

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Buchverlagsleitung und Verlagsstruktur

1.18	Leitidee	Bücher sind ein besonderes Gut. Die Ziele, das Sortiment, die Herstellung und die Marketingmassnahmen benötigen ein vertieftes Wissen, um diesem besonderen Gut gerecht zu werden.
------	----------	--

1.18.1	Dispositionsziel	Kaufleute im Verlag sind in der Lage, die Unternehmensphilosophie, die Organisationsstruktur sowie die Marktsituation ihrer Firma nachzuvollziehen.
--------	------------------	---

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.1.1 Leitbild des Lehrbetriebes kennen	Ich kann das Leitbild meines Verlages ohne Hilfsmittel für Aussenstehende verständlich wiedergeben.		- hat die Aussagen des Leitbildes gelesen - kann sie verständlich wiedergeben - für einen Aussenstehenden nachvollziehbar		1.9 Lernfähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K2
1.18.1.2 Mitbewerber des Marktes kennen	Ich nenne Unterschiede und Überschneidungen von Programmen von 4 Mitbewerbern meines Verlages.		- nennt 4 direkte Mitbewerber des Verlages - zeigt Programmüberschneidungen auf - nennt Unterschiede der Programme		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.6 Präsen- tations- technik	K3
1.18.1.3 Verantwortliche des Verlages kennen	Ich kann das Organigramm meines Verlages präzise skizzieren und erkläre die Struktur. Anhand eines Beispiels zeige ich auf, wer in welcher Funktion Entscheidungen trifft.		- skizziert das Organigramm - erklärt Verlagsstruktur - Entscheidungen sind richtiger Funktion zugeordnet		1.13 Transfer- fähigkeit	2.2 Arbeits- technik	K3

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.1.4 Buchpreis- bindung und andere Ver- änderungen in der Branche	Ich umschreibe den Einfluss der Buchpreisbindung und andere Veränderungen (z.B. Konzentrationsprozess) auf Verlag und Kunden. Dabei berücksichtige ich die aktuelle politische und Marktsituation.		-umschreibt Einfluss auf Verlag -umschreibt Einfluss auf Kunden -berücksichtigt aktuelle Situation		1.13 Transfer- fähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K2
1.18.1.5 Verlagsformen kennen	Ich kann 3 verschiedene Verlagsformen nennen und an Beispielen Unterscheidungskriterien aufzeigen.	Neben Gross- und Kleinverlagen gibt es auch Inhaber- und Konzernverlage	- wählt geeignete Beispiele für den Vergleich der verschiedenen Verlagsformen - nennt die wichtigsten Kriterien der einzelnen Verlagsformen - zeigt anschaulich die Unterschiede der einzelnen Verlagsformen auf		1.13 Transfer- fähigkeit	2.11 Vernetztes Denken	K3
1.18.1.6 Verlagsleitung kennen	Ich erkläre die Struktur meiner Verlagsleitung ohne Hilfsmittel und nenne 2 Beispiele von Entscheidungen, die innerhalb der Leitung getroffen werden.		- erklärt die Struktur der Verlagsleitung - ohne Hilfsmittel - nennt 2 Beispiele für Entscheidungen		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.1 Analy- tisches und geplantes Vorgehen	K2
1.18.1.7 Informationen unterscheiden	Ich unterscheide, ob Informationen für den Verlag wichtig oder unwichtig sind. Ich wähle zwei Beispiele von wichtigen Inhalten und zwei von unwichtigen Informationen.		- unterscheidet ob Informationen wichtig oder unwichtig sind - wählt 2 wichtige Inhalte - wählt 2 unwichtige Inhalte		1.13 Transfer- fähigkeit	2.1 Analy- tisches und geplantes Vorgehen	K3

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

1.18.2	Dispositionsziel	Kaufleute im Verlag engagieren sich, die Zielsetzungen in der Programmgestaltung und Titelbearbeitung im Lektorat optimal umzusetzen und dabei auch die rechtlichen Aspekte zu berücksichtigen.
--------	------------------	---

