

**Richtlinien und vorläufiger Bildungsplan
für das Berufskolleg
in Nordrhein-Westfalen**

**Fachschule für Gestaltung
Fachrichtung Werbe- und Mediendesign**

Herausgegeben vom Ministerium für Schule und Bildung

des Landes Nordrhein-Westfalen

Völklinger Straße 49, 40221 Düsseldorf

2025

**Auszug aus dem Amtsblatt des Ministeriums für Schule und Bildung
des Landes Nordrhein-Westfalen
Nr. 08/25**

**Zweijähriger Bildungsgang der Fachschule mit mindestens 2.400 Unterrichtsstunden
Fachbereich Gestaltung
Fachrichtung Werbe- und Mediendesign
Vorläufiger Bildungsplan**

Runderlass des Ministeriums für Schule und Bildung
vom 28.02.2025 – 311 – 2025 – 311 – 2025-02-0001216

1. Unter Mitwirkung der Oberen Schulaufsicht wurde der vorläufige Bildungsplan mit einer kompetenzorientierten Ausrichtung fertiggestellt.

Für die in der Anlage E der Ausbildungs- und Prüfungsordnung Berufskolleg – APO-BK aufgeführten Bildungsgänge der Fachschule wird hiermit der vorläufige Bildungsplan gemäß § 6 in Verbindung mit § 29 Schulgesetz (BASS 1-1) festgesetzt.

Der vorläufige Bildungsplan wird auf der Internetseite www.berufsbildung.nrw.de veröffentlicht.

2. Am 1. August 2025 tritt folgender vorläufiger Bildungsplan für den *Fachbereich Gestaltung, Fachrichtung, Werbe- und Mediendesign* in Kraft:

Fachbereich Gestaltung
Fachrichtung Werbe- und Mediendesign
Bildungsplan

Inhalt	Seite
1 Bildungsgänge der Fachschule.....	5
1.1 Intention der Bildungsgänge	5
1.2 Organisatorische Struktur	6
1.3 Didaktische Konzeption.....	6
1.4 Hinweise zum Erwerb der bundesweiten Fachhochschulreife	9
2 Fachschule für Gestaltung – Fachrichtung Werbe- und Mediendesign	14
2.1 Berufsbild und Ausbildungsziel.....	14
2.2 Stundentafel	16
2.3 Fachrichtungsübergreifender Lernbereich	17
2.4 Differenzierungsbereich.....	17
2.5 Lernfelder.....	18
2.5.1 Übersicht der Lernfelder	18
2.5.2 Zuordnung der Lernfelder zu den Fächern	18
2.5.3 Beschreibung der Lernfelder.....	19

1 Bildungsgänge der Fachschule

1.1 Intention der Bildungsgänge

Fachschulen sind Einrichtungen der beruflichen Weiterbildung

Fachschulen bauen auf der beruflichen Erstausbildung und Berufserfahrungen (postsekundäre Ausbildung) auf: Sie bieten in Vollzeit- oder Teilzeitform (berufsbegleitend) eine berufliche Weiterbildung mit einem staatlich zertifizierten Berufsabschluss. Fachschulen entwickeln sich entsprechend den wachsenden Qualifikationsanforderungen weiter. Sie vertiefen und erweitern die Fach- und Allgemeinbildung auf wissenschaftspropädeutischer Grundlage und ermöglichen damit den Erwerb allgemeinbildender Abschlüsse.

Fachschulen qualifizieren zur Übernahme erweiterter Verantwortung und Führungstätigkeit

Fachschulen vermitteln erweiterte berufliche Fähigkeiten und Kenntnisse für Fachkräfte in der beruflichen Praxis.

Studierende qualifizieren sich für übergreifende oder spezielle Aufgaben koordinierender, gestaltender, anleitender oder pädagogischer Art. Gelernt wird, komplexe Arbeiten selbstständig zu bewältigen, Entscheidungen zu treffen, ihre Umsetzung zu planen, sie durchzuführen und zu reflektieren, verantwortlich in aufgaben- und projektbezogenen Teams tätig zu werden, Führungsaufgaben in definierten Funktionsbereichen zu übernehmen.

Die erweiterte berufliche Handlungskompetenz, die an Fachschulen erworben wird, entfaltet sich in den Dimensionen Fachkompetenz, Personal- und Sozialkompetenz sowie Methodenkompetenz.

- Durch Fachkompetenz werden die Studierenden befähigt, berufliche Aufgaben selbstständig, sachgerecht und methodengeleitet zu bearbeiten und die Ergebnisse zu beurteilen.
- Personal- und Sozialkompetenz zeigt sich in der Fähigkeit, in gesellschaftlichen wie beruflichen Situationen verantwortungsvoll zu handeln. Insbesondere im Hinblick auf Teamarbeit bedeutet dies im beruflichen Kontext die Fähigkeit zur Gestaltung von Kommunikationsprozessen. Die Selbstständigkeit als Teil der Personalkompetenz zeigt sich auch in der Fähigkeit zum lebenslangen Lernen und in der Eigenschaft sich an Veränderungen anzupassen.
- Die Methodenkompetenz ermöglicht zielgerichtetes, planmäßiges Vorgehen bei der Bearbeitung komplexer Aufgaben. Planungsverfahren, Arbeitstechniken und Lösungsstrategien sollen zur Bewältigung von Aufgaben und Problemen selbstständig ausgewählt, angewandt und weiterentwickelt werden.

Zu einer umfassenden Handlungskompetenz gehört auch die Sensibilisierung für die Wirkungen tradiert männlicher und weiblicher Rollenprägungen und die Entwicklung alternativer Verhaltensweisen zur Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern (Gender Mainstreaming).

Die in diesem Bildungsgang vermittelten Kompetenzen werden nach dem Deutschen Qualifikationsrahmen für Lebenslanges Lernen der Niveaustufe 6 zugeordnet.

Fachschulen orientieren sich an den aktuellen Qualifikationsanforderungen der Arbeitswelt

Unsere Arbeitswelt ist in den Produktions-, Verwaltungs- und Dienstleistungsbereichen von Wandlungen und Umbrüchen in den Produktions-, Verwaltungs- und Dienstleistungsbereichen geprägt. Berufliche Anforderungen und Berufsbilder ändern sich entsprechend. Fachschulen müssen rasch und flexibel auf neue Qualifikationsanforderungen reagieren können. Das wird durch curriculare Grundlagen ermöglicht, die den Unterricht an der Bearbeitung beruflicher Aufgaben orientieren. Sie bieten darüber hinaus Zusatzqualifikationen in Aufbaubildungsgängen an.

Fachschulen vermitteln Studierfähigkeit

Der Abschluss eines mindestens zweijährigen Fachschulbildungsgangs ermöglicht den zusätzlichen Erwerb einer durch Vereinbarung der Kultusministerkonferenz bundesweit anerkannten Fachhochschulreife. Damit werden gute Grundlagen für ein erfolgreiches Fachhochschulstudium gelegt.

Fachschulen qualifizieren zur beruflichen Selbstständigkeit

Der Abschluss der Fachschule befähigt zur beruflichen Selbstständigkeit und ist z. B. anerkannt als Voraussetzung für die Eintragung in die Handwerksrolle.

(Beschluss des „Bund-Länder-Ausschusses Handwerksrecht“ zum Vollzug der Handwerksordnung vom 21. November 2000 und der Änderung der Verordnung über die Anerkennung von Prüfungen bei der Eintragung in die Handwerksrolle und bei der Meisterprüfung im Handwerk vom 2. November 1982, § 1)

1.2 Organisatorische Struktur

Die Fachschulen sind in Fachrichtungen und Schwerpunkte gegliedert. Der Pflichtunterricht für die Studierenden beträgt in einjährigen 1200, in zweijährigen 2400 und in dreijährigen Bildungsgängen 3600 Unterrichtsstunden. Die Stundentafel ist nach Lernbereichen und Fächern gegliedert. Sie umfasst den fachrichtungsübergreifenden, den fachrichtungsbezogenen Lernbereich mit der Projektarbeit und den Differenzierungsbereich. Diese sind aufeinander abzustimmen.

