

## Projektarbeit

Im 2. Halbjahr des 12. Jahrgangs ist auf Basis eines mehrwöchigen Projekts eine **Projektarbeit** mit beruflichem Bezug anzufertigen. Sie ist auf der Grundlage der Profulfächer Betriebswirtschaft mit Rechnungswesen-Controlling und Praxis der Unternehmung zu erstellen.

Im Fach Praxis der Unternehmung wird das Projekt durchgeführt und begleitet – im Fach Betriebswirtschaft mit Rechnungswesen-Controlling werden die theoretischen Grundlagen des **Projektmanagements** erarbeitet. Auch das Fach Berufliche Informatik wird am Wirtschaftsgymnasium Osnabrück mit in das Projekt einbezogen. Die Projektarbeit wird mit einer Note bewertet. Die Bewertung geht in die Benotung der beteiligten Fächer im zweiten Schulhalbjahr der Qualifikationsphase (12,2) ein. Über die exakte Gewichtung werden die Schülerinnen und Schüler rechtzeitig informiert.

Die Projektarbeit wird i. d. R. als Gruppenarbeit im Lerngebiet 5 (Ziele, Aufgaben und Prozesse der Marktkommunikation) angefertigt und gibt den Schülerinnen und Schülern Gelegenheit zur **vertieften selbstständigen wissenschaftspropädeutischen Arbeit**.

### Exemplarische Themen zum Oberthema „Primärforschung“

- Primärforschung im Unternehmen anhand einer Befragung zur Kundenzufriedenheit im Bereich Merchandising beim VfL Osnabrück
- Primärforschung im Unternehmen – dargestellt anhand einer Befragung zum Image des Unternehmens Cafe & Bar Celona
- Primärforschung im Unternehmen anhand einer Umfrage – Untersuchung des Marktpotentials der TAP-Schiene des Dental Labors Kock gegen das Schnarchen
- Primärforschung anhand einer Umfrage zur Veränderung des Angebots und der Nachfrage nach dem Standortwechsel des Unternehmens Sport Contact GmbH & Co. KG
- Primärforschung im Unternehmen – dargestellt anhand einer Befragung zur Untersuchung der Bestandsstruktur mit einer anschließenden Optimierung des Sortiments bei dem Kopfüber Store

### Exemplarische Themen zum Oberthema „Kommunikationspolitik in Unternehmen“

- Kommunikationspolitik in Unternehmen unter Berücksichtigung moderner Werbeträger im Rahmen des social media Marketings, klassischer Werbung und Werbung im öffentlichen Raum zur Bekanntmachung der Eröffnung des neuen Tigertempelgartens im Zoo Osnabrück
- Maßnahmen der Direktwerbung und des Social Media Marketing für den Malerbetrieb Stefan Schmidwilken
- Kommunikationspolitische Maßnahmen zur Studentenakquise in forschungsintensiven Hochschulbereichen am Beispiel der Gründung eines studentischen Fördervereins (Hochschule Osnabrück)
- Kommunikationspolitik im Hotelgewerbe – dargestellt anhand der Konzeption eines Gastjournals für das Hotel-Restaurant Gieseke-Asshorn"
  - Kommunikationspolitik in Unternehmen dargestellt am Beispiel der Gestaltung einer Facebook-Seite für eine Pizzeria (Pizzeria „bei Paco“)