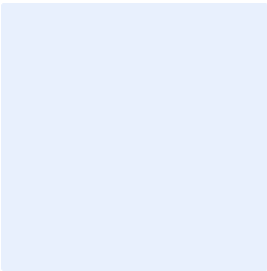


„ENTREPRENEURSHIP EDUCATION“

BEZEICHNUNG LT. AKTIVITÄTENKATALOG (A1-A14, Sonstige, DA/ABA)	siehe Beilage Aktivitätenkatalog
DATUM/DAUER	Beginn-Datum und End-Datum des Projektes (auch Zeitspanne angeben - z.B. 3 UE, 2 Tage, etc.)
TITEL	aussagekräftigen und ansprechenden Titel finden (Über- und Untertitel möglich)
KLASSE/TEILNEHMER_INNEN	Jahrgang + Klassenbezeichnung, bei Kleingruppen ev. auch Einzelpersonen anführen
VERANTWORTLICHE LEHRER_INNEN	Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.
BETEILIGTE GEGENSTÄNDE	Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.
EXTERNE PARTNER_INNEN	Name der Institution + Ort - Betrieb, Kulturstätte, etc. (auch wenn bereits im Titel erwähnt)
ZIELE DER AKTIVITÄT (auch in Bezug zu EE) <ol style="list-style-type: none"> 1.) Bezugnahme auf die allgemeinen Bildungsziele im HUM-Lehrplan und/oder 2.) Fachspezifische Ziele in Anlehnung an den Lehrplan und/oder 3.) Entrepreneurship-Ziele aus der Spalte 4 im Aktivitätenkatalog (z.B. Softskills - persönliche, soziale und methodische Kompetenzen) Anregungen sind in der EE-Mappe im Konferenzzimmer zu finden. Innerhalb dieser Bereiche sind mind. 3 Ziele zu nennen.	
KURZBESCHREIBUNG DES PROJEKTES Inkl. Schüler_innenaktivität, Verfasser_in (2.500 bis 3000 Zeichen) Dieser Abschnitt sollte unverändert im Jahresbericht / auf der Homepage erscheinen können. W-Fragen zur Orientierung (Wer, Was, Wo, Warum, Wie, ...) sachlich und doch ansprechend Was haben die Schüler_innen gemacht? Welche Kompetenzen haben sie dafür benötigt? Was haben sie dabei gelernt / umgesetzt? nicht vergessen: Verfasser_in anführen	



<p>FOTO (300 dpi Auflösung)</p>	
<p>SONSTIGER NACHWEIS LT. EE-KRITERIENKATALOG Nachweise laut Aktivitätenkatalog (Spalte 6) - z.B. Teilnehmer_innen-Listen, Fragebogen, etc.</p>	

Berichte bitte spätestens eine Woche nach der Durchführung an ee@hlw-schroedinger.at senden.

„ENTREPRENEURSHIP EDUCATION“

BEZEICHNUNG LT. AKTIVITÄTENKATALOG (A1-A14, Sonstige, DA/ABA)	A2 Erkundung eines Unternehmens
DATUM/DAUER	14.3.2018 (2 Std.)
TITEL	Hotel Lend – ein Blick hinter die Kulissen
KLASSE/TEILNEHMER_INNEN	4HLKa
VERANTWORTLICHE LEHRER_INNEN	Mag. Sigrid Müller
BETEILIGTE GEGENSTÄNDE	Marketing, Betriebswirtschaft
EXTERNE PARTNER_INNEN	Hotel Lend, Dir. Trantura, Graz
ZIELE DER AKTIVITÄT (auch in Bezug zu EE) Die Schüler_innen können - zum Thema passende Fragen formulieren und vor Ort stellen - im Team arbeiten - Fachvokabular richtig verwenden - Themen kritisch hinterfragen - Wirtschaftliche Zusammenhänge verstehen - Marketinginstrumente in der Realität erkennen - Marketingstrategien nachvollziehen und hinterfragen	
KURZBESCHREIBUNG DES PROJEKTES Inkl. Schüler_innenaktivität, Verfasser_in (2.500 bis 3000 Zeichen) Hotel Lend - ein Blick hinter die Kulissen Im Marketingunterricht wird viel an theoretischem Wissen vermittelt. Um den Schüler_innen der 4HLKa die Chance zu geben, zu erleben, wie diese Theorie in der Praxis umgesetzt wird, besuchte die Klasse mit Frau Professor Müller am 14.3.2018 das Hotel Lend. Die Hoteldirektorin Cornelia Trantura, 23, Absolventin der HLW Schrödinger, führte selbst durch das Unternehmen. Es wurden Einblicke in die Arbeit des Hotels gegeben und die Räumlichkeiten besichtigt. Im Vorfeld beschäftigten sich die Schüler_innen im Unterricht eingehend mit Marketingstrategien und Marketinginstrumenten und erarbeiteten dazu im Team Fragen. Diese vorbereiteten und spontan ergänzten Fragen wurden Dir. Trantura abwechselnd von den Schüler_innen zum Thema passend, selbstsicher, gut formuliert und in einer angemessenen	