Für Absolventinnen und Absolventen der Fachschule können Aufbaubildungsgänge eingerichtet werden, die in der Regel 600 Unterrichtsstunden umfassen.

1.3 Didaktische Konzeption

Handlungsorientierung

Die Entwicklung einer umfassenden Handlungskompetenz erfordert die Orientierung des Unterrichts an der Bearbeitung beruflicher Aufgaben. In diesem Zusammenhang wird mit Handlungsorientierung das didaktische und lernorganisatorische Konzept für die Gestaltung des Unterrichts bezeichnet. Der Unterricht soll die Studierenden zunehmend in die Lage versetzen, die Verantwortung für ihren Lern- und Entwicklungsprozess zu übernehmen.

Handlungsorientierte Lernprozesse sind durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Den Ausgangspunkt des Lernens bildet eine berufliche Aufgabe, die zum Handeln auffordert.
- Die Handlung knüpft an die Erfahrungen der Lernenden an.
- Die Handlung wird von den Lernenden selbstständig geplant, durchgeführt, korrigiert und ausgewertet.
- Die Lernprozesse werden von sozialen und kooperativen Kommunikationsprozessen begleitet.
- Die Ergebnisse der Lernprozesse müssen hinsichtlich ihres Nutzens reflektiert werden.

Handlungsfelder

Handlungsfelder sind zusammengehörige Aufgabenkomplexe mit beruflichen sowie lebens- und gesellschaftsbedeutsamen Handlungssituationen, zu deren Bewältigung befähigt werden soll. Handlungsfelder sind mehrdimensional, indem sie berufliche, gesellschaftliche und individuelle Problemstellungen miteinander verknüpfen. Die Gewichtung der einzelnen Dimensionen kann dabei variieren.

Lernfelder

Lernfelder sind didaktisch begründete, schulisch aufbereitete Handlungsfelder. Sie fassen komplexe Aufgabenstellungen zusammen, deren unterrichtliche Bearbeitung in handlungsorientierten Lernsituationen erfolgt. Lernfelder sind durch Zielformulierungen im Sinne von Kompetenzbeschreibungen und durch Inhalte ausgelegt. Die Konkretisierung der Lernfelder durch Lernsituationen wird in Bildungsgangkonferenzen geleistet.

Lernfelder sind mit Zeitrichtwerten versehen.

Lernsituationen

Das Lernen in Lernfeldern wird über Lernsituationen organisiert und strukturiert. Lernsituationen sind didaktisch ausgewählte praxisrelevante Aufgaben. Sie werden durch die Bildungsgangkonferenz entwickelt und festgelegt. Die Bildungsgangkonferenz muss sicherstellen, dass durch die Gesamtheit der Lernsituationen die Intentionen des Lernfeldes insgesamt erfasst werden. Lernen in Lernsituationen ist handlungsorientiertes Lernen.

Fächer

Fächer sind landeseinheitlich inhaltlich-organisatorische Einheiten, die auf den Zeugnissen ausgewiesen und benotet werden. Sie sind mit zugeordneten Jahresstunden in den Stundentafeln für die Fachschulen festgelegt.

Inhalte, die aufgrund von KMK-Vereinbarungen ausgewiesen werden müssen, sind den Lernfeldern zugeordnet.

Von den Unterrichtsstunden des fachrichtungsübergreifenden und des fachrichtungsbezogenen Lernbereichs können unter Einbeziehung der in der Rahmenstundentafeln E1 bis E3 ausgewiesenen Projektarbeit bis zu 20 v. H., jedoch nicht mehr als 480 Unterrichtsstunden, als betreute und durch Lehrkräfte vor- und nachbereitete andere Lernformen (Selbstlernphasen) organisiert werden. (APO-BK Anlage E)

Selbstlernphasen fordern in besonderer Weise dazu auf, Verantwortung für Lernprozess und Kompetenzentwicklung zu übernehmen. Dies geschieht dadurch, dass die Lehrenden schrittweise die Verantwortung für die Organisation des Lernens an die Studierenden abgeben. Die Studierenden werden zunehmend in die Lage versetzt, das eigene Lernverhalten zu reflektieren, zu steuern, zu kontrollieren und zu entwickeln.

Damit verändert sich auch die Rolle der Lehrenden: Individuelle Lernprozesse sind zu beraten, zu begleiten und zu unterstützen. Kommunikationsstrukturen zwischen Lehrenden und Studierenden, die individuelle Lernzeiten, individuelle Lerntempi und das Lernen an anderen Orten in Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit berücksichtigen, sind zu entwickeln. Eine besondere Herausforderung für die Lehrenden ist die sinnvolle Verknüpfung von Präsenz- und Selbstlernphasen.

Die organisatorischen Regelungen zu den Selbstlernphasen trifft die Bildungsgangkonferenz. Sie stimmt die Selbstlernphasen mit der didaktischen Jahresplanung ab und entwickelt Kriterien zur Leistungsbewertung.

Die Inhalte der Selbstlernphasen werden aus dem Lehrplan abgeleitet und sind in Lernsituationen eingebettet. Dabei können sie mit zunehmendem Kompetenzgewinn umfangreicher und komplexer werden. Dies kann von der unterrichtsvorbereitenden Erarbeitung von Aufgaben über die Bearbeitung eines linear aufgebauten Lernprogramms bis zur völlig selbständigen Erarbeitung einer Lernsituation reichen. Methodisch sind hierbei Fallstudie oder Studienbrief ebenso möglich wie die Nutzung von Blended-Learning-Konzepten. Letztere tragen durch die Nutzung elektronischer Kommunikationsmittel zur zusätzlichen Kompetenzerweiterung im methodischen Bereich und bei der Lernorganisation in Einzel- oder Gruppenarbeit bei.

Der Lernerfolg fließt in die Leistungsbewertung ein. Dabei trägt die Form der Leistungsüberprüfung der Dauer, dem Umfang und der Komplexität der Selbstlernphase Rechnung. Die Benotung der Arbeitsergebnisse einer Selbstlernphase wird bei der Bewertung der Fächer berücksichtigt, denen das jeweilige Lernfeld zugeordnet ist. Bei einer Gruppenarbeit ist darauf zu achten, dass die Arbeitsergebnisse den einzelnen Studierenden zugeordnet werden können.

Projektarbeit

Die Projektarbeit hat aufgrund ihres Stellenwertes in der Stundentafel den Status eines Faches und wird auf dem Zeugnis unter Angabe des Themas bzw. der Themen mit einer Note ausgewiesen. Die unterrichtliche Umsetzung erfolgt in der zweiten Hälfte des Bildungsgangs in der Regel zeitlich zusammenhängend (geblockt). In der Vollzeitform findet während der Projektarbeit kein weiterer Unterricht statt.

Die Projektarbeit liefert den lernorganisatorischen Rahmen, in dem, losgelöst von Zuordnungen zu anderen Fächern oder Lernfeldern, erworbene Kompetenzen bei der Durchführung eines umfassenden berufsrelevanten Projektes angewandt und weiterentwickelt werden können. Dies gilt in besonderem Maße für die im Rahmen von Selbstlernphasen erworbenen Kompetenzen.

Für die Projektarbeit werden keine inhaltlichen Vorgaben gemacht. Die Themen der Projekte können durch die Arbeitsgruppen selbst gewählt werden. Dabei stehen die Lehrenden beratend zur Seite, um zu gewährleisten, dass die Projekte sowohl realisierbar sind als auch dem der Kompetenzentwicklung entsprechenden Anforderungsniveau gerecht werden. Die Projekte werden in Arbeitsgruppen teamorientiert durchgeführt. Die Gestaltung und der Verlauf des Arbeitsprozesses ist neben der Erstellung und Präsentation eines Arbeitsproduktes als Ergebnis der Projektarbeit anzusehen.

