Übersicht Jugendmedienschutz

Sekundarstufe 1 Wirtschaft / Berufs- und

Studienorientierung (WBS)

Inhalt

[1 Sekundarstufe 1 - Wirtschaft / Berufs- und Studienorientierung (WBS) 1](#_Toc523307315)

[1.1 Leitgedanken zum Kompetenzerwerb (🡪 BP 2016 online) 1](#_Toc523307316)

[1.1.1 Beitrag des Faches zur Leitperspektive Medienbildung (MB) 1](#_Toc523307317)

[1.2 Prozessbezogene Kompetenzen (🡪 BP 2016 online) 1](#_Toc523307318)

[1.2.1 Urteilskompetenz (siehe BP Kap. 2.2) 1](#_Toc523307319)

[1.2.2 Methodenkompetenz (siehe BP Kap. 2.4) 2](#_Toc523307320)

[1.3 Inhaltsbezogene Kompetenzen (🡪 BP 2016 online) 3](#_Toc523307321)

[1.3.1 Klassen 7/8/9 (siehe BP Kap. 3.1) 3](#_Toc523307322)

[1.3.2 Klasse 10 (siehe BP Kap. 3.2) 6](#_Toc523307323)

1. Sekundarstufe 1 - Wirtschaft / Berufs- und Studienorientierung (WBS)
   1. Leitgedanken zum Kompetenzerwerb (🡪 [BP 2016 online](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/LG))
      1. Beitrag des Faches zur Leitperspektive Medienbildung (MB)

Insbesondere die prozessbezogenen Standards zur Methodenkompetenz nehmen die Zielsetzungen der Leitperspektive Medienbildung auf. Medien fungieren als Führer und Verführer in ökonomischen Lebenssituationen, daher sollen die Schülerinnen und Schüler in die Lage versetzt werden, sich selbstständig Informationen zu ihren ökonomischen Lebenssituationen zu beschaffen und diese kritisch zu reflektieren. Medienbildung soll helfen, nicht nur mündig mit Informationen umgehen, sondern auch die Einflussmöglichkeiten als kritischer Wirtschaftsbürger nutzen zu können.

* 1. Prozessbezogene Kompetenzen (🡪 [BP 2016 online](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/PK))
     1. Urteilskompetenz (siehe BP Kap. 2.2)

|  |
| --- |
| **Die Schülerinnen und Schüler können** |
| 4. beurteilen, inwieweit die Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung sowie die Mediengesellschaft  ökonomisches Handeln beeinflussen |

* + 1. Methodenkompetenz (siehe BP Kap. 2.4)

|  |
| --- |
| **Die Schülerinnen und Schüler können** |
| 1. Quellen für Informationen zur Bewältigung ökonomischer Lebenssituationen sowie über Berufe, Bildungs- und Berufswege benennen und selbstständig mithilfe von Print- und elektronischen Medien sowie durch Erkundung oder Expertenbefragung erforschen  3. die Interessen der Quellenherausgeber von Informationen ökonomischer Denkweisen identifizieren  und die Validität sowie Objektivität von Informationen erkennen |

* 1. Inhaltsbezogene Kompetenzen (🡪 [BP 2016 online](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS))

Hinweise zur Nutzung der folgenden Tabellen:

Unsere Verweise in die SESAM-Mediathek liefern entweder eine Medien-ID oder ein bis mehrere Suchworte für die Mediathek mit. Klicken Sie dazu in den folgenden Tabellen auf die Links in der Spalte „Benötigte Medien“. In der Suchleiste der Mediathek können die mitgelieferten Suchworte bei Bedarf nochmals geändert und die Suchergebnisse nach persönlichen Vorstellungen gefiltert oder sortiert werden. Ansonsten können Sie die Suchworte einfach übernehmen. Für den konkreten Einsatz der Medien im Unterricht - ob als Download, Streaming oder Vorbestellung für die Ausleihe - ist Ihre Anmeldung erforderlich. Bitte beachten Sie, dass nicht alle Titel an allen Medienzentren verfügbar sind.

