

## Praxisauftrag: Werbeträger, Werbemittel und Mediaplanung

(c4.mk.bt8, c4mk.bt6, d3.mk.bt2, d3.mk.bt3, d3.mk.bt4)

---

### Handlungskompetenzen

---

c4: Marketing- und Kommunikationsaktivitäten umsetzen

d3: Verkaufs- und Verhandlungsgespräche mit Kunden oder Lieferanten führen

### Ausgangslage

---

Kaufleute empfehlen zielgruppengerechte Werbemittel und Platzierungen, erklären die technischen Begebenheiten und machen auf spezielle Anforderungen aufmerksam. Sie erläutern Preisstrukturen und erklären Einsatzmöglichkeiten. Die Liefertermine werden überwacht und die Kampagne verrechnet. Im Anschluss werden die aus der Kampagne gezogenen Statistiken analysiert.

### Aufgabenstellung

---

Teilaufgabe 1: Sie erstellen mit aussagekräftigen Kriterien einen plausiblen Intra- und Intermediavergleich für ein Produkt/eine Dienstleistung mit Empfehlung des geeigneten Werbeträgers.

---

Teilaufgabe 2: Sie erarbeiten für Kund:innen ein Angebot mit geeigneten klassischen oder/und digitalen Werbemitteln und Vorschlägen zur Platzierung.

---

Teilaufgabe 3: Sie errechnen die Kosten für eine Kampagne und stellen die Rechnung nach betrieblichen Vorgaben aus.

### Hinweise zur Lösung

---

Verbinden Sie die Übungen zur Zielgruppendefinition im überbetrieblichen Kurs mit den Aufträgen im Lehrbetrieb.

### Organisation

---

Führen Sie den Praxisauftrag direkt in Ihrem Arbeitsalltag aus.

Für die Dokumentation des Vorgehens benötigen Sie zwischen 30 und 45 Minuten.