|  | Themen in TERRA 1 Gymnasium Nordrhein-Westfalen  \* = fakultativ (über KLP hinaus) | Problemfelder und zentrale Inhalts- und Problemaspekte |
| --- | --- | --- |
|  | \* 1. Erdkunde - dein neues Fach (S.6-17) | |
|  | \* Auftakt: Erdkunde - dein neues Fach (S.6/7)  \* Planet Erde (S.8/9)  \* Unser einzigartiger Planet … (S.10/11)  \* … und was der Mensch daraus macht (S.12/13)  \* Die Erde erforschen (S.14/15)  \* Die Erde im Klassenzimmer (S.16/17) |  |
|  | 2. Sich orientieren (S.18-51) | |
|  | Auftakt: Sich orientieren (S.18/19)  Auf die Wahrnehmung kommt es am (S.20/21)  Wo ich lebe und lerne (S.22/23)  So passt die Stadt auf eine Seite (S.24/25)  Methode: Karten lesen - Entfernungen bestimmen (S.26/27)  \* TERRA FÜR DICH (S.28/29)  \* Methode: Von Höhenlinien und Höhenprofilen (S.30/31)  Die ganze Welt in einem Buch (S.32/33)  Methode: Wie du mit dem Atlas arbeitest (S.34/35)  Orientieren im Gelände (S.36/37)  \* Methode: Mit Google Earth entdecken (S.38/39)  \* Methode: Meinen Schulweg in Google Earth zeichnen (S.40/41)  Orientieren auf der Erde (S.42/43)  Orientieren in Deutschland und Europa (S.44/45)  Bundeshauptstadt Berlin (S.46/47)  Training (S.48/49) |  |
|  | 3. Leben auf dem Land, Leben in der Stadt (S.52-77) | |
|  | Auftakt: Leben auf dem Land, Leben in der Stadt (S.52/53)  \* Lebensräume (S.54/55)  Wir aus Borchen (S.56/57)  Borchen verändert sein Gesicht (S.58/59)  Methode: Ein Luftbild auswerten (S.60/61)  Magnet Stadt (S.62/63)  Eine Stadt hat viele Gesichter (S.64/65)  \* Der Stadtgeschichte auf der Spur (S.66/67)  Methode: Gebäudenutzung in der Innenstadt kartieren (S.68/69)  \* TERRA FÜR DICH (S.70/71)  Methode: Tabellen lesen und auswerten (S.72/73)  Orientierung: Stadt und Land (S.74/75)  Training (S.76/77) | PF 1: Konsumentensouveränität - Verkaufsstrategien  a) Bedürfnisse, Nachfrage und wirtschaftliches Handeln |
|  | 4. Auf den Standort kommt es an (S.78-111) | |
|  | Auftakt: Auf den Standort kommt es an (S.78/79)  Wirtschaft - mit verteilten Rollen (S.80/81)  Warum hier und nicht woanders (S.82/83)  Warum hier und nicht woanders? Das „braune“ Gold (S.84/85)  Warum hier und nicht woanders? BASF - Europas größtes Chemiewerk (S.86/87)  Warum hier und nicht woanders? Von Köln in die ganze Welt - UPS (S.88/89)  Warum hier und nicht woanders? „HAIReinspaziert“ (S.90/91)  Warum hier und nicht woanders? „Ribéry über links!?“ (S.92/93)  Auf der Suche nach dem besten Standort (S.94/95)  \* Mit Kohle „Kohle“ machen? (S.96/97)  Ein Ballungsraum entsteht (S.98/99)  Strukturwandel im Ruhrgebiet (S.100/101)  Wissen findet Stadt (S.102/103)  \* TERRA FÜR DICH (S.104/105)  \* TERRA FÜR DICH (S.106/107)  Orientierung: Wirtschaftsstandorte in Europa (S.108/109)  Training (S.110/111) | PF 1: Konsumentensouveränität - Verkaufsstrategien  a) Bedürfnisse, Nachfrage und wirtschaftliches Handeln  c) Marketinginstrumente und Verkaufsstrategien  d) Konsum und ökologische Verantwortung  PF 2: Markt - Marktprozesse zwischen Wettbewerb, Konzentration und Marktmacht  a) Die