

**Lehrplan  
für das Berufskolleg  
in Nordrhein-Westfalen**

**Agrarmarketing**

**Bildungsgänge der Fachoberschule  
(Anlage C9 bis C11 und D29)**

ISBN 978-3-89314-897-4

Heft 40200

Herausgegeben vom  
Ministerium für Schule und Weiterbildung  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
Völklinger Straße 49, 40221 Düsseldorf

Copyright by Ritterbach Verlag GmbH, Frechen

Druck und Verlag: Ritterbach Verlag  
Rudolf-Diesel-Straße 5-7, 50226 Frechen  
Telefon (0 22 34) 18 66-0, Fax (0 22 34) 18 66 90  
[www.ritterbach.de](http://www.ritterbach.de)

1. Auflage 2007

**Auszug aus dem Amtsblatt  
des Ministeriums für Schule und Weiterbildung  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
Nr. 07/07**

**Berufskolleg;  
Bildungsgänge der Fachoberschule nach § 2 Abs. 1  
Anlage C 9 bis C 11 und § 2 Abs. 3 Anlage D 29  
der Verordnung über die Ausbildung und Prüfung in den Bildungsgängen des Berufskollegs (APO-BK);  
Richtlinien und Lehrpläne**

RdErl. d. Ministeriums für Schule und Weiterbildung  
v. 16. 6. 2007 – 612-6.08.01.13-3200

**Bezug:**

RdErl. des Ministeriums für Schule, Jugend und Kinder  
vom 24. 6. 2004 (ABI.NRW. 7/04 S.239)

Unter Mitwirkung erfahrener Lehrkräfte wurden die Richtlinie und die Lehrpläne für die Bildungsgänge Fachoberschule nach § 2 Abs. 1 Anlage C 9 bis C 11 und § 2 Abs. 3 Anlage D 29 APO-BK erarbeitet.

Die Richtlinie und die Lehrpläne für die in der **Anlage** aufgeführten Fächer werden hiernit gemäß § 29 Schulgesetz (BASS 1 – 1) mit Wirkung vom 1. 8. 2007 in Kraft gesetzt.

Die Veröffentlichung der Lehrpläne erfolgt in der Schriftreihe „Schule in NRW“.

Die Richtlinie und die Lehrpläne sind allen an der didaktischen Jahresplanung für den Bildungsgang Beteiligten zur Verfügung zu stellen und zusätzlich in der Schulbibliothek u. a. für die Mitwirkungsberechtigten zur Einsichtnahme bzw. zur Ausleihe verfügbar zu halten.

Die Erlasse vom

– 7.2.2000 - 634-36-0-3 Nr. 27/00 (n. v.)

– 22.5.2000 - 634-36-0-3 Nr. 113/00 (n. v.)

– 5.3.2001 - 634-36-0-3 Nr. 55/01 (n. v.)

– 6.6.2001 - 634-36-0-3 Nr. 118/01 (n. v.)

werden bezüglich der Regelungen für die Klasse 13 der Fachoberschule mit Wirkung vom 1. 8. 2007 aufgehoben. Der Erlass vom 17. 6. 2002 – 634-36-0-3-90/02 (n. v.) wird mit Wirkung vom 1. 8. 2007 aufgehoben. Die im Bezugserrlass aufgeführten Lehrpläne sowie die Richtlinie zur Erprobung, die von den nunmehr auf Dauer festgesetzten Richtlinie und Lehrplänen abgelöst werden, treten mit Wirkung vom 1. 8. 2007 außer Kraft.

**Anlage**

Fach	Heft-Nr.
1. Agrarmarketing	40200
2. Agrartechnologie	40201
3. Bauphysik	40100
4. Bauplanungstechnik	40101
5. Bautechnik	40102
6. Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen	40160
7. Biologie	40002
8. Biologietechnik	40150
9. Chemie	40003
10. Chemietechnik	40151
11. Datentechnik	40110
12. Datenverarbeitung	40004
13. Deutsch/Kommunikation bzw. Deutsch	40005
14. Druckgrafik	40190
15. Elektrotechnik	40111
16. Energietechnik	40112
17. Englisch	40006
18. Erziehungswissenschaft	40180
19. Französisch	40007
20. Freies und Konstruktives Zeichnen	40191
21. Gestaltungstechnik	40192
22. Gesundheitswissenschaften	40181
23. Grafik-Design	40193