Die Lehrenden haben während der Umsetzung des Projektes die Aufgabe, durch ihre moderierende und beratende Unterstützung adäquate Rahmenbedingungen zu schaffen.

In der Projektarbeit werden die Leistungen der einzelnen Studierenden bewertet. Dabei sind sowohl prozess- als auch situationsorientierte Formen der Lernerfolgsüberprüfung vorzusehen.

Bildungsgangarbeit

Die zentrale didaktische Arbeit wird in den Bildungsgangkonferenzen geleistet; hier finden die nach APO-BK notwendigen Festlegungen und Absprachen sowie die wesentlichen pädagogischen Beratungen und Abstimmungen zur Leistungsbewertung statt. Die Umsetzung der in den vorherigen Abschnitten beschriebenen didaktischen Konzeption erfolgt in einer didaktischen Jahresplanung durch die Bildungsgangkonferenz.

Die Bildungsgangkonferenz hat im Rahmen der Umsetzung des Lehrplans folgende Aufgaben:

- Konkretisierung der Lernfelder durch Lernsituationen, wobei zu beachten ist, dass die im Lehrplan enthaltenen Kompetenzbeschreibungen, Inhaltsangaben und Zeitrichtwerte verbindlich sind
- ggf. weitere Festlegung/Änderung der Zuordnung von FHR-Standards. Die FHR-Standards sind Bestandteil des Lehrplans
- Planung der Lernorganisation; ggf. unter Berücksichtigung von Selbstlernphasen
- Planung der Projektarbeit
- Leistungsbewertung
- Planung des Fachschulexamens
- Evaluation.

Die genannten Aufgaben sind in der didaktischen Jahresplanung zu dokumentieren.

KMK-FHR-Standards

Die im Beschluss der Kultusministerkonferenz festgelegten Standards (siehe 1.4) sind im Kapitel „2.7 Lernfelder“ unter "Beschreibung der Lernfelder" den Fächern bzw. den Inhalten zugeordnet, soweit diese nicht über die Fächer des fachrichtungsübergreifenden Lernbereichs abgedeckt werden. Für eine vereinfachte Darstellung der Zuordnung sind dort nur die Ziffern der Nummerierungen aufgenommen, die im folgenden Kapitel: „IV Standards“ festgelegt wurden.

1.4 Hinweise zum Erwerb der bundesweiten Fachhochschulreife

Vereinbarung über den Erwerb der Fachhochschulreife in beruflichen Bildungsgängen

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 05.06.1998 i. d. F. vom 09.03.2001)

I. Vorbemerkungen

Die Vereinbarung über den Erwerb der Fachhochschulreife in beruflichen Bildungsgängen geht davon aus, dass berufliche Bildungsgänge in Abhängigkeit von den jeweiligen Bildungszielen, -inhalten sowie ihrer Dauer Studierfähigkeit bewirken können.

Berufliche Bildungsgänge fördern fachpraktische und fachtheoretische Kenntnisse sowie Leistungsbereitschaft, Selbstständigkeit, Kooperationsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und

kreatives Problemlöseverhalten. Dabei werden auch die für ein Fachhochschulstudium erforderlichen Lern- und Arbeitstechniken vermittelt.

II. Voraussetzungen für den Erwerb der Fachhochschulreife nach dieser Vereinbarung

Die Fachhochschulreife nach dieser Vereinbarung kann erworben werden in Verbindung mit dem

[...]

– Abschluss einer Fachschule/Fachakademie.

Der Erwerb der Fachhochschulreife über einen beruflichen Bildungsgang setzt in diesem Bildungsgang den mittleren Bildungsabschluss voraus. Der Nachweis des mittleren Bildungsabschlusses muss vor dem Eintritt in die Abschlussprüfung erbracht werden.

Die Fachhochschulreife wird ausgesprochen, wenn in den einzelnen originären beruflichen Bildungsgängen die zeitlichen und inhaltlichen Rahmenvorgaben eingehalten werden. Außerdem muss die Erfüllung der in dieser Vereinbarung festgelegten inhaltlichen Standards über eine Prüfung (vgl. Ziff. V) nachgewiesen werden. Diese kann entweder in die originäre Abschlussprüfung integriert oder eine Zusatzprüfung sein.

[...]

III. Rahmenvorgaben

Folgende zeitliche Rahmenvorgaben müssen erfüllt werden:

- | | |
|--|-------------|
| 1. Sprachlicher Bereich | 240 Stunden |
| Davon müssen jeweils mindestens 80 Stunden auf Deutsch/Kommunikation und auf eine Fremdsprache entfallen. | |
| 2. Mathematisch-naturwissenschaftlich-technischer Bereich | 240 Stunden |
| 3. Gesellschaftswissenschaftlicher Bereich mindestens (einschließlich wirtschaftswissenschaftlicher Inhalte) | 80 Stunden |

Diese Stunden können jeweils auch im berufsbezogenen Lernbereich erfüllt werden, wenn es sich um entsprechende Unterrichtsangebote handelt, die in den Lehrplänen ausgewiesen sind. Die Schulaufsichtsbehörde legt für jeden Bildungsgang fest, wo die für die einzelnen Bereiche geforderten Leistungen zu erbringen sind.

IV. Standards

1. *Deutsch/Kommunikation*

Der Lernbereich „Mündlicher Sprachgebrauch“ vermittelt und festigt wesentliche Techniken situationsgerechten, erfolgreichen Kommunizierens in Alltag, Studium und Beruf.

Die Lernenden sollen die Fähigkeiten erwerben,

- 1.1 unterschiedliche Rede- und Gesprächsformen zu analysieren, sachgerechte und manipulierende Elemente der Rhetorik zu erkennen,
- 1.2 den eigenen Standpunkt in verschiedenen mündlichen Kommunikationssituationen zu vertreten,
- 1.3 Referate zu halten, dabei Techniken der Präsentation anzuwenden und sich einer anschließenden Diskussion zu stellen.

Im Lernbereich „Schriftlicher Sprachgebrauch“ stehen vor allem die Techniken der präzisen Informationswiedergabe und der schlüssigen Argumentation – auch im Zusammenhang mit beruflichen Erfordernissen und Anforderungen des Studiums – im Mittelpunkt.

Die Lernenden sollen die Fähigkeit erwerben,

- 1.4 komplexe Sachtexte über politische, kulturelle, wirtschaftliche, soziale und berufsbezogene Themen zu analysieren (geraffte Wiedergabe des Inhalts, Analyse der Struktur und wesentlicher sprachlicher Mittel, Erkennen und Bewertung der Wirkungsabsicht, Erläuterung von Einzelaussagen, Stellungnahme) und
- 1.5 Kommentare, Interpretationen, Stellungnahmen oder Problemerkörterungen – ausgehend von Texten oder vorgegebenen Situationen – zu verfassen (sachlich richtige und schlüssige Argumentation, folgerichtiger Aufbau, sprachliche Angemessenheit, Adressaten- und Situationsbezug) oder
- 1.6 literarische Texte mit eingegrenzter Aufgabenstellung zu interpretieren (Analyse von inhaltlichen Motiven und Aspekten der Thematik, der Raum- und Zeitstruktur, ggf. der Erzählsituation, wichtiger sprachlicher und ggf. weiterer Gestaltungselemente).

2. Fremdsprache

Das Hauptziel des Unterrichts in der fortgeführten Fremdsprache ist eine im Vergleich zum Mittleren Schulabschluss gehobene Kommunikationsfähigkeit in der Fremdsprache für Alltag, Studium und Beruf. Dazu ist es erforderlich, den allgemeinsprachlichen Wortschatz zu festigen und zu erweitern, einen spezifischen Fachwortschatz zu erwerben sowie komplexe grammatische Strukturen gebrauchen zu lernen.