Sprache gestellt. In der anschließenden Diskussion bewiesen die Schüler_innen, dass sie Querverbindungen herstellen können und mit dem Fachvokabular vertraut sind.

Fazit: Die Aussagen von Dir. Trantura konnten mit dem Fachwissen aus dem Unterricht gut verstanden werden. Die vorbereiteten Fragen erleichterten den Einstieg in das Gespräch, gaben der Diskussion eine Struktur und führten zu einem gezielten Erkenntnisgewinn.

Diese Begegnung mit einer jungen Frau, die Absolventin derselben Schule ist und Karriere gemacht hat, macht Mut...

Sigrid Müller

FOTO

(300 dpi Auflösung)



SONSTIGER NACHWEIS LT. EE-KRITERIENKATALOG

Fragenkatalog:

1. Wie positioniert sich das Unternehmen?
2. Wie lautet Ihre Unternehmensphilosophie ?
3. Wie wird Ihr Hotel vorwiegend gebucht?
4. Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Mitarbeiter_innen aus?
5. Welche Rolle spielen Farben, speziell „gelb“, n Ihrem Unternehmen?
6. Welche Zielgruppe wollen Sie ansprechen?
7. Wie kommen Sie auf den Preis Ihrer Zimmer?

Berichte bitte spätestens eine Woche nach der Durchführung an ee@hlw-schroedinger.at senden.

„ENTREPRENEURSHIP EDUCATION“

BEZEICHNUNG LT. AKTIVITÄTENKATALOG (A1-A14, Sonstige, DA/ABA)	S - Sonstige
DATUM/DAUER	18.01.2018 – 15.03.2018 / 5 UE
TITEL	Wie verkaufen wir uns am besten? Ein Werbespot für unsere Schule.
KLASSE/TEILNEHMER_INNEN	1 HLW d
VERANTWORTLICHE LEHRER_INNEN	Eva Dirninger
BETEILIGTE GEGENSTÄNDE	MBKA (Musik, Bildnerische Erziehung und kreativer Ausdruck)
EXTERNE PARTNER_INNEN	keine
ZIELE DER AKTIVITÄT (auch in Bezug zu EE) Die SchülerInnen <ul style="list-style-type: none"> - lernen Musik als unterstützendes Marketing-Instrument kennen und einsetzen; - lösen eine Gestaltungsaufgabe in der Gruppe und - können dabei die entsprechenden Verfahren und Gestaltungsmittel einsetzen; - schaffen eine Verbindung zwischen den Lehrstoffbereichen „elektronische Medien“ und „Alltagsästhetik“, indem sie selbständig qualitätsvolle Aufnahmen machen und diese im Programm Audacity zusammenfügen und bearbeiten; - organisieren sich selbstständig in einer Gruppe; - unterstützen und reflektieren sich (gegenseitig), um ein bestmögliches Gesamtergebnis zu erreichen; - bringen gestalterische und musische Fähigkeiten im beruflichen Kontext (Marketing) zum Einsatz; 	
KURZBESCHREIBUNG DES PROJEKTES Inkl. Schüler_innenaktivität, Verfasser_in (2.500 bis 3000 Zeichen) Wie verkaufen wir uns am besten? Ein Werbespot für unsere Schule Zu den Lehrstoffbereichen „elektronische Medien“ und „Alltagsästhetik“ hat die Klasse 1HLWd im Unterricht MBKA (Musik, Bildnerische Erziehung und kreativer Ausdruck) zu Beginn des Kalenderjahres 2018 über die Dauer von 5 Unterrichtseinheiten zum Thema „Werbung“ gearbeitet. Das Ziel war, einen Werbespot für das Produkt „HLW Schrödinger“ zu kreieren. Dieser sollte zukünftigen SchülerInnen, die sich für unsere Schule interessieren, Lust machen, zu uns zu	