24. Holztechnik	40103
25. Industrie-Design	40194
26. Informatik	40008
27. Informationstechnik	40009
28. Informationswirtschaft	40161
29. Konstruktions- und Fertigungstechnik	40120
30. Kunst/Kunstgeschichte	40195
31. Maschinenbautechnik	40121
32. Mathematik	40010
33. Mediengestaltung/Mediendesign	40196
34. Naturschutz und Landschaftspflege	40202
35. Ökologie	40203
36. Pädagogik	40182
37. Physik	40011
38. Physikalische Chemie	40152
39. Physiklechnik	40153
40. Politik/Gesellschaftslehre bzw. Gesellschaftslehre mit Geschichte	40012
41. Produktdesign	40197
42. Prozess- und Automatisierungstechnik	40113
43. Prüfwesen und Labortechnik	40130
44. Psychologie	40183
45. Schnitt-/Konstruktionstechnik	40131
46. Soziologie	40184
47. Spezielle Betriebswirtschaftslehre (Außenhandelsbetriebslehre)	40162
48. Textil- und Bekleidungstechnik, Profil Bekleidungstechnik	40132
49. Textil- und Bekleidungstechnik, Profil Textiltechnik	40133
50. Umweltschutztechnik	40154
51. Vermessungstechnik	40104
52. Volkswirtschaftslehre	40163
53. Werkstofftechnik	40122
54. Wirtschaftsinformatik	40164
55. Wirtschaftslehre	40013
56. Wirtschaftsrecht	40165
57. Richtlinien für die Bildungsgänge der Fachoberschule Klassen 11, 12 und 13	40001



# Struktur der curricularen Vorgaben für die Bildungsgänge der Fachoberschule

## Richtlinie

Die Richtlinie enthält grundsätzliche Informationen und Vorgaben zu den Bildungsgängen der Fachoberschule, zu Aufgaben und Zielen, zu Organisationsformen, Fachrichtungen und Lernbereichen und zu den Prüfungen. Hier finden sich auch die Stundentafeln.

Die Richtlinie gilt **für alle Fächer** und Fachrichtungen und wird durch die einzelnen Lehrpläne konkretisiert und ergänzt.

## Lehrpläne

**Für jedes Fach** existiert ein Lehrplan. Er enthält verbindliche Vorgaben und Hinweise zu den Unterrichtsinhalten und ggf. zu den Prüfungen in diesem Fach.

Daneben enthält der Lehrplan noch bis zu zwei exemplarische Unterrichtssequenzen für häufig vertretene Fachrichtungen.

## Exemplarische Unterrichtssequenzen

Die exemplarischen Unterrichtssequenzen stellen in Tabellenform **mögliche** unterrichtliche Ausgestaltungen des jeweiligen Faches für ausgewählte Fachrichtungen vor.

# **Inhalt**

	Seite	
<b>1</b>	<b>Vorbemerkungen</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Jahrgangsstufe 11</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>Curriculare Hinweise für die Jahrgangsstufe 12</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Curriculare Hinweise für die Jahrgangsstufe 13</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Exemplarische Unterrichtssequenzen für die Jahrgangsstufen 12 und 13</b>	<b>13</b>



# 1 Vorbemerkungen

Der Unterricht im Fach Agrarmarketing soll in enger Abstimmung mit den übrigen Fächern des berufsbezogenen Lernbereichs erfolgen. Dabei wird die Ausweisung als selbstständiges Fach des fachlichen Schwerpunktes der zunehmenden Bedeutung des Verständnisses grundlegender Zusammenhänge des marktwirtschaftlichen Geschehens in einem marktwirtschaftlich orientierten Gesellschaftssystem gerecht.

Die ausgewählten Handlungs- und Lernbereiche sollen die Zusammenarbeit mit Fächern aller Lernbereiche ermöglichen und die Arbeitsweise des modernen Agrarbusiness vermitteln. Zur besseren Praxis- und Handlungsorientierung sind Bezüge zu ausgesuchten Märkten und Unternehmen bzw. Produkten geeignet, die in fächerübergreifenden Projekten bearbeitet werden.

## **2 Jahrgangsstufe 11**

In der Jahrgangsstufe 11 ist das Fach Agrarmarketing durch Festlegung der Bildungsgangkonferenz als weiteres Fach des fachlichen Schwerpunktes möglich.

Die Inhalte des Faches werden bestimmt durch die gemeinsamen Vorkenntnisse. Es sollte darauf aufbauend der Themenbereich „Volkswirtschaftliche Grundlagen“ mit den aufgeführten Themen behandelt werden:

- Problemstellungen in der Volkswirtschaft
- Grundlagen des Wirtschaftskreislaufes
- Lenkungsmechanismen im Wirtschaftskreislauf
- Bedeutung des Geldes im Wirtschaftskreislauf.