Verstehen (Rezeption)

Die Lernenden sollen die Fähigkeit erwerben,

- 2.1 anspruchsvollere allgemeinsprachliche und fachsprachliche Äußerungen und unterschiedliche Textsorten (insbesondere Gebrauchs- und Sachtexte) – ggf. unter Verwendung von fremdsprachigen Hilfsmitteln – im Ganzen zu verstehen und im Einzelnen auszuwerten.

Sprechen und Schreiben (Produktion)

Die Lernenden sollen die Fähigkeit erwerben,

- 2.2 Gesprächssituationen des Alltags sowie in berufsbezogenen Zusammenhängen in der Fremdsprache sicher zu bewältigen und dabei auch die Gesprächsinitiative zu ergreifen,
- 2.3 auf schriftliche Mitteilungen komplexer Art situationsgerecht und mit angemessenem Ausdrucksvermögen in der Fremdsprache zu reagieren,
- 2.4 komplexe fremdsprachige Sachverhalte und Problemstellungen unter Verwendung von Hilfsmitteln auf Deutsch wiederzugeben und entsprechende in Deutsch dargestellte Inhalte in der Fremdsprache zu umschreiben.

3. Mathematisch-naturwissenschaftlich-technischer Bereich

Die Lernenden sollen ausgehend von fachrichtungsbezogenen Problemstellungen grundlegende Fach- und Methodenkompetenzen in der Mathematik und in Naturwissenschaften bzw. Technik erwerben.

Dazu sollen sie

- 3.1 Einblick in grundlegende Arbeits- und Denkweisen der Mathematik und mindestens einer Naturwissenschaft bzw. Technik gewinnen,

- 3.2 erkennen, dass die Entwicklung klarer Begriffe, eine folgerichtige Gedankenführung und systematisches, induktives und deduktives, gelegentlich auch heuristisches Vorgehen Kennzeichen mathematisch-naturwissenschaftlich-technischen Arbeitens sind,
- 3.3 Vertrautheit mit der mathematischen und naturwissenschaftlich-technischen Fachsprache und Symbolik erwerben und erkennen, dass Eindeutigkeit, Widerspruchsfreiheit und Vollständigkeit beim Verbalisieren von mathematischen bzw. naturwissenschaftlich-technischen Sachverhalten vor allem in Anwendungsbereichen für deren gedankliche Durchdringung unerlässlich sind,
- 3.4 befähigt werden, fachrichtungsbezogene bzw. naturwissenschaftlich-technische Aufgaben mit Hilfe geeigneter Methoden zu lösen,
- 3.5 mathematische Methoden anwenden können sowie Kenntnisse und Fähigkeiten zur Auswahl geeigneter Verfahren und Methoden mindestens aus einem der weiteren Bereiche besitzen:
 - 3.5.1 Analysis (Differential- und Integralrechnung),
 - 3.5.2 Beschreibung und Berechnung von Zufallsexperiment, einfacher Wahrscheinlichkeit, Häufigkeitsverteilung sowie einfache Anwendungen aus der beurteilenden Statistik,
 - 3.5.3 Lineare Gleichungssysteme und Matrizenrechnung,
- 3.6 reale Sachverhalte modellieren können (Realität – Modell – Lösung – Realität),
- 3.7 grundlegende physikalische, chemische, biologische oder technische Gesetzmäßigkeiten kennen, auf fachrichtungsspezifische Aufgabenfelder übertragen und zur Problemlösung anwenden können,
- 3.8 selbstständig einfache naturwissenschaftliche und/oder technische Experimente nach vorgegebener Aufgabenstellung planen und durchführen,
- 3.9 Ergebnisse ihrer Tätigkeit begründen, präsentieren, interpretieren und bewerten können.

V. Prüfung

1. Allgemeine Grundsätze

Für die Zuerkennung der Fachhochschulreife ist jeweils eine schriftliche Prüfung in den drei Bereichen – Deutsch/Kommunikation, Fremdsprache, mathematisch-naturwissenschaftlich-technischer Bereich – abzulegen, in der die in dieser Vereinbarung festgelegten Standards nachzuweisen sind. Für die Zuerkennung der Fachhochschulreife für Absolventinnen und Absolventen der mindestens zweijährigen Fachschulen kann der Nachweis der geforderten Standards in zwei der drei Bereiche auch durch kontinuierliche Leistungsnachweise erbracht werden. Soweit die zeitlichen und inhaltlichen Rahmenvorgaben dieser Vereinbarung durch die Stunden tafeln und Lehrpläne der genannten beruflichen Bildungsgänge abgedeckt und durch die Abschlussprüfung des jeweiligen Bildungsgangs oder eine Zusatzprüfung nachgewiesen werden, gelten die Bedingungen dieser Rahmenvereinbarung als erfüllt.

Die Prüfung ist bestanden, wenn mindestens ausreichende Leistungen in allen Fächern erreicht sind (§ 16, Abs. 4 der Anlage E zur APO-BK).

Die schriftliche Prüfung kann in einem Bereich durch eine schriftliche Facharbeit mit anschließender Präsentation der Ergebnisse im Rahmen eines Kolloquiums unter prüfungsgemäßen Bedingungen ersetzt werden.

2. Festlegungen für die einzelnen Bereiche

a) Deutsch/Kommunikation

In der schriftlichen Prüfung mit einer Dauer von mindestens drei Stunden ist eine der folgenden Aufgabenarten zu berücksichtigen:

- (textgestützte) Problemerkörterung,
- Analyse nichtliterarischer Texte mit Erläuterung oder Stellungnahme,
- Interpretation literarischer Texte.

b) Fremdsprachlicher Bereich

In der schriftlichen Prüfung mit einer Dauer von mindestens 1 ½ Stunden, der ein oder mehrere Texte, ggf. auch andere Materialien zu Grunde gelegt werden, sind Sach- und Problemfragen zu beantworten und persönliche Stellungnahmen zu verfassen. Zusätzlich können Übertragungen in die Muttersprache oder in die Fremdsprache verlangt werden.

c) Mathematisch-naturwissenschaftlich-technischer Bereich

In der schriftlichen Prüfung mit einer Dauer von mindestens zwei Stunden soll nachgewiesen werden, dass die Lernenden in der Lage sind, komplexe Aufgabenstellungen selbstständig zu strukturieren, zu lösen und zu bewerten, die dabei erforderlichen mathematischen oder naturwissenschaftlich-technischen Methoden und Verfahren auszuwählen und sachgerecht anzuwenden.

VI. Schlussbestimmungen

[...]

Mit dem erfolgreichen Abschluss eines mindestens zweijährigen Fachschulbildungsgangs (in Vollzeitform) erwerben die Absolventinnen und Absolventen die Fachhochschulreife.

Die Fächer, in denen durch den Unterricht die vorgegebenen Standards erfüllt werden, sind in den Stundentafeln ebenso festgelegt wie die Fächer für die Fachhochschulreifeprüfung.

2 Fachschule für Gestaltung – Fachrichtung Werbe- und Mediendesign

2.1 Berufsbild und Ausbildungsziel

Das Berufsbild der staatlich geprüften Gestalterinnen und Gestalter mit der Fachrichtung Werbe- und Mediendesign ist äußerst vielfältig und anspruchsvoll. Die Absolventinnen und Absolventen müssen über eine umfangreiche Ausbildung in den Bereichen Design, Kunst und Technik sowie über anwendungsbezogene Kenntnisse zu Betriebswirtschaft, Marketing und Management verfügen.