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.2.1 Partner des Lektorats kennen	Ich kann wichtige Partner des Lektorates für einen Laien verständlich nennen und deren Bedeutung und Funktion beschreiben.		- zählt wichtige Partner des Lektorats auf - beschreibt die Bedeutung und Funktion des Partners - für einen Laien verständlich		1.6 Kommunikationsfähigkeit	2.11 Vernetztes Denken	K2
1.18.2.2 Schwerpunkt- titel erkennen und erläutern	Ich sortiere die verschiedenen Titel des Verlagsprogramms nach Wichtigkeit und erläutere, was einen Schwerpunkttitel ausmacht.		sortiert das Verlagsprogramm nach Wichtigkeit - legt Schwerpunkttitel fest - erläutert, was Schwerpunkttitel ausmacht		1.6 Kommunikationsfähigkeit	2.1 Analytisches und geplantes Vorgehen	K3
1.18.2.3 Fachwörter der Abteilung kennen	Ich skizziere den Ablauf der Manuskriptbearbeitung bis zur Satzbearbeitung mit den richtigen Fachwörtern.		- listet alle Arbeiten an einem Manuskript auf. - bringt sie in die chronologisch richtige Reihenfolge - ergänzt die Liste mit den dazugehörigen Fachwörter		1.9 Lernfähigkeit	2.1 Analytisches und geplantes Vorgehen	K2
1.18.2.4 Auswahl- kriterien für einen Titel kennen	Ich kann mit eigenen Worten im Team meine Meinung zu einem Manuskript äussern und eine Zusage bzw. Absage des Textes begründen. Dabei berücksichtige ich die Schwerpunkte des Verlages und zeige auf, welche Kriterien erfüllt bzw. nicht erfüllt sind.		- Liest und beurteilt ein Manuskript nach den Vorgaben des Verlages - zeigt auf, welche Kriterien das Manuskript erfüllt bzw. nicht erfüllt sind - begründet mit eigenen Worten eine Zusage oder Absage des Textes		1.6 Kommunikationsfähigkeit	2.3 Entscheidungstechniken	K6

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.2.5 Rechtliche Grundlagen kennen	Ich kann wichtige Punkte in einem Autorenvertrag aufzählen und begründen, weshalb diese geregelt sein müssen.		-zählt wichtige Punkte auf - begründet die Regelung - zeigt mögliche Konsequenzen bei Nicht-Regelung auf		1.9 Lernfähigkeit	2.11 Vernetztes Denken	K4
1.18.2.6 Nebenrechte und Lizenzen erläutern	a) Ich kann die Arten von Nebenrechten und Lizenzen aufzählen und in Buchnahe und Buchferne unterteilen. b) Ich kann deren Wichtigkeit für den Verlag erläutern. Dabei begründe ich meine Aussagen.		- listet alle möglichen Arten von Nebenrechten /Lizenzen auf - unterteilt diese korrekt in Buchnahe und Buchferne - unterscheidet und begründet die einzelnen Möglichkeiten nach Wichtigkeit für den Verlag		1.9 Lernfähigkeit	2.1 Analy- tisches und geplantes Vorgehen	K2 K3

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Die Buchherstellung

1.18.3	Dispositionsziel	Das äussere Erscheinungsbild eines Buches entscheidet oft auch über den Erfolg oder Misserfolg eines Titels. Kaufleute verfügen über ein gut strukturiertes Wissen in Bezug auf die Buchherstellung und berücksichtigen die betriebswirtschaftlichen Folgen.
--------	------------------	--

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.3.1 Gestaltung einer Buchseite	Ich zeige anhand von vorgegebenen Beispielen auf, welche Möglichkeiten es gibt, die Gestaltung einer Buchseite zu beeinflussen		- zeigt Gestaltungsmöglichkeiten auf - formuliert mögliche Auswirkungen - anhand von vorgegebenen Beispielen		1. 9 Lernfähigkeit	2.1 Analy- tisches geplantes Vorgehen	K4
1.18.3.2 Kalkulationen	Ich nenne drei verschiedene Zeitpunkte für eine Kalkulation und zeige deren Bedeutung auf. Ich kann eine einfache Kalkulation berechnen.		- nennt drei verschiedene Zeitpunkte - zeigt die Bedeutung auf - berechnet eine einfache Kalkulation		1.8 Leistungs- bereitschaft	2.1 Analy- tisches geplantes Vorgehen	K3
1.18.3.3 Auswirkungen der Papierwahl	Ich zeige die Bedeutung der Papierwahl beim Buch auf, indem ich die Auswirkungen auf den Endpreis, die Qualitätsanforderungen und das Erscheinungsbild berücksichtige.		zeigt Auswirkungen auf Erscheinungsbild auf - zeigt Auswirkungen auf Qualität auf - zeigt Auswirkungen auf Endpreis auf		1. 9 Lernfähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K4
1.18.3.4 Ladenpreis- zusammen- setzung wiedergeben	Ich kann ohne Hilfsmittel aufzeigen, wie sich der Ladenpreis zusammensetzt.		erklärt was mit Ladenpreis gemeint ist - zeigt Zusammensetzung des Ladenpreises auf - ohne Hilfsmittel		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K1