Ergänzen Sie unsere Tabellen in den Spalten „Mögliche Unterrichtsideen“ und „Benötigte Medien, z.B.“ nach Ihren Wünschen.

* + 1. Klassen 7/8/9 (siehe BP Kap. 3.1)
       1. *Verbraucher (siehe BP Kap. 3.1.1)*

*1.3.1.1.1 Konsument (siehe BP Kap. 3.1.1.1)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (4) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (Kosten für Produktionsfaktoren) erläutern (G)  (4) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (Kosten für Produktionsfaktoren) nennen und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft analysieren (M)  (4) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (u. a. Kosten für Produktionsfaktoren) erläutern und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft  analysieren (E) | MG > Werbung; Einkaufen im Netz > Suchprofile, Preisvergleich, Preisanpassung, Offene und verdeckte Kosten |  |  |  | x |  | [Sesam Medien „Einkaufen im Netz“: Klicksafe-Website zum Thema](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Einkaufen&inp=token:im&inp=token:Netz) | AES 3.1.4.2 Qualitätsorientierung  D 3.2.1.3 Medien (3)  BO Fachspezifische und handlungsorientierte Zugänge  zur Arbeits- und Berufswelt  BTV Personale und gesellschaftliche Vielfalt  MB Medienanalyse  PG Wahrnehmung und  Empfindung  VB Bedürfnisse und Wünsche |
| (8) die Bedingungen (u. a. Geschäftsfähigkeit,  Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (z. B. Online-Geschäfte) erklären  (8) die Bedingungen (u. a. Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (z.B. Online Geschäfte) mithilfe von gesetzlichen Regelungen erklären (G, M) | MG > Einkaufen im Netz > Bezahlsysteme, Abzocke, Rechte und Pflichten, Wirtschaftsfaktor Daten |  |  |  | x |  | AES 3.2.2 Lebensgestaltung und Konsum  D 3.2.1.2 Sach-und  Gebrauchstexte  MB Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz  VB Verbraucherrechte |
| (9) Instrumente der Verbraucherpolitik (Verbraucherinformation, ­bildung, ­schutz) beurteilen (G, M)  (9) Instrumente der Verbraucherpolitik (Verbraucherinformation, -bildung, -schutz) beurteilen und Voraussetzungen für Konsumentensouveränität erklären (E) | MG > Einkaufen im Netz > Pishing, Rechte und Pflichten |  |  |  | x |  | AES 3.1.4.5 Verbraucherschutz  D 3.2.1.3 Medien  GK 3.1.2.1 Kinderrechte (3)  BO Fachspezifische und handlungsorientierte  Zugänge zur Arbeits- und Berufswelt  MB Jugendmedienschutz  PG Selbstregulation und  Lernen  VB Verbraucherrechte |

##### *Geldanleger (siehe BP Kap. 3.1.1.2)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (2) die Bedeutung eines Girokontos in den verschiedenen  Lebenssituationen erklären und die Funktionsweise von  Onlinebanking beschreiben (G, M, E) | ITG > Datensicherheit  MG > Einkaufen im Netz > Pishing |  |  |  | x | x | [Sesam Medien „Einkaufen im Netz“: Klicksafe-Website zum Thema](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Einkaufen&inp=token:im&inp=token:Netz) | MB Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz |

##### *Kreditnehmer (siehe BP Kap. 3.1.1.3)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (5) Ursachen für Überschuldung und deren Folgen erläutern (G, M, E) | MG > Sucht > Handysucht |  |  |  | x |  | [Sesam Medien Thema „Smartphone“: z.B. Mediensammlung „Smartphone und Internet“](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Smartphone) | AES 3.2.2 Lebensgestaltung  und Konsum  BO Planung und Gestaltung  des Übergangs in Ausbildung,  Studium und Beruf  PG Sucht und Abhängigkeit |
| (6) die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) unter Berücksichtigung staatlicher Schutzvorschriften  (z. B. Widerrufsrecht) herausarbeiten (G)  (6) die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) unter Berücksichtigung staatlicher Schutzvorschriften (z. B. Widerrufsrecht) erörtern (M)  (6) die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) erörtern und die Wirkung staatlicher Schutzvorschriften (z. B. Widerrufsrecht) beurteilen (E) | MG > Smartphone > Handy-Verträge, Tarife, Schuldenfalle, In-App-Käufe |  |  |  | x |  | GK 3.1.1.3 Familie und Gesellschaft  BO Einschätzung und Überprüfung eigener Fähigkeiten und Potenziale  VB Chancen und Risiken der  Lebensführung |

#### Erwerbstätiger (siehe BP Kap. 3.1.2)

*1.3.1.2.1 Berufswähler (siehe BP Kap. 3.1.2.1)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (3) mithilfe von Medien und Institutionen  (auch von außerschulischen Partnern) entscheidungsrelevante Informationen (Berufswege, Bildungswege) für die Berufswahl herausarbeiten  und einen Zeitplan für ihre Berufsfindung erstellen (G)  (3) mithilfe von Medien und Institutionen (auch von außerschulischen Partnern) entscheidungsrelevante Informationen (Berufswege, Bildungswege) für die Berufswahl analysieren und einen Zeitplan für ihre Berufsfindung gestalten (M)  (3) mithilfe von Medien und Institutionen (auch von außerschulischen Partnern) entscheidungsrelevante  Informationen (Berufswege, Bildungswege) für die Studien- und Berufswahl analysieren und eigene Zukunftsentwürfe gestalten | I&W > Suchmaschinen > Alternative Suchmaschinen, Einstellungen | x |  |  |  |  | [Sesam Medien Thema „Suchmaschinen“: z.B.](https://sesammediathek.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:Suchmaschinen)  [Web-DVD „Informationen im Netz kompetent beschaffen“](https://sesambw.lmz-bw.de/mediathek?inp=token:4677605) | D 3.2.1.3 Medien  E1 3.2.1 Soziokulturelles  Orientierungswissen /  Themen (3)  BO Informationen über  Berufe, Bildungs-, Studien und Berufswege  MB Information und Wissen  PG Selbstregulation und Lernen |

* + 1. Klasse 10 (siehe BP Kap. 3.2)
       1. *Erwerbstätiger (siehe BP Kap. 3.2.2)*

*1.3.2.1.1 Unternehmer (siehe BP Kap. 3.2.2.1)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bildungsplanbezug** | **Mögliche Unterrichtsideen** | **I & W** | **K & K** | **P & P** | **MA/-G** | **ITG** | **Benötige Medien, z.B.** | **Verweise auf andere Fächer/Leitperspektiven** |
| (11) das Image eines Unternehmens und dessen Folgen  analysieren (G)  (11) Auswirkungen gesellschaftlicher Einstellungen auf  Unternehmenskultur erklären und Ursachen für Unternehmensimages sowie dessen Folgen analysieren (M, E) | MA > Medienethik > Ethik der Medienunternehmern |  |  |  | x |  |  | BTV Personale und  Gesellschaftliche Vielfalt  MB Medienanalyse |

**Liste der Abkürzungen**

Leitperspektive Medienbildung/ Konkretisierungen

I & W = Information und Wissen

K & K = Kommunikation und Kooperation

P & P = Produktion & Präsentation

MA/-G = Medienanalyse/ Mediengesellschaft

ITG = Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz/ Informationstechnische Grundlagen

Leitperspektiven

[BNE = Bildung für nachhaltige Entwicklung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_BNE)

BTV = [Bildung für Toleranz und Akzeptanz von Vielfalt](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_BTV)

PG = [Prävention und Gesundheitsförderung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_PG)

BO = [Berufliche Orientierung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_BO)

MB = [Medienbildung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_MB)

VB = [Verbraucherbildung](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_LP_VB)