### **3 Curriculare Hinweise für die Jahrgangsstufe 12**

Im Fach Agrarmarketing sollen die Lernenden unter Berücksichtigung der KMK-Standards für die Zuerkennung der Fachhochschulreife ausgehend von fachrichtungsbezogenen Problemstellungen grundlegende Fach- und Methodenkompetenzen im Bereich des Agrarmarketings erwerben.

Es wird empfohlen, das Fach einjährig entweder in der Jahrgangsstufe 12 oder 13 zu unterrichten.

Die Schülerinnen und Schüler sollen

- in grundlegende Arbeits- und Denkweisen der Volkswirtschaft Einblick gewinnen und sie auf das Agrarmarketing übertragen können
- befähigt werden, marktwirtschaftliche Aufgabenstellungen zu erfassen, klar darzustellen und geeignete Methoden zu ihrer Lösung anzuwenden
- ihre vorwiegend in Teamarbeit und Projekten erarbeiteten Ergebnisse begründen, darstellen, interpretieren und bewerten können.

Folgende Themenbereiche sind für die Jahrgangsstufe 12 verbindlich zu bearbeiten:

- Marketingforschung
- Marketingkonzepte und –strategien
- Marketinginstrumente
- Marketingmix
- Marketingkontrolle
- Angewandtes Marketing im Produktionsbereich pflanzliche Erzeugung.

Darüber hinaus ist mindestens ein weiterer Themenbereich festzulegen, wie beispielsweise

- Marketingkonzepte und –strategien
  - Angewandtes Marketing im Produktionsbereich tierische Erzeugung
- oder ein anderer von der Bildungsgangkonferenz festgelegter Themenbereich.

Zu Beginn der Jahrgangsstufe sind die Vorkenntnisse der Lernenden zu klären und zu berücksichtigen. Die aufgeführten Themenbereiche haben zahlreiche Bezüge zu den Fächern des berufsbezogenen (Wirtschaftslehre, Informatik) und berufsübergreifenden (Kommunikation) Bereichs.

Marktwirtschaftliche Handlungskompetenz lässt sich nur durch Integration anderer Fächer des Bildungsganges erwerben. Daher wird in der Bildungsgangkonferenz die fächerübergreifende Kooperation abgestimmt, vorbereitet, begleitet und ausgewertet. Eine zeitliche Synchronisation der Themenbereiche mit Unterrichtsschwerpunkten und Projekten der kooperierenden Fächer ist anzustreben.

Die Bildungsgangkonferenz kann weitere Themenbereiche oder Schwerpunkte festlegen.

## **4 Curriculare Hinweise für die Jahrgangsstufe 13**

Falls das Fach nicht in der Jahrgangsstufe 12 unterrichtet wurde, gelten die für die Jahrgangsstufe 12 gegebenen Hinweise entsprechend für die Jahrgangsstufe 13.

## 5 Exemplarische Unterrichtssequenzen für die Jahrgangsstufen 12 und 13

<b>Jahrgangsstufe 12.1: Exemplarische Unterrichtssequenz für das Fach Agrarmarketing in der Fachrichtung Agrarwirtschaft</b>	
<b>Themenbereiche</b>	<b>Hinweise/Bemerkungen</b>
Themen/Inhalte	(Anwendungsmodelle, fächerübergreifende Bezüge, Lernaufgaben, Projekte etc.)
<b>Marketingforschung</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Preismeldung Markttransparenz               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Preiserhebung</li> <li>– Preisberichterstattung</li> <li>– moderne Informationssysteme</li> <li>– Auktionen</li> <li>– Börsen</li> <li>– Großmärkte</li> </ul> </li> <li>● Informationsbeschaffung und Datengewinnung               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Primärdatengewinnung</li> <li>– Sekundärdatengewinnung</li> </ul> </li> <li>● Informationsauswertung               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Analysen und Prognosen</li> </ul> </li> </ul>	<p>Eigene Erfahrungen analysieren, Informatik: Internetnutzung</p> <p>Möglichkeiten und Grenzen der Transparenzerzielung</p> <p>Fragebogen erstellen Informatik, Mathematik: Methodik der Umfrage und Datenverarbeitung</p> <p>Mathematik: Wahrscheinlichkeitsrechnung</p>
<b>Marketingkonzepte und –strategien</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Produktionskonzept</li> <li>● Verkaufskonzept</li> <li>● Marketingkonzept</li> <li>● Preis-Mengen-Strategie</li> <li>● Qualitätsstrategie</li> <li>● Kooperationsstrategie</li> <li>● Marktsegmentierungsstrategie</li> <li>● Diversifikationsstrategie</li> </ul>	