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.3.5 Bestandteile und Material eines Buches benennen	Ich kann mit Hilfe eines mir vorgelegten Buches die einzelnen Bestandteile sowie die Materialien genau benennen. Dabei wende ich die Fachausdrücke an		- benennt die einzelnen Bestandteile - benennt die Materialien - wendet Fachausdrücke an		1. 9 Lernfähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K3
1.18.3.6 Cover (Buchdeckel)	Ich lege die Bedeutung eines Covers in eigenen Worten dar. Dabei hebe ich hervor, welche Aussage es machen soll und welche Informationen auf und in den Buchdeckel gehören.		-legt die Bedeutung eines Covers dar -hebt hervor welche Aussage es machen soll -zählt Informationen auf, die auf (in) den Buchdeckel gehören		1.13 Transfer- fähigkeit	2.11 Vernetztes Denken	K4
1.18.3.7 Historische Entwicklung des Buches	Anhand der Druckverfahren zeige ich die Entwicklung des Buches seit Gutenberg auf. Ich berücksichtige die technologischen Neuerungen.		zeigt Entwicklung seit Gutenberg auf - anhand der Druckverfahren - berücksichtigt technologische Neuerungen		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.1 Analy- tisches und geplantes Vorgehen	K3

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Vertrieb, Werbung, Presse

1.18.4	Dispositionsziel	Kaufleute verfügen über die nötigen Fertigkeiten im Bereich Vertrieb, Werbung und Presse, um Bücher und Autoren kundengerecht anzubieten und dabei die Gegebenheiten des Marktes zu kennen und zu nutzen.
---------------	-------------------------	--

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.4.1 Programm und Kunden- bedürfnisse charak- terisieren	Mit eigenen Worten zeige ich anhand von Vorschauen und Pressetexten an den Büchern meines Unternehmens anschaulich auf: welches die besonderen Eigenschaften sind und welchen Nutzen sie im Hinblick auf konkrete Kundenbedürfnisse bringen.	Ich beantworte zum Beispiel folgende Fragen: Wie beschreiben Vorschauen, die Presse usw. die Vorteile eines Buches oder des Verlages. Unterlagen dazu sammle ich übersichtlich in einem Ordner	- sammelt Unterlagen zu den Büchern seines Unternehmens - zeigt mit eigenen Worten die besonderen Eigenschaften auf - zeigt mit eigenen Worten den Nutzen für Kunden auf		1.13 Transfer- fähigkeit	2.11 Vernetztes Denken	K4
1.18.4.2 Zielgruppen bestimmen	Ich kann die Zielgruppe(n) meines Unternehmens bestimmen und benutze qualitative und quantitative Merkmale.		-bestimmt Zielgruppe(n) des eigenen Verlages - benutzt qualitative Merkmale -benutzt quantitative Merkmale		1.8 Lei- stungsbereit- schaft	2.11 Ver- netztes Denken	K4
1.18.4.3 Vertriebswege	Ich kann die verschiedenen Wege aufzeigen, wie ein Buch von der Druckerei zum Leser gelangt und wähle ein Beispiel aus meinem Lehrbetrieb.		- zeigt auf, welche Möglichkeiten der Direktverkauf bietet - zeigt auf, welche Möglichkeiten der Buchhandel bietet - wählt Beispiel aus Lehrbetrieb		1.8 Lei- stungsbereit- schaft	2.11 Vernetztes Denken	K2