kommen. Die SchülerInnen haben zunächst die Gestaltungsprinzipien von Werbung kennengelernt und durchgedacht, welche Wirkung solch eine Werbung auf die Zielgruppe haben sollte und welche Möglichkeiten es gibt, unser „Produkt“ anzupreisen.

Viele Überlegungen waren im Vorfeld notwendig, da bei einem reinen Audiospot, bei dem das bildliche Element zur Verstärkung fehlt, der aufgenommene Ton umso spannender und ansprechender sein muss. Die SchülerInnen haben in Kleingruppen von 5-7 Personen ihr eigenes Werbeszenario entwickelt, eigene Texte und Lieder aufgenommen und externe Musikbeispiele gesucht und bearbeitet. Es wurden Jingles entworfen, Coversongs aufgenommen und Experimente mit Klangeffekten und der eigenen Stimme durchgeführt. Ein wesentlicher Teil der Arbeit lag also in der Vorbereitung und Planung. So musste jede Gruppe einen sogenannten Cuesheet erstellen, auf dem auf einer Zeitleiste sekundengenau vermerkt wurde, was zu welchem Zeitpunkt im Werbespot passiert. Diese Planungsarbeit ist ein wichtiges verbindendes Element zwischen den Aufnahmen und dem Endprodukt, um das Gesamtkonzept nicht aus den Augen zu verlieren.

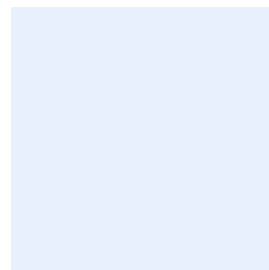
Ein weiterer Schlüsselmoment in unserem Projekt war das Aufnehmen der selbst gesprochenen Texte. Fast jede Gruppe hat dabei die Erfahrung gemacht, dass, auch wenn man selbst schon glaubt, alles zu geben, die Aufnahme des gesprochenen Textes oft immer noch langweilig klingt. Und jene Gruppen, die hier die nötige Motivation aufgebracht haben, ihre Textaufnahmen stimmlich zu gestalten und aus sich herauszugehen, haben auch besonders qualitätsvolle Spots produzieren können. Es war unglaublich spannend zu beobachten, wie unterschiedlich die Umsetzungen ein und desselben Arbeitsauftrags ausgesehen haben. Und es war auch besonders schön mit anzusehen, wie sich jede und jeder Einzelne mit ihren bzw. seinen Stärken einbringen konnte. So wurde gelacht, gerapt, gereimt, gespielt und noch viel mehr.

Als Abschluss haben wir alle fertigen Spots im Klassenverband angehört und nach den zu Beginn gelernten Qualitätskriterien einer Werbung analysiert. Die SchülerInnen hatten große Freude an ihren Produkten und nach diesem ersten Hineinschnuppern in die Welt der Audioproduktion Lust auf mehr bekommen. Auch in den Inhalten ihrer Spots waren sich alle einig. Dabei möchte ich zusammenfassend eine Textzeile aus einem ausgewählten Spot zitieren: „Schrödinger ist – supergeil!!!“

Eva Dirninger

FOTO

(300 dpi Auflösung)



SONSTIGER NACHWEIS LT. EE-KRITERIENKATALOG

Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.

Berichte bitte spätestens eine Woche nach der Durchführung an ee@hlw-schroedinger.at senden.