Das Spektrum der Unternehmen, in denen die Absolventinnen und Absolventen arbeiten können, ist dabei sehr vielfältig, beispielsweise zu nennen sind:

- Werbe-, Medien- oder PR-Agenturen,
- Druckereien und Full-Service-Anbietende
- Grafikdesignagenturen,
- Verlage,
- Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit,
- Softwareunternehmen,
- Marketingabteilungen.

Die staatlich geprüften Gestalterinnen und Gestalter der Fachrichtung Werbe- und Mediendesign haben ihren Arbeitsplatz als Angestellte in leitenden Positionen moderner Medienagenturen oder in Marketingabteilungen verschiedener Unternehmen, sowie als Selbstständige im eigenen Betrieb oder in der freiberuflichen Tätigkeit. Die Werbe- und Mediendesignerinnen und Mediendesigner bewältigen in ihren beruflichen Tätigkeitsbereichen komplexe Arbeitssituationen und steuern betriebliche Abläufe.

Als staatlich geprüfte Gestalterinnen und Gestalter ist es die Aufgabe, die kreativen Prozesse im Unternehmen zu anzuleiten, zu steuern und zu koordinieren. Hierzu gehört die Entwicklung von komplexen Werbe- und Marketingkampagnen, sowie die Planung und Erstellung von Produkten, Werbematerialien, Websites und anderen visuellen Medien. Dabei müssen sowohl digitale Vertriebskanäle als auch Möglichkeiten von Printmedien beachtet werden. Darüber hinaus sind die Gestalterinnen und Gestalter für die Umsetzung dieser Konzepte verantwortlich und arbeiten eng mit anderen Abteilungen wie Produktion und Vertrieb zusammen. Diese gestalterische Fachkompetenz wird im Bündelungsfach **Mediendesign** auf Grundlage der in der Berufsausbildung erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten erweitert und professionalisiert.

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Arbeit der staatlich geprüften Gestalterinnen und Gestalter ist der Bereich des Bündelungsfachs **Management**. Dazu gehören die Planung und Durchführung von Projekten und die Führung und Entwicklung von Teams. Die Absolventinnen und Absolventen sind für die Anleitung und Motivation der Mitarbeitenden zuständig und tragen dazu bei, dass diese ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten ständig weiterentwickeln. Hierbei ist es wichtig, ein gutes Verständnis für die individuellen Stärken und Schwächen ihrer Mitarbeitenden zu haben und entsprechend darauf einzugehen. Weiterhin gehört die Definition von Qualitätsstandards für die Produkte und Dienstleistungen und die Sicherung dieser in den Aufgabenbereich des mittleren Managements. Dazu erlangen die Studierenden die Kompetenz, passende Qualitätswerkzeuge und -Maßnahmen auszuwählen und zielgerichtet anzuwenden.

Der dritte Arbeitsbereich wird im Bündelungsfach **Unternehmensführung** thematisiert. Dazu gehört sowohl die leitende Position in Medienunternehmen als auch die selbstständige Arbeit im eigenen Unternehmen. Die staatlich geprüften Gestalterinnen und Gestalter sind dabei für die Budgetplanung und die Kontrolle der Kosten verantwortlich. Sie müssen sicherstellen, dass die gestalterischen Projekte im vorgegebenen Zeit- und Kostenrahmen bleiben. Während der Weiterbildung erwerben die Absolventinnen und Absolventen zum einen die Kompetenzen, um im mittleren Management arbeiten zu können und dort kalkulatorisch tätig zu werden. Zum anderen erwerben Sie Fähigkeiten zur Unternehmensgründung und Freiberuflichkeit, um Unternehmen am Markt positionieren zu können.

Übergreifendes Ziel der Weiterbildung ist die Erlangung einer lebenslangen beruflichen Handlungskompetenz. Berufliche Handlungskompetenz umfasst Fachkompetenz, Personal- und Sozialkompetenz sowie Methodenkompetenz, die sich in allen Lernfeldern widerspiegeln. Die Fachkompetenz befähigt die staatlich geprüften Gestalterinnen und Gestalter, gestalterische und betriebliche Probleme und Aufgabenstellungen selbstständig und fachlich richtig zu lösen und zu bearbeiten. Die dazu notwendigen Strategien resultieren aus der Methodenkompetenz. Die Personal- und Sozialkompetenz umfasst eine allgemeine Kommunikationsfähigkeit, der im Hinblick auf Teamarbeit, Einsatz von Kommunikationstechnologie und der Notwendigkeit, international zu kommunizieren, eine stetig wachsende Bedeutung zukommt.

Besonders im Hinblick auf die sich schnell verändernden organisatorischen und technologischen Gegebenheiten in modernen Medienunternehmen wird damit die Grundlage für hohe Flexibilität und Mobilität der Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt gelegt.

2.2 Stundentafel

	Unterrichtsstunden
Fachrichtungsübergreifender Lernbereich	400 – 600
Deutsch/Kommunikation ¹	80 – 160
Fremdsprache	80 – 160
Politik/Gesellschaftslehre	80 – 160
Betriebs- und Personalwirtschaft	80 – 160
Fachrichtungsbezogener Lernbereich	1800 – 2000
Mediendesign	640 – 800
Management	400 – 500
Unternehmensführung	440 – 540
Projektarbeit	160 – 320
Differenzierungsbereich	0 – 200
Berufs- und Arbeitspädagogik	0 – 120
Ausgewählte Medientechniken	0 – 120
Fremdsprache ²	0 – 80
	mindestens 2400

¹ Deutsch/Kommunikation und Fremdsprache müssen bei Erwerb der Fachhochschulreife im Umfang von zusammen mindestens 240 Unterrichtsstunden erteilt werden.

² Fächer zum Erwerb der Fachhochschulreife.

2.3 Fachrichtungsübergreifender Lernbereich

Der fachrichtungsübergreifende Lernbereich ist Bestandteil des handlungsorientierten Lernens an Fachschulen. Besonders zu berücksichtigen sind:

- Lerntechniken
- Präsentationstechniken
- Projekt- und Gruppenarbeitstechniken
- moderne Kommunikationstechniken

Die Konzeption der jeweiligen Lernsituation ist so vorzunehmen, dass der fachrichtungsübergreifende Lernbereich in die didaktische Planung einzubeziehen ist. Dies ist bei den vorliegenden Lernfeldbeschreibungen berücksichtigt. Zu den Fächern des fachrichtungsübergreifenden Bereichs liegt ein getrennt veröffentlichter Lehrplan vor (Lehrplan für die Fachschule in Nordrhein-Westfalen – fachrichtungsübergreifender Lernbereich – Heft 7001)¹.

Die Fächer des fachrichtungsübergreifenden Lernbereichs sind:

	Fach
1	Deutsch/Kommunikation
2	Fremdsprache
3	Politik/Gesellschaftslehre
4	Betriebs- und Personalwirtschaft

2.4 Differenzierungsbereich

Nach der Verordnung über die Ausbildung und Prüfung in den Bildungsgängen des Berufskollegs (APO-BK) vom 26.05.1999 in der jeweils gültigen Fassung, wird der Differenzierungsbereich im Rahmen der Anlage E1 – E3 angeboten. Dieses Angebot ist von den Studierenden bis zu einem Gesamtstundenvolumen von

- 1200 Unterrichtsstunden bei einjährigen Fachschulen
- 2400 Unterrichtsstunden bei zweijährigen Fachschulen und
- 3600 Unterrichtsstunden bei dreijährigen Fachschulen

verpflichtend wahrzunehmen.

Im Differenzierungsbereich können Ergänzungs-, Erweiterungs- und Vertiefungsangebote nach den individuellen Fähigkeiten und Neigungen bzw. Eingangsvoraussetzungen der Studierenden eingerichtet werden. Das Angebot muss entsprechend den individuellen Bedürfnislagen gestreut sein, d. h. eine Wahl grundsätzlich ermöglichen. Der auf das Individuum bezogene Differenzierungsunterricht findet außerhalb des Klassenverbandes statt. Die Unterrichtsbelegung ergibt sich aus dem Wahlverhalten der Studierenden.