Koordination von Angebot und Nachfrage am Markt und Funktionen des Marktpreises  b) Wettbewerb versus Konzentration; Marktgeschehen und staatlicher Ordnungsrahmen  PF 4: Produktion - Technischer Fortschritt - Strukturwandel  b) Standortfaktoren, betriebliche Grundfunktionen und betriebliche Kennziffern  c) Innovationen in der Produktion und Strukturwandel  PF 5: Arbeit und Beruf in einer sich verändernden Industrie-, Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft  a) Berufswahl und Berufswegplanung  b) Der Arbeitsmarkt und der Wandel von Arbeitsformen, Arbeitsbedingungen und Qualifikationsanforderungen durch technischen Fortschritt und Globalisierung  d) Wege in die unternehmerische Selbstständigkeit, Chancen und Risiken |
|  | 5. Der Natur auf der Spur (S.112-125) | |
|  | \* Auftakt: Der Natur auf der Spur (S.112/113)  \* TERRA FÜR DICH (S.114/115)  \* Boden untersuchen (S.116/117)  \* Einen Bach erkunden (S.118/119)  \* Wetter beobachten und messen (S.120-123)  Methode: Klimadiagramme auswerten und zeichnen (S.124/125) |  |
|  | 6. Landwirte versorgen uns (S.126-157) | |
|  | Auftakt: Landwirte versorgen uns (S.126/127)  \* Über den Tellerrand geschaut (S.128/129)  Getreide und Zuckerrüben aus der Börde (S.130-133)  Methode: Landwirtschaft heute - ein Gruppenpuzzle (S.134/135)  Viel Fleisch für viele (S.136/137)  Milch frisch getankt (S.138/139)  Salat täglich frisch (S.140/141)  Biohof Schepers (S.142/143)  Landwirtschaft so oder so!? (S.144/145)  Methode: Einen Betrieb erkunden (S.146/147)  Was ihr wollt!? (S.148/149)  \* Mystery: Soll Landwirt Jan Helmer Energiewirt werden? (S.150/151)  \* TERRA FÜR DICH (S.152/153)  Orientierung: Landwirtschaftsgebiete in Deutschland (S.154/155)  Training (S.156/157) | PF 1: Konsumentensouveränität - Verkaufsstrategien  a) Bedürfnisse, Nachfrage und wirtschaftliches Handeln  b) Kaufverhalten, Verbraucherschutz, Rechte und Pflichten der Käuferin/des Käufers  c) Marketinginstrumente und Verkaufsstrategien  d) Konsum und ökologische Verantwortung  PF 2: Markt - Marktprozesse zwischen Wettbewerb, Konzentration und Marktmacht  a) Die Koordination von Angebot und Nachfrage am Markt und Funktionen des Marktpreises  b) Wettbewerb versus Konzentration; Marktgeschehen und staatlicher Ordnungsrahmen  PF 4: Produktion - Technischer Fortschritt - Strukturwandel  a) Unternehmensformen und die Rolle der Unternehmerin/des Unternehmers in der Marktwirtschaft  b) Standortfaktoren, betriebliche Grundfunktionen und betriebliche Kennziffern  c) Innovationen in der Produktion und Strukturwandel  PF 7: Ökologische Herausforderungen/Verhältnis von Ökonomie und Ökologie  b) Qualitatives versus quantitatives Wachstum – nachhaltiges Wirtschaften und Kreislaufwirtschaft  d) Innovationspotenziale ökologisch orientierter Produktion |
|  | 7. Wohin in Ferien und Freizeit | |
