

Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Anmerkung: Wo nichts vermerkt ist an Leistungszielnummern oder Methodik, liegt es in der Kompetenz der Kursleiter/in dies zu gestalten.

Erster überbetrieblicher Kurs: Dauer 2 Tage		
INHALT	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Umgang mit dem Modell-Lehrgang, alle 10 Kapitel einbeziehen, richtige Leistungsziele auswählen		Ausdruck des Modell-Lehrganges von www.bsw.ch
Arbeits- und Lernsituation, Kennen lernen der Verhaltenskriterien, Stellenwert und Handhabung der ALS		Gruppenarbeiten mit Beispielen von Verhaltenskriterien aus dem Betrieb
Prozesseinheiten, Stellenwert und Handhabung der PE, Präsentationstechnik		Flussdiagramm, Präsentationstechnik
Die Branche Kommunikation, die Verbände, die wirtschaftliche Bedeutung der Branche	1.5.1.1. – 1.5.1.4 1.8.1.1, 1.8.1.2, 1.17.1.1, 1.17.1.4	Lehrmittel, Hausaufgaben
Wissenssicherung		
Ausblick auf 1. Lehrjahr und Feedback zum üK		Checkliste, Fragebogen

Zweiter überbetrieblicher Kurs: 3 Tage		
INHALT	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Lernfortschrittskontrolle		
Wissensicherung üK 1		
Lernende stellen Produkte und Dienstleistungen des Lehrbetriebs vor.	1.1.2.3, 1.2.1.1, 1.2.2.2, 1.13.1.1, 1.18.1.1-3	Hausaufgaben, Präsentationen
Kommunikation als Geschäftsfeld	1.8.1.2, 1.7.1.1	Private, öffentlich inhaltsorientierte und kommerzielle Kommunikation, Kommunikationsquadrat Schulz von Thun
Einführung in Branchenkunde: Was ist Kommunikation, was ist Marketing, was ist Werbung	1.9.1.3	Lehrmittel
Verbale, nonverbale Kommunikation, 4 Ohren – Schulz von Thun Kommunikation	1.11.1.5	Praktische Übungen
Marketing-Mix anhand Dienstleistung oder Produkt des Lehrbetriebes	1.2.2.3, 1.2.2.4, 1.16.3.9, 1.17.3.1, 1.17.3.2	Präsentationen
Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden, Zusammenstellen eines Mixes der Kommunikationsinstrumente	1.9.1.1	Lehrmittel, Übungen
Vernetzte Kommunikation	1.9.1.3	Lehrmittel, Übungen
Werbung / Ziele / Wirkung	1.9.1.4	Lehrmittel, Übungen
Unterschied PR / Werbung	1.9.1.2	Lehrmittel, Übungen
Werbeträger – Werbemittel	1.9.2.1	Lehrmittel, Übungen
Zielgruppenbestimmung, Einführung und erste Übungen	1.9.1.5 1.18.4.2	Lehrmittel, Übungen

Ausbildungs- und Prüfungsbranche Kommunikation
Kaufmännische Grundbildung

INHALT	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Zuordnung von Begriffen, Fachausdrücken		Gruppenarbeit
Positionierung	1.9.1.6	Lehrmittel, Übungen
Mehrsprachigkeit	1.9.1.7	Lehrmittel, Übungen
Werbewirkung Vertiefung mit 7 W's	1.9.1.3, 1.19.3.1	Lehrmittel, Übungen
Medium, Medien, Massenmedien	1.7.1.1, 1.19.1.1-7	
Werbeformen in verschiedenen Medien	1.9.2.1, 1.16.4.4, 1.19.1.5-7	Lehrmittel, Übungen
Inserat	1.9.2.1	Lehrmittel, Übungen
Mediaplanung, Marktforschung	1.9.2.2, 1.9.2.4, 1.9.2.5, 1.15.1.1- 1.15.2.7 1.19.1.1- 1.19.1.7	Lehrmittel, Übungen
Mediavergleich, Marktforschung, Mediamix, Crossmedia	1.9.2.3, 1.8.1.5, 1.8.1.6, 1.19.2.1- 1.19.2.4 1.19.2.2-3	Werbefibel, Übungen
Fragen der Lernenden, offenes Gespräch über Lehre		
Planung der Lehrzeit bis zum nächsten üK und Feedback üK		Checkliste, Fragebogen
Wissensicherung		