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.4.4 Konditionen für Buchhandel und Endkunden	Ich erkläre, welche branchenüblichen Konditionen, der Verlag seinen Kunden einräumen kann. Dabei ordne ich die Kondition den möglichen Kundengruppen zu.		- erklärt die Konditionen - Konditionen sind branchenüblich - Konditionen entsprechen den Kundengruppen		1.9 Lernfähigkeit	2.11 Vernetztes Denken	K2
1.18.4.5 Rezensions- exemplare	Ich zeige auf, was passieren würde, wenn keine Rezensionsexemplare oder eine unbegrenzte Zahl davon verteilt würden		-sortiert das Verlagsprogramm nach Wichtigkeit - legt Schwerpunkttitel fest - erklärt die Wahl der Schwerpunkttitel		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.1 Analy- tisches geplantes Vorgehen	K2
1.18.4.6 Titel- und Umsatz- statistik erklären	Ich kann den Unterschied und die Bedeutung einer Titel- und Umsatzstatistik einem Laien erklären		- erklärt die Bedeutung einer Titel- und Umsatzstatistik -erklärt den Unterschied - für einen Laien verständlich		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K2
1.18.4.7 Werbe- kampagnen kennen lernen	Ich kann die einzelnen Schritte und Massnahmen für eine Werbekampagne eines Schwerpunkttitel meines Verlages nachvollziehbar und für einen Laien verständlich schildern und dabei die spezifischen Gegebenheiten des vorgelegten Beispiels berücksichtigen.		- schildert einzelne Schritte der Werbekampagne - Berücksichtigt in seinen Ausführungen die spezifischen Gegebenheiten des Beispiels - Seine Ausführungen sind für einen Laien verständlich		1.4 Verant- wortungs- bereitschaft	2.11 Vernetztes Denken	K3
1.18.4.8 Vertreter- aufgaben kennen	Ich kann ohne Hilfsmittel die Aufgaben eines Vertreters einem Laien erklären		- erklärt die Aufgaben eines Ver- treters - ohne Hilfsmittel - für einen Laien verständlich		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.2 Arbeits- techniken	K2

Modell-Lehrgang Branche Kommunikation

Fachrichtung Buchverlag / Profil E und B ab Sommer 2009

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial- Kompetenz	Methoden- Kompetenz	Taxo- nomie
1.18.4.9 Website als Verkaufs- instrument erkennen	Ich beschreibe drei Elemente auf der Website meines Verlages für einen Mitarbeiter verständlich, die Verkaufsanreize beinhalten.		- beschreibt drei Elemente der Website - Elemente beinhalten einen Verkaufsanreiz - für einen Mitarbeiter verständlich		1.6 Kommunika- tions- fähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen umgehen	K2
1.18.4.10 Buchmessen als Marketing- instrument	Ich kann ein Beispiel einer Buchmesse geben, die für die Verlagsprodukte meines Lehrbetriebs geeignet wäre und die damit verbundenen Verkaufsziele darlegen.		- gibt eine Buchmesse als Beispiel an - Buchmesse passt zu den Verlagsprodukten - legt Verkaufsziele dar		1.5 Flexibilität	2.2 Arbeits- techniken	K2
1.18.4.11 Presse Medienpräsenz erklären	Ich kann 3 verschiedene Formen der Medienpräsenz von Buch und Autor erläutern.		- erläutert 3 verschiedene Formen der Medienpräsenz - Medienpräsenz bezieht sich auf das Buch - Medienpräsenz bezieht sich auf den Autor		1.5 Flexibilität	2.1 Analy- tisches und geplantes Vorgehen	K2
1.18.4.12 Pressemappen erstellen	Ich nenne Unterlagen, die in eine Pressemappe gehören, aussagekräftig sind und adressatengerecht		-nennt Unterlagen für eine Pressemappe -Unterlagen sind aussagekräftig -adressatengerecht		1.4 Verant- wortungs- bereitschaft	2.3 Entschei- dungs- techniken	K1
1.18.4.13 Möglichkeiten für Events kennen	Ich kann an einem mir vorgelegten Buch oder für einen konkreten Autor drei Möglichkeiten für Events aufzeigen.		zeigt drei Möglichkeiten für Events auf - Events passen zum Buch - Events passen zum Autor		1.13 Trans- ferfähigkeit	2.5 Mit Infor- mations- quellen um- gehen	K3