|  | Auftakt: Wohin in Ferien und Freizeit (S.158/159)  \* Wohin die Reise geht (S.160/161)  Lust auf Meer (S.162/163)  Ebbe und Flut (S.164/165)  \* TERRA FÜR DICH (S.166/167)  Nationalpark Wattenmeer (S.168/169)  Ferien an der Ostsee (S.170/171)  \* TERRA FÜR DICH (S.172/173)  Lust auf Gebirge (S.174/175)  Ferien am Matterhorn (S.176-179)  Immer höher hinaus? (S.180/181)  \* Über und durch die Alpen (S.182/183)  Lust auf Sonne (S.184/185)  Lust auf Stadt (S.186/187)  \* Der Städtetourismus boomt (S.188/189)  \* Künstliche Freizeitwelten (S.190/191)  Methode: Eine Befragung durchführen (S.192/193)  Orientierung: Feriengebiete in Europa (S.194/195)  Training (S.196/197) | PF 1: Konsumentensouveränität - Verkaufsstrategien  a) Bedürfnisse, Nachfrage und wirtschaftliches Handeln  b) Kaufverhalten, Verbraucherschutz, Rechte und Pflichten der Käuferin/des Käufers  c) Marketinginstrumente und Verkaufsstrategien  d) Konsum und ökologische Verantwortung  PF 4: Produktion - Technischer Fortschritt - Strukturwandel  b) Standortfaktoren, betriebliche Grundfunktionen und betriebliche Kennziffern  PF 7: Ökologische Herausforderungen/Verhältnis von Ökonomie und Ökologie  b) Qualitatives versus quantitatives Wachstum – nachhaltiges Wirtschaften und Kreislaufwirtschaft  d) Innovationspotenziale ökologisch orientierter Produktion |
|  | 8. Projekt: Strom, Wasser, Müll - woher und wohin? (S.198-211) | |
|  | Auftakt: Projekt: Strom, Wasser, Müll - woher und wohin? (S.198/199)  \* Methode: Ein Projekt durchführen (S.200/201)  Woher kommt unser Wasser? (S.202/203)  Wohin geht unser Abwasser? (S.204/205)  Woher kommt unser Strom? (S.206/207)  \* Abfall entsorgen - aber wie? (S.208/209)  Methode: Eine Wandzeitung gestalten (S.210/211) | PF 1: Konsumentensouveränität - Verkaufsstrategien  d) Konsum und ökologische Verantwortung  PF 4: Produktion - Technischer Fortschritt - Strukturwandel  b) Standortfaktoren, betriebliche Grundfunktionen und betriebliche Kennziffern  c) Innovationen in der Produktion und Strukturwandel  PF 7: Ökologische Herausforderungen/Verhältnis von Ökonomie und Ökologie  b) Qualitatives versus quantitatives Wachstum – nachhaltiges Wirtschaften und Kreislaufwirtschaft  c) Prinzipien der Umweltökonomie und Einsatz umweltpolitischer Instrumente im nationalen und internationalen Rahmen  d) Innovationspotenziale ökologisch orientierter Produktion |
|  | 9. Haltern am See - ein Raum unter der Lupe (S.212-225) | |
|  | Auftakt: Haltern am See - ein Raum unter der Lupe (S.212/213)  Methode: Einen Raum analysieren (S.214/215)  Haltern im Überblick (S.216/217)  Warum besuchen so viele Menschen Haltern? (S.218/219)  Warum hat Haltern so viele Seen? (S.220/221)  Warum gibt es Streit um die Silberseen? (S.222/223)  Einen Raum entwickeln - biken, baggern, belassen? (S.224/225) | PF 1: Konsumentensouveränität - Verkaufsstrategien  a) Bedürfnisse, Nachfrage und wirtschaftliches Handeln  c) Marketinginstrumente und Verkaufsstrategien  d) Konsum und ökologische Verantwortung  PF 7: Ökologische Herausforderungen/Verhältnis von Ökonomie und Ökologie  b) Qualitatives versus quantitatives Wachstum – nachhaltiges Wirtschaften und Kreislaufwirtschaft  d) Innovationspotenziale ökologisch orientierter Produktion |