<b>Jahrgangsstufe 12.2: Exemplarische Unterrichtssequenz für das Fach Agrarmarketing in der Fachrichtung Agrarwirtschaft</b>	
<b>Themenbereiche</b>	<b>Hinweise/Bemerkungen</b>
Themen/Inhalte	(Anwendungsmodelle, fächerübergreifende Bezüge, Lernaufgaben, Projekte etc.)
<b>Marketinginstrumente</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Produktpolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Produktgestaltung</li> <li>– Produktionsprogramme</li> </ul> </li> <li>● Preispolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Preisbildung bei verschiedenen Marktformen</li> <li>– Preisbewegung auf Agrarmärkten</li> <li>– Möglichkeiten aktiver Preispolitik</li> </ul> </li> <li>● Distributionspolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Absatzwege</li> <li>– Verkaufsorganisation</li> <li>– Logistik</li> </ul> </li> <li>● Kommunikationspolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Werbung</li> <li>– Verkaufsförderung</li> <li>– Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Marketingmix</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Zusammenführung der Marketinginstrumente innerhalb der Marketingstrategien</li> </ul> <p><b>Marketingkontrolle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kontrollgrößen</li> <li>● Ist-Werte</li> <li>● Soll-Ist-Vergleich</li> <li>● Abweichungsanalyse</li> <li>● Abgeleitete Maßnahmen</li> <li>● Kontrollgrößenfortschreibung</li> </ul>	<p>Produktpolitik für Produkte des fachlichen Schwerpunktes beispielhaft aufzeigen</p> <p>Mathematik, Wirtschaftslehre: Gleichgewichtspreis, Marktformen Marktbeobachtung durch Schüler Kontakt zu Unternehmen</p> <p>Distributionseignung einzelner Produkte des Fachbereiches ermitteln</p> <p>Deutsch/Kommunikation: Kommunikationsmodelle</p>
<b>Angewandtes Marketing im Produktbereich pflanzliche Erzeugung (Technologie/Pflanzenbau)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Produkt Gemüse/Getreide</li> <li>● Besonderheiten der Nachfrage nach Gemüse/Getreide</li> <li>● Informationsbeschaffung</li> <li>● Preispolitik bei Gemüse</li> </ul>	<p>Wirtschaftslehre</p> <p>Informatik</p> <p>Marktbeobachtung</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Produktpolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Arten</li> <li>– Qualitäten</li> <li>– Formen der Produktion</li> <li>– Ökonomie</li> </ul> </li> <li>● Distributionspolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Besonderheiten der Absatzwege</li> </ul> </li> <li>● Verkaufsförderung, Werbung <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ziele und Zielgruppen</li> <li>– Mittel und Inhalte der Verkaufsförderung</li> </ul> </li> <li>● Anwendung des Marketings für Gemüse</li> </ul>	<p>Technologie, Pflanzenbau Wirtschaftslehre, Informatik DB-Rechnung</p> <p>Wirtschaftslehre: Fachbegriffe im Produktbereich Kommunikation</p> <p>Projekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Informationsbeschaffung</li> <li>● Kontakte z. Handel</li> <li>● Anbauplanung</li> <li>● Produktionstechnik</li> <li>● Absatzplanung</li> <li>● Werbekonzept</li> <li>● Auswertung</li> </ul>
<b>Angewandtes Marketing im Produktionsbereich tierische Erzeugung (Technologie)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Produkt Schweinefleisch <ul style="list-style-type: none"> <li>– Besonderheiten der Nachfrage</li> <li>– Informationsbeschaffung</li> </ul> </li> </ul>	<p>Wirtschaftslehre Informatik</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Preispolitik bei Schweinefleisch</li> </ul>	<p>Markt- und Preisberichte in der Fachpresse</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Produktpolitik <ul style="list-style-type: none"> <li>– Qualität</li> <li>– Handelsklassen</li> <li>– Abrechnungsmodalitäten</li> <li>– Verpackung</li> <li>– Kennzeichnung</li> </ul> </li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ökonomie <ul style="list-style-type: none"> <li>– Distributionspolitik</li> <li>– Besonderheiten beim Absatz</li> <li>– Verkaufsförderung, Werbung, Ziele, Zielgruppen</li> <li>– Kontrolle</li> </ul> </li> </ul>	<p>Wirtschaftslehre: Deckungsbeitragsrechnung  Kommunikation</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Anwendung des Marketings für Schweinefleisch</li> </ul>	<p>Projekt: Direktvermarktung von Schweinefleisch</p>