3. Überbetrieblicher Kurs 4 Tage		
INHALT	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Lernfortschrittskontrolle,		
Wissenssicherung üK 2		
Einführung in Vorstufe und Druck,	1.10.1.3-8, 1.17.2.5-12	Vertiefung je nach Fachrichtung
Schrift, Art, Grösse, Leserlichkeit, Anwendungsbereiche	1.10.1.3	Vertiefung je nach Fachrichtung
Datenformate, Datenübermittlung	1.10.1.4, 1.10.1.5	
Papier Verwendung, Verarbeitung, Kartonage, Veredelung	1.10.1.2 1.14.3.2, 1.17.2.1-4 1.18.3.3	Vertiefung je nach Fachrichtung
DIN Reihe, Plakate	1.10.1.1, 1.17.2.3	
Druckverfahren, Weiterverarbeitung	1.10.1.6, 1.10.1.7, 1.10.1.8, 1.14.3.2, 1.17.2.14-15	Vertiefung je nach Fachrichtung
Vertiefung Inhalte aus üK 1 und üK 2: Marketing-Mix	1.2.2.3, 1.2.2.4	Hausaufgaben, Präsentationen
Die Medienvielfalt	1.7.1.3, 1.7.1.4, 1.7.1.5,	Lehrmittel, Übungen
Media-Mix (Intermedia-Vergleich) und Cross-Media (Affinität, Reichweiten, Frequenzen)	1.9.2.3, 1.8.1.5, 1.8.1.6, 1.16.4.6, 1.19.2.4	Werbefibel, Übungen
Vertiefung: Werbeträger, Werbemittel	1.9.2.1, 1.15.2.1 – 1.15.2.7	Vertiefung je nach Fachrichtung
Kriterien der Kommunikationsfähigkeit	1.7.1.3, 1.7.1.4, 1.7.1.5, 1.19.2.1-3	Lehrmittel, Übungen

Ausbildungs- und Prüfungsbranche Kommunikation
Kaufmännische Grundbildung

INHALT	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Vertiefung Marktforschung	1.9.2.3, 1.9.2.4, 1.9.2.5, 1.8.1.5, 1.8.1.6	
Vertiefung Kommunikationsinstrumente	1.9.1.1	Übungen
Vertiefung Zielgruppenbestimmung	1.9.1.5 1.18.4.2	Übungen
Rechtliche Aspekte	1.8.1.3, 1.8.1.4, 1.13.2.1, 1.13.2.2, 1.17.1.2, 1.18.2.5, 1.18.2.6	Vertiefung je nach Fachrichtung
Zuordnung von Begriffen, Fachausdrücken		Gruppenarbeit
Fragen der Lernenden, offenes Gespräch über Lehre		
Ausblick auf 3. Lehrjahr und Feedback für üK		Checkliste, Fragebogen

