

|      |           |   |
|------|-----------|---|
| 1.19 | Leitidee: | Der Vermittler/Vermarkter ist Dienstleister für unterschiedliche Anspruchsgruppen. Kenntnisse der Medien und des Werbe-Marktes sind Voraussetzungen für die Hauptaufgaben wie Vermarktungsideen entwickeln, Verkauf und Abwicklung. |
|------|-----------|---|

| 1.19.1   | Dispositionsziel   | Kaufleute setzen die klassischen und neuen Medien gezielt für Werbezwecke ein. Dies setzt eine gute Kenntnisse der Angebote auf dem Markt voraus. |  |                   |  |                                 |                |
|--|--|---|--|-------------------|--|---------------------------------|----------------|
| Nummer<br>Titel  | Leistungsziele   | Tipps und Tricks  | Teilkriterien ALS  | Ich<br>kann'<br>s | Sozial-<br>kompetenz                     | Methoden-<br>kompetenz          | Taxo-<br>nomie |
| 1.19.1.1<br>Presse und ihre<br>Leser<br>beschreiben          | Ich vergleiche wesentliche Unterscheidungsmerkmale von Pressetypen, nenne die grössten Titel schweizweit und beschreibe die Zielgruppe eines Titels.   | Verwenden Sie die Definition der Schweizer Presse und der Wemf  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ vergleicht wesentliche Merkmale</li> <li>_ nennt die grössten Titel schweizweit</li> <li>_ beschreibt eine Zielgruppe</li> </ul>  |                   | Lernfähigkeit,<br>Transfer-<br>fähigkeit | Vernetztes<br>Denken            | K4             |
| 1.19.1.2<br>Plakatgrössen<br>und<br>Spezialstellen<br>nennen | Ich nenne die wichtigsten vier Plakatgrössen und erkläre, was Spezialstellen sind. Dabei berücksichtige ich die klassischen Plakataushänge und die neuen technischen Möglichkeiten (wie Adscreen). |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ nennt korrekt die vier häufigsten Plakatformate</li> <li>_ erklärt Spezialstellen</li> <li>_ erklärt Aushänge mit neuen technischen Möglichkeiten</li> </ul>  |                   | Kommunika-<br>tionsfähigkeit             | Vernetztes<br>Denken            | K2             |
| 1.19.1.3<br>Merkmale TV-<br>Sender<br>aufzeigen              | Ich beschreibe die wesentlichen Merkmale von öffentlich-rechtlichen und privaten Lokal-Fernsehsendern stichwortartig und zeige die wichtigsten Unterschiede auf.                                   |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ beschreibt stichwortartig die Merkmale des öffentlich-rechtlichen Fernsehens</li> <li>_ beschreibt stichwortartig die Merkmale des privaten Fernsehens</li> <li>_ zeigt die wichtigsten Unterschiede auf</li> </ul> |                   | Lernfähigkeit                            | Mit Info-<br>Quellen<br>umgehen | K2             |

| Nummer<br>Titel   | Leistungsziele   | Tipps und Tricks | Teilkriterien ALS   | Ich<br>kann'<br>s | Sozial-<br>kompetenz    | Methoden-<br>kompetenz                              | Taxo-<br>nomie |
|---|--|------------------|---|-------------------|-------------------------|---|----------------|
| 1.19.1.4<br>Merkmale des<br>Lokalradios<br>aufzeigen  | Ich beschreibe die wesentlichen Merkmale der Lokalradiosender stichwortartig und charakterisiere den/die lokalen Sender in meiner näheren Umgebung.                                      |                  | _ beschreibt die wesentlichen Merkmale der Lokalradios<br>_ kennt den/die lokalen Sender in der näheren Umgebung namentlich<br>_ charakterisiert den/die lokalen Sender               |                   | Kommunikationsfähigkeit | Mit Info-Quellen umgehen                            | K2             |
| 1.19.1.5<br>Werbeformen<br>im Internet<br>beschreiben   | Ich verschaffe mir einen Überblick über die Werbeformen im Internