

1. Der Prüfling soll nachweisen, dass er allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darstellen und beurteilen kann;
2. der Prüfling soll schriftliche Aufgaben bearbeiten;
3. die Prüfungszeit beträgt 45 Minuten.

(8) Die einzelnen Prüfungsbereiche sind wie folgt zu gewichten:

- | | | |
|----|--|-------------|
| 1. | Prüfungsbereich Kundengespräch | 30 Prozent, |
| 2. | Prüfungsbereich Waren und Dienstleistungen | 30 Prozent, |
| 3. | Prüfungsbereich Kaufmännisches Handeln | 30 Prozent |
| 4. | Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde | 10 Prozent. |

(9) Die Abschlussprüfung ist bestanden, wenn die Leistungen

1. im Gesamtergebnis mit mindestens „ausreichend“,
2. im Prüfungsbereich Kundengespräch mit mindestens „ausreichend“,
3. in mindestens zwei der übrigen Prüfungsbereiche mit mindestens „ausreichend“ und
4. in keinem Prüfungsbereich mit „ungenügend“

bewertet worden sind.

(10) Auf Antrag des Prüflings ist die Prüfung in einem der mit schlechter als „ausreichend“ bewerteten Prüfungsbereiche, in denen Prüfungsleistungen mit eigener Anforderung und Gewichtung schriftlich zu erbringen sind, durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten zu ergänzen, wenn dies für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann. Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind das bisherige Ergebnis und das Ergebnis der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2 : 1 zu gewichten.

§ 7 Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. August 2008 in Kraft.

Anlage 1 (zu § 3 Abs. 1 Satz 1)

Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Fotomedienfachmann/zur Fotomedienfachfrau - Sachliche Gliederung -

(Fundstelle: BGBl. I 2008, 460 - 464)

Abschnitt A: Berufsprofilgebende Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten
1	2	3
1	Kundenorientierung und -beratung (§ 3 Abs. 2 Abschnitt A Nr. 1)	
1.1	Kundenberatung (§ 3 Abs. 2 Abschnitt A Nr. 1.1)	a) Informationen über Produkte des Medienmarktes erschließen b) Eigenschaften und Anwendungsmöglichkeiten von Waren unter Berücksichtigung ökologischer, wirtschaftlicher, sicherheitsrelevanter und rechtlicher Aspekte darstellen c) Waren- und Produktkennzeichnungen berücksichtigen und für die Information von Kunden nutzen d) Kunden differenziert nach Zielgruppen über betriebliche Produkte und Dienstleistungen, insbesondere über qualitäts- und preisbestimmende Merkmale, informieren