INHALT FACHRICHTUNG MEDIENVERLAG	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Organigramm des Verlages LZ	1.16.1.1, 1.16.1.2	Hausaufgabe, Übung
Medienverlag, wer ist alles beteiligt an der Entstehung des Produktes? Was ist ein Verlag?	1.16.1.1, 1.16.1.2 1.16.1.3, 1.16.4.1	am Beispiel des eigenen Lehrbetriebes, wie verdient ein Verlag mit Wörtern und Bildern Geld?
publizistische Grundhaltung und redaktionelle Ausrichtung	1.16.2.1 1.16.2.2 1.16.4.2	
Redaktion, journalistische Unterscheidungstechnik, Handwerkzeug, Darstellungsformen	1.16.2.2, 1.16.2.3 1.16.4.2	Lehrmittel, Übungen
Pflichten der Journalisten	1.16.2.4	Lehrmittel, Übungen
Agenturen und Wandel in Redaktion	1.16.2.5, 1.16.2.6	Lehrmittel, Übungen
Anzeigen und Platzierungen, Werbemarkt	1.16.3.2 1.16.4.3 1.16.4.4	Lehrmittel, Übungen
Anzeigenpreise und Rabatte	1.16.3.3	Lehrmittel, Übungen
Anzeigenakquisition Regie, Medienpartnerschaften Kundengewinnung, -bindung	1.16.3.1, 1.16.3.8	Lehrmittel, Übungen
Nutzermarkt, wie gewinnen wir Leser Kundengewinnung, -bindung	1.16.3.8	Auswertung Leseraktionen
Abonnement + Einzelverkauf	1.16.3.7	Lehrmittel, Übungen
Gegenseitige Abhängigkeiten	1.16.1.3	Streitgespräch/Rollenspiel
Vertrieb	1.16.3.5, 1.16.3.6	Lehrmittel, Übungen

INHALT FACHRICHTUNG WERBUNG	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Vertiefung Kommunikationsinstrumente	1.9.1.1, 1.12.1.1 -1.12.1.3	Lehrmittel, Übungen
Imagefaktoren, Image	1.12.2.1, 1.12.2.2	Lehrmittel, Übungen
Strategie und Konzept	1.13.1.3	Lehrmittel, Übungen
Kreationsbriefing	1.13.1.4	Lehrmittel, Übungen
Aufbau und Merkmale von Inseraten, Radiospots, Fernseh- und Kinospots	1.14.1.1- 1.14.1.3	Lehrmittel, Übungen
Produktionsablauf Print-Werbemittel	1.14.2.1, 1.14.2.2	Beispiel Praxis

INHALT FACHRICHTUNG BUCHVERLAG	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Verlagsformen, Verlagsleitung, Verlagsaufbau, Partner	1.18.1.3, 1.18.1.5, 1.18.1.6, 1.18.2.1	Organigramm des eigenen Lehrbetriebes, Schnittstellen, Auslagerung, Prozessabläufe
Schwerpunkt-Titel und Auswahlkriterien	1.18.2.2 1.18.2.4	
Gestaltung, Bestandteile, Herstellung	1.18.3.1, 1.18.3.5, 1.18.3.6	Lehrmittel, Übungen
Historische Entwicklung und Veränderungen der Branche	1.18.3.7 1.18.1.4	
Kalkulation und Ladenpreis, Konditionen	1.18.3.2 1.18.3.4, 1.18.4.4	Lehrmittel, Übungen
Werbekampagnen, Vorschau, Pressearbeit, Einsatz von Kommunikationsinstrumenten	1.18.4.1 1.18.4.7, 1.18.4.9-13	Lehrmittel, Übungen
Vertreter	1.18.4.8	
Statistiken und Rezensionen	1.18.4.5, 1.18.4.6	
Vertrieb	1.18.4.3	Lehrmittel, Übungen

4. Überbetrieblicher Kurs 3 Tage		
INHALT	LEISTUNGSZIELE	METHODIK, HILFSMITTEL
Wissenssicherung üK 3		
Schriftliche Prüfung des Vorjahres simulieren		Betriebliche Prüfung des Vorjahres
Besprechung der Prüfung und Wiederholung des gesamten Stoffes		
Mündliche Prüfung, Simulationen		Kundengespräche
Organisatorische und verfahrensmässige Informationen zur Prüfung		Tätigkeitsbericht mit Wunschgebiet
Klärung offener Fragen		
Evaluation üK		Fragebogen