

# PROJEKTMANAGEMENT

## Bildungs- und Lehraufgabe

Es sollen allgemeine Grundlagen, Methoden und Techniken des Projektmanagements anhand eines konkreten Projektes erworben werden.

Projektorientiertes Arbeiten soll unter Einsatz der aktuellen Informations- und Kommunikationstechnologien verstärkt erfolgen. Durch Aneignung von Lern- und Arbeitstechniken, abgestimmt auf individuelle Lernstile, sollen die SchülerInnen Schlüsselqualifikationen für ein erfolgreiches Bestehen in der Berufs- und Arbeitswelt erwerben.

Insbesondere sollen die SchülerInnen:

- Das eigene Kommunikationsverhalten kennen lernen und mit dem Kommunikationsverhalten Anderer in Alltags-, Konflikt- und Geschäftssituationen in Einklang bringen lernen.
- Pädagogisches und psychologisches Wissen auf Probleme der Organisation anwenden lernen.
- Individuelle und fremde Lern- und Arbeitsstile kennen und aufeinander abstimmen lernen.
- Bedingungen für Motivation schaffen und Motivation beeinflussen lernen.
- Die Anwendung von Managementtechniken lernen.
- Eine Unternehmenskultur positiv (mit)gestalten lernen.
- Methoden kreativen Denkens und Arbeitens produktiv einsetzen lernen.
- Die Bedeutung des Marketings für den Erfolg wirtschaftlicher Unternehmen kennen lernen.
- Mit Funktion, Aufgaben und Zielen des Marketings im künstlerischen Bereich vertraut werden.
- Einblick in die Arbeitswelt gewinnen.
- Kontakte mit lokalen Betrieben knüpfen und Produktionsprozesse kennen lernen.

## Inhalte und Lernziele

Klasse	Inhalte	Lernziel
<b>Fünfte</b>	In einem Ideenpool Visionen sammeln	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativitätstraining - Erlernen von Kreativitätstechniken</li> <li>• Lernen, visionäre Ziele anzusteuern</li> </ul>
	Projektauswahl	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezielte Handhabung von gruppendynamischen und konfliktsteuernden Prozessen</li> <li>• Konkretisierung der Projektziele</li> </ul>
	Marktforschung	Folgende Techniken einsetzen lernen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Festlegung des Zielmarktes</li> <li>• Marktsegmentierung</li> <li>• Positionierung am Markt</li> <li>• Beschaffungsmarketing</li> </ul>
	Konkrete Projektplanung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen lernen und Einsetzen von individuellen Lern- und Arbeitsstilen</li> <li>• Festlegen persönlicher Ressourcen und entsprechende Positionierungen im Projekt</li> <li>• Aufgabenverteilung für das Projekt</li> </ul>
<b>Sechste und Siebente</b>	Projektumsetzung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen marktwirtschaftlicher Prozesse</li> <li>• Gezielter Einsatz von Marketingmix</li> <li>• Einsatz von Werbestrategien</li> <li>• Logistik</li> <li>• Praktische Projektumsetzung</li> </ul>
	Präsentation des Projekts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Training von Präsentationstechniken</li> </ul>
	Vermarktung des Projekts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz von Techniken der Verhandlungspsychologie</li> <li>• Direktmarketing</li> </ul>
<b>Achte</b>	Evaluation des Projekts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einholen von internem und externem Feedback</li> <li>• Durchführen einer Kosten-Nutzeninterpretation</li> </ul>

Aufbauend auf dem Lehrplan für das Fach Kommunikation und Marketing der Höheren Lehranstalt für Produktmanagement und Präsentation, 2001.