¹ Dieser Lehrplan weist die Standards zur Erlangung der Fachhochschulreife gemäß Vereinbarung über den Erwerb der Fachhochschulreife in beruflichen Bildungsgängen, Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 05.06.1998 i. d. F. vom 09.03.2001 aus.

2.5 Lernfelder

2.5.1 Übersicht der Lernfelder

Lernfelder		Zeitrichtwerte/ Unterrichtsstunden	
		1. Ausbildungs- abschnitt	2. Ausbildungs- abschnitt
1	Gestaltungslösungen kundenorientiert entwickeln	90 – 140	
2	Unternehmen am Markt positionieren	100 – 210	
3	Projekte kundenorientiert planen, durchführen und reflektieren	100 – 210	
4	Marketingkonzepte und Werbestrategien kundenorientiert planen	200 – 280	
5	Finanzbuchhaltung führen	100 – 210	
6	Kundenorientiert kalkulieren		100 – 210
7	Teams leiten und koordinieren		90 – 180
8	Qualitätsmanagement in der Medienindustrie umsetzen		80 – 160
9	Crossmediale Produkte kundenorientiert realisieren		260 – 340

2.5.2 Zuordnung der Lernfelder zu den Fächern

Fachrichtungsbezogener Bereich	1. Ausbildungsabschnitt	2. Ausbildungsabschnitt
Fächer		
Mediendesign	LF 1, LF 4	LF 9
Management	LF 3	LF 7, LF 8
Unternehmensführung	LF 2, LF 5	LF 6
Projektarbeit		Projektarbeit

2.5.3 Beschreibung der Lernfelder

Lernfeld 1: Gestaltungslösungen kundenorientiert entwickeln	
Ausbildungsabschnitt 1	Zeitrichtwert: 90 – 140 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Ideen für einen Prototyp zu entwickeln und Gestaltungselemente sachbezogen einzusetzen.</p> <p>Die Studierenden werten kundenspezifische Vorgaben aus und leiten Auftragsziele ab. Sie organisieren ihre Arbeit im Team und informieren sich über unterschiedliche Aspekte der Kunst- und Designtheorie. Hierfür wenden die Studierenden geeignete Recherchemethoden an und dokumentieren die Ergebnisse analog und digital unter Verwendung akademischer Quellenangaben. Für das kollaborative Arbeiten nutzen sie auch geeignete digitale Tools und reflektieren deren Nutzen. Darüber hinaus führen sie Trendanalysen durch und eignen sie sich damit ein breites Wissen über die aktuellen Design-Entwicklungen in unterschiedlichen Bereichen wie z. B. Mode, Architektur, Mobiliar, Werbung etc. an. Hierfür nutzen Sie auch fremdsprachliche Quellen.</p> <p>Mithilfe von Kreativitätstechniken entwickeln die Studierenden Gestaltungsideen für einen Prototyp. Hierfür setzen sie Visualisierungstechniken wie Skizzen und/oder Moodboards zielführend und fachgerecht ein.</p> <p>Die Studierenden nutzen unterschiedliche Gestaltungstechniken (z. B. <i>künstlerische Techniken, Drucktechniken, fotografische Techniken</i>, etc.), um einen Prototypen zu erstellen und prüfen ihre Auswahl kritisch. Sie vertreten ihre Auswahl argumentativ und entwickeln diese weiter.</p> <p>Sie wählen die analogen und digitalen Präsentationstools aus einem sehr breiten Spektrum an Methoden und präsentieren das Handlungsprodukt vor Kundinnen und Kunden. Die Studierenden nutzen das Kundenfeedback, um zu beurteilen, ob das Produkt den Vorgaben der Kundinnen und Kunden sowie den Auftragszielen entspricht.</p> <p>Die Studierenden leiten aus den Rückmeldungen der Kundinnen und Kunden eigenständig Verbesserungsvorschläge für das Produkt ab.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Re-Briefing – Brainstorming, morphologische Matrix, Kopfstandmethode, etc. – Scribble- und Skizzentechnik – KI – Prototyping – Prototypentestung – Präsentationstechniken 	<p>KMK-Standards 1.2; 1.3; 2.1; 3.6; 3.7; 3.9</p>

Lernfeld 2: Unternehmen am Markt positionieren	
Ausbildungsabschnitt 1	Zeitrichtwert: 100 – 210 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz Unternehmen unter Berücksichtigung persönlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Aspekte zu analysieren, situationsbezogen zu optimieren und zu gründen.</p> <p>Die Studierenden informieren sich analog und digital über die <i>Voraussetzungen</i> und den organisatorischen <i>Aufbau von Unternehmen</i>, wie Rechtsformen, indem sie breites integriertes Wissen über Recherchemethoden und Begriffsdefinitionen der Finanzierungsmöglichkeiten von Unternehmen anwenden.</p> <p>Auf Basis der ermittelten Daten planen die Studierenden den <i>Ablauf einer Unternehmensgründung</i> unter Beachtung von marktspezifischen und nachhaltigen Zukunftsperspektiven für Unternehmen.</p> <p>Dabei legen sie <i>Standortfaktoren, Unternehmensziele</i> und <i>Finanzierungen</i> zugrunde und analysieren Voraussetzungen zur <i>Personalplanung</i>. Sie berücksichtigen dabei auf Basis des grundlegenden und exemplarisch vertiefenden Wissens das <i>Tarifrecht</i> sowie die rechtlichen <i>Arbeitsschutzbedingungen</i> und analysieren den sozialen und technischen Ist-Zustand am Beispiel herangezogener Unternehmen.</p> <p>Die Studierenden erstellen unter Berücksichtigung fachlicher und internationaler Faktoren einen Businessplan. Sie positionieren Unternehmen mittels Instrumente des <i>Online-Marketings</i> am Markt und führen eine <i>Marktforschung</i> unter Berücksichtigung fachlicher, internationaler Faktoren zur wirtschaftlichen Ausrichtung von Unternehmen durch.</p> <p>Die Studierenden kontrollieren und reflektieren gemeinsam, fachlich fundiert ihre Ergebnisse, entsprechend den aktuellen Vorgaben der Branche.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Handelsregister – Anforderungen an Kaufleute – Sozialer und technischer Arbeitsschutz – Marketing – Online-Vertriebskanäle – Personalbeschaffung 	<p>KMK-Standards 1.3; 2.1; 3.2; 3.9</p>

Lernfeld 3: Projekte kundenorientiert planen, durchführen und reflektieren	
Ausbildungsabschnitt 1	Zeitrhythmus: 100 – 210 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, ein Projekt hinsichtlich der Durchführbarkeit zu analysieren, eine angemessene Vorgehensweise auszuwählen und das Projekt zielführend abzuschließen.</p> <p>Die Studierenden recherchieren digital und analog gängige nationale und internationale Projektdefinitionen und -merkmale und machen sich mit den Phasen und Prozessen der Projektdurchführung vertraut. Dabei unterscheiden sie zwischen den Formen des Projektmanagements (<i>klassisch, agil, hybrid, ...</i>) und wählen kundenorientiert eine fachlich-fundierte Lösung für das Projekt aus.</p> <p>Die Studierenden tauschen sich kontinuierlich über branchentypische Softwareanwendungen im Projektmanagement aus.</p> <p>Sie planen vorausschauend anhand der ausgewählten Vorgehensweise gemeinsam die verschiedenen Projektmethoden der Projektdurchführung. Gesellschaftliche und nachhaltige Aspekte werden dabei zu jeder Zeit berücksichtigt.</p> <p>Die Studierenden nutzen in allen Phasen des Projekts unterschiedliche analoge und digitale Projektmanagementwerkzeuge. Sie führen das komplexe Projekt teamorientiert durch und nutzen dabei Kommunikationsregeln.</p> <p>Sie überprüfen und dokumentieren den Fortschritt des Projekts kontinuierlich und mithilfe verschiedener Methoden. Sie reflektieren kritisch den Prozessfortschritt/Projektabschluss, um daraus Optimierungsmöglichkeiten für künftige Projekte abzuleiten.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Projektdokumentation – Projektbeteiligte identifizieren und beteiligen (Stakeholder) – Projektwürdigkeit (Machbarkeitsstudie, Kosten-Nutzen-Analyse) – Managementvoraussetzungen im agilen und klassischen Projektmanagement – Kostenlose wie -pflichtige Softwareanwendungen 	<p>KMK-Standards</p> <p>1.2; 1.3; 1.4; 3.2; 3.4; 3.6; 3.9</p>

