2“ S. 48-65 	Armut und Reichtum und Industrialisierung (Ge 8)	Demokratiebildung	→Erlangung ökonomischer Grundkenntnisse
Wirtschaftskreislauf	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Preisbildung bei freiem Wettbewerb ➔ Vollkommener Markt als Modell ➔ Börse als vollkommener Markt: Börsenkurse, Analyse und Einflüsse ➔ Einfacher Wirtschaftskreislauf: Unternehmen und Haushalte am Markt ➔ Erweiterter Wirtschaftskreislauf 		<ul style="list-style-type: none"> - Buch „Wirtschaft und Recht 2“ S. 8-28 - Buch „Wirtschaftslehre 9/10“ S. 27-44 - Buch „Wirtschaft und Recht 2“ S. 72-73 	Wirtschaft und Handel (Wahlmodul Ge 9/10)	Verbraucherbildung Kulturelle Bildung	→Gezielte Beschaffung und kritische Verarbeitung von Informationen →Interpretation und Beurteilung von Modellen →Beurteilung der wirtschaftlichen Tätigkeit in ihrer Bedeutung für die

					menschliche Existenz
Geld und Zahlungsverkehr	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entwicklung des Geldes / Funktionen ➔ Grundbedarf eines Studenten (BAföG) ➔ Schuldenfalle/ Privatinsolvenz ➔ Banken; Sicherung des Geldwertes ➔ ggf. Vertiefung: Finanzkrise / Sicherungssysteme 		- Buch „Wirtschaftslehre 9/10“ S. 83-106		Verbraucherbildung → Wahrnehmung eigener Interessen in Wirtschaft und Gesellschaft in Abwägung zur sozialen Verantwortlichkeit

II. Jahrgangsbezogene Festlegungen

Sprachbildung (RLP; Teil B)	Medienbildung (RLP; Teil B)
In der Jahrgangsstufe werden alle vier Kompetenzbereiche der Interaktion, Sprachbewusstheit, Rezeption und Produktion trainiert. Durch die Einbindung des Junior-Programms, in dem Schülerfirmen von Teams von mindestens 8 Schülerinnen und Schülern gemeinsam gegründet und einen Wirtschaftszyklus lang betrieben werden, wird insbesondere trainiert, in Gesprächen auf Redebeiträge zu reagieren (Interaktion). Ebenso wird im Verkaufsprozess, den anderen betrieblichen Funktionen und im Themenbereich Recht trainiert, Wörter und Formulierungen der Alltags-, Bildungs- und Fachsprache zu unterscheiden (Sprachbewusstheit) und es werden Texte geschrieben sowie Vorträge gehalten (Produktion/Sprechen, Schreiben).	In der Jahrgangsstufe werden alle sechs Kompetenzbereiche - Informieren, Kommunizieren, Präsentieren, Produzieren, Reflektieren und Analysieren trainiert. Durch die Einbindung des Junior-Programms werden insbesondere die planvolle Gestaltung, Herstellung und Veröffentlichung von Medienprodukten (Produktion), der Adressatenbezug (Kommunizieren), aber auch bei den Recherchen Suchstrategien und Informationsverarbeitung (Informieren) sowie Bedeutung und Wirkung von Medienangeboten (Analyse) und die Wirkung der Medien in Politik und Gesellschaft (Reflektieren) geschult.