Lernfeld 4: Marketingkonzepte und Werbestrategien kundenorientiert planen	
Ausbildungsabschnitt 1	Zeitrictwert: 200 – 280 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, ein komplexes Marketingkonzept zu entwickeln und passende Gestaltungsprodukte zu visualisieren.</p> <p>Auf Basis einer branchenspezifischen komplexen Unternehmens- und Auftragsanalyse generieren die Studierenden ein Alleinstellungsmerkmal (USP) für Kundinnen und Kunden und definieren gemeinsam mit dem Kunden mögliche Unternehmens- und Marketingziele. Dazu nutzen Sie Analysewerkzeuge.</p> <p>Die Studierenden informieren sich umfangreich über den Anspruch unterschiedlicher Marketingarten. Daraus leiten sie begründet Möglichkeiten für den Einsatz bestimmter Marketingmodelle ab und können diese nachhaltig darstellen. Sie unterscheiden dabei kritisch die Marketinginstrumente Werbung und Public Relations (PR) und können diese situationsbezogen anwenden.</p> <p>Auf Grundlage einer Markt- und Zielgruppenanalyse planen die Studierenden unter Berücksichtigung der Corporate Identity die Auswahl geeigneter Werbe- und PR-Maßnahmen. Dabei nutzen sie grundlegende Werbemodelle und den Marketingmix.</p> <p>Sie stellen auf Grundlage der vorangegangenen Analysen einen geeigneten Mediamix für eine Marketingkampagne zusammen. Die Studierenden visualisieren innerhalb des Konzeptes beispielhafte analoge und digitale Gestaltungsmedien auf Grundlage der Corporate Identity des Unternehmens. Dabei berücksichtigen sie zu jeder Zeit das geltende Medienrecht sowie grundlegende Gestaltungsregeln für die Kampagne.</p> <p>Sie begründen ihre Arbeit fachlich und argumentativ in persönlichen oder digitalen Kundengesprächen, auch in einer Fremdsprache.</p> <p>Die Studierenden fassen ihre Ergebnisse in einem kundenorientierten und marktrelevanten Marketingkonzept zusammen.</p> <p>Während der Planung und Durchführung kontrollieren die Studierenden ihre Zwischenergebnisse unter Berücksichtigung fachlicher Kriterien und dokumentieren den Prozess.</p> <p>Die Studierenden reflektieren ihre Planung, Durchführung und die Handlungsprodukte anhand ihrer Prozessdokumentation und verwenden dies zur Optimierung.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Unternehmensgrundsätze – SWOT-Analyse – Mission- und Vision-Statement – Struktur und Aufbau eines Design Manuals – Bestandteile der Corporate Identity 	<p>KMK-Standards</p> <p>1.2; 1.3; 1.4; 1.5; 2.2; 2.3; 3.6; 3.9</p>

Lernfeld 5: Finanzbuchhaltung führen	
Ausbildungsabschnitt 1	Zeitrictwert: 100 – 210 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Geschäftsprozesse unter Berücksichtigung finanzbuchhalterischer Verfahren und Vorgaben zu gestalten, zu überwachen und zu optimieren.</p> <p>Die Studierenden informieren sich über die branchenspezifischen Verfahren und Vorgaben der <i>Finanzbuchhaltung</i>. Dazu erfassen sie Geschäftsprozesse und verschaffen sich einen Überblick über die Grundlagen der Bestandsrechnung und recherchieren gemeinsam die komplexen, gesetzlichen Vorgaben einer ordnungsgemäßen <i>Grund- und Hauptbuchführung</i>.</p> <p>Unter Berücksichtigung der erarbeiteten Buchungsvorgänge planen die Studierenden die analoge oder digitale Vorgehensweise zur Erstellung von <i>Eröffnungs- und Schlussbilanzkonten</i>. Dazu nutzen Sie auch Möglichkeiten digitaler Tabellenkalkulationen.</p> <p>Die Studierenden setzen eigenständig das erlernte Wissen um, indem sie die definierten Buchungsvorgaben auf die unterschiedlich komplexen Geschäftsfälle wie <i>Umsatzsteuersysteme, Umsatzsteuerbuchungen</i> anwenden.</p> <p>Sie überprüfen und beurteilen unter Berücksichtigung der Grundsätze der Gewinnermittlung die unterschiedlichen Konten und Bilanzen. Die Studierenden analysieren die betrieblichen Kennzahlen eines beispielhaften Unternehmens und bewerten auf dieser Grundlage den Erfolg eines Unternehmens.</p> <p>Abschließend reflektieren die Studierenden ihre Ergebnisse und beziehen dies auf die Ausgangssituation.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kontenrahmen, Kontenplan – Beschaffungswirtschaft – Absatzwirtschaft – Jahresabschluss 	<p>KMK-Standards 1.3; 1.5; 3.2; 3.4; 3.6; 3.9</p>

Lernfeld 6: Kundenorientiert kalkulieren	
Ausbildungsabschnitt 2	Zeitrictwert: 100 – 210 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Kosten und Preise für Medienprodukte zu erarbeiten, zu definieren und marktgerecht aufbereiten zu können.</p> <p>Die Studierenden informieren sich über die wesentlichen Bestandteile der Kosten- und Leistungsrechnung und deren Ziele. Unter Berücksichtigung der Abgrenzungsrechnung entwickeln die Studierenden erste Erkenntnisse der Kostenaufstellung und planen auf dieser Grundlage die verschiedenen Kostenarten- und Kostenstellenrechnungen im Unternehmen. Dabei unterscheiden sie die Teilkostenrechnung von der Vollkostenrechnung.</p> <p>Die Studierenden erstellen im Rahmen der Kostenrechnung unter Anwendung des mehrstufigen <i>Betriebsabrechnungsbogens</i> (digital und analog) einen Überblick und wenden die komplexen Sachverhalte für die Kalkulationssätze unter Berücksichtigung der kalkulatorischen Bedingungen an. Zur <i>Kostenermittlung und Preiskalkulation</i> führen sie eigenständig die <i>Kosten- und Leistungsrechnung</i> durch. Die Studierenden vergleichen gemeinsam die Ergebnisse und werten die komplexen Zusammenhänge mit Hilfe von Analysewerten wie dem <i>Break-Even-Point</i> aus.</p> <p>Die Studierenden kontrollieren gemeinsam Kundenaufträge hinsichtlich Realisierbarkeit sowie Wirtschaftlichkeit und begründen fachlich angemessen ihre Entscheidungen. Die Studierenden reflektieren die gewonnenen Erkenntnisse, um daraus auf Basis der kostenrechnerischen Strukturen gemeinsam ein marktrelevantes Angebot zu erstellen und berücksichtigen dabei gesellschaftliche Normen (z. B. ethische Ansprüche).</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wirtschaftlichkeit – Deckungsbeitrag – Platzkostenrechnung – Kapazitätsrechnung – Beschäftigungsgrad – Nutzungsgrad 	<p>KMK-Standards 1.4; 2.1; 3.1; 3.2; 3.3</p>

Lernfeld 7: Teams leiten und koordinieren	
Ausbildungsabschnitt 2	Zeitrhythmuswert: 90 – 180 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Teams zusammenzustellen, zu koordinieren und zu führen.</p> <p>Die Studierenden informieren sich umfangreich über Theorien zu Teamprozessen und psychologischen Wirkweisen, auch in fremder Sprache. Sie erarbeiten sich ein kritisches Verständnis zu komplexen Fachtheorien.</p> <p>Auf Basis der personalen Systemtheorie analysieren sie bestehende soziale Systeme. Zur zielgerichteten Zusammenstellung von Arbeitsgruppen und Teams betrachten sie bestehende Arbeitsgruppen, die Voraussetzungen und Bedürfnisse der Mitarbeitenden unter sozialen und ethischen Aspekten.</p> <p>Die Studierenden planen komplexe Arbeitsprozesse im Team unter Berücksichtigung der Kommunikation im Team sowie unter Betrachtung arbeits- und organisationspsychologischer Konzepte. Zur Erfolgssicherung formulieren sie Teamziele.</p> <p>In situativ zusammengesetzten Teams wenden die Studierenden eigenständig verschiedene Rollen und Führungsverhalten situations- und zielgerichtet an. Sie ziehen motivationale Handlungen, unter Beachtung fachwissenschaftlicher Theorien, zur Professionalisierung des Teams heran und steuern damit den Zusammenhalt im Team (<i>Teambuilding</i>). Ihre Erfahrungen dokumentieren sie analog bzw. digital.</p> <p>Sie erproben ihre Aufgaben als Teil des Teams sowie als Führungspersönlichkeiten unter Verwendung verschiedener Kommunikationsstrategien und erfahren einen Perspektivwechsel.</p> <p>Die Studierenden kontrollieren die Erreichung der Teamziele unter Zuhilfenahme verschiedener Medien und Werkzeuge.</p> <p>Sie reflektieren kontinuierlich den Teamprozess hinsichtlich der sozialen und funktionalen Rollenverteilung und verorten sich selbst im Gruppenprozess.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Merkmale sozialer Systeme – Führung/Aufbau einer Führungscoalition – Selbstwertgefühl – Menschliche Bedürfnisse – Motivationsarten – Soziale/funktionale Rollenverteilung in Teams – Persönlichkeitstypen und -rollen 	<p>KMK-Standards 1.1; 1.2; 1.4; 2.1; 3.6; 3.9</p>

Lernfeld 8: Qualitätsmanagement in der Medienindustrie umsetzen	
Ausbildungsabschnitt 2	Zeitrhythmuswert: 80 – 160 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Betriebe und deren Produkte hinsichtlich der Qualitätsoptimierung zu prüfen und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung und -sicherung zu ergreifen.</p> <p>Die Studierenden analysieren Medienbetriebe und Produkte hinsichtlich möglicher Qualitätsverbesserungen. Dazu informieren Sie sich umfangreich über Grundbegriffe des Qualitätsmanagements (QM), die Entwicklung des Total Quality Managements und aktuell geltende Standards, sowie technischen Vorgaben, auch in englischer Sprache.</p> <p>Die Studierenden definieren Zielkriterien, bewerten unterschiedliche Qualitätsmanagementsysteme und wählen kriteriengeleitet geeignete Maßnahmen und elementare Qualitätstools zur Qualitätssicherung und -verbesserung aus. An komplexen Beispielen planen sie die Optimierung der Produktqualität von Print- und Digitalprodukten. Dazu führen sie Audits durch und diskutieren ihre Ergebnisse hinsichtlich ökonomischer, ökologischer sowie technischer Gesichtspunkte und dokumentieren ihren Arbeitsprozess, in geeigneter digitaler und analoger Form.</p> <p>Unter Verwendung geeigneter QM-Werkzeuge führen die Studierenden Qualitätsverbesserungen für Print- und Nonprintprodukte durch. Zur Qualitätssicherung optimieren Sie das Colormanagement unterschiedlicher Printprodukte bei verschiedenen Produktionsverfahren, überwachen den Workflow hinsichtlich der Beurteilbarkeit von Farben und führen Betriebs- und Arbeitsstandards ein.</p> <p>Die Studierenden sorgen für Barrierefreiheit und plattformübergreifende Lauffähigkeit von Digitalprodukten und beachten dabei geltende Webstandards.</p> <p>Sie prüfen die Maßnahmen und gleichen die Veränderungen mit den formulierten Zielkriterien ab.</p> <p>Die Studierenden reflektieren nach Abschluss das gewählte Vorgehen zur Prozessoptimierung.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Standards im Print- und Nonprint (PSO, ISO 9001) – Flussdiagramm, Fehlersammelkarte, Histogramm, Pareto-Analyse. Ishikawa-Diagramm, etc. – Umweltmanagementsysteme – Proofdruck – Farbprofile – Normierte Farbräume – W3C-Konformität – Barrierefreiheit – BITV-Standards 	<p>KMK-Standards</p> <p>1.4; 2.1; 2.2.; 3.1; 3.5; 3.6; 3.7; 3.9</p>

Lernfeld 9: Crossmediale Produkte kundenorientiert realisieren	
Ausbildungsabschnitt 2	Zeitrictwert: 360 – 240 Stunden
<p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz crossmediale Produkte für eine Marketingkampagne begründet auszuwählen und diese unter Beachtung technischer Verfahrensweisen umzusetzen.</p> <p>Die Studierenden informieren sich über die technischen Chancen und Risiken eines ausgewählten Mediamixes für eine Marketingkampagne und prüfen die Realisierbarkeit einzelner crossmedialer Medien kritisch. Dabei beachten sie komplexe wirtschaftliche und ökologische Zusammenhänge auf nationaler und internationaler Ebene, um das Marketing der Kampagne möglichst wirkungsvoll zu unterstützen.</p> <p>Sie planen gemeinsam konkrete Arbeitsschritte und wählen benötigte Arbeits- und Verbrauchsmittel nach technischen Grundlagen zur effizienten Realisierung der einzelnen Medien aus.</p> <p>Die Studierenden erstellen mit branchentypischer Software Print- und Nonprintprodukte auf Grundlage technischer und gestalterischer Standards. Hierbei verarbeiten, übermitteln, empfangen und sichern sie digitale Daten unter Berücksichtigung sämtlicher sicherheitsrelevanter Aspekte sowie technischer Verfahrensweisen.</p> <p>Die Studierenden vertiefen Gestaltungsfertigkeiten, indem sie unterschiedliche Medienvarianten erstellen und für verschiedene Ausgabemedien und Sprachvarianten optimieren. Dabei wenden sie die technischen Vorgaben der Realisierung an und bereiten die Medien ausgabespezifisch auf.</p> <p>Sie kontrollieren die ausgabespezifische Aufbereitung und Funktionalität der Medien kriteriengeleitet nach technischen Gesichtspunkten.</p> <p>Die Studierenden stellen ihre Produkte visuell ansprechend und als komplexen Zusammenhang dar und nutzen dabei sowohl fachliche als auch werbende Argumente. In einer Wettbewerbssituation setzen sie sich dabei gegen mögliche Konkurrenten durch.</p> <p>Sie bewerten und analysieren, inwiefern der ausgewählten Mediamix und die Verfahrens- und Vorgehensweisen zielführend genutzt wurden und inwiefern Anpassungen vorgenommen werden müssen.</p>	
<p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Werbemedien und Medienkanäle – Marketinganalyse Plattformen/ Media-Planning-Tools – Produktionstechnik (Bewegtbild- und Tonaufnahmen, immersive Medien, Druckvorlagen, Webdesign) – Datenmanagement – Datenschutz (DSGVO) – Pitch-Präsentationen 	<p>KMK-Standards</p> <p>1.2; 1.3; 2.4; 3.1; 3.3; 3.4; 3.6; 3.8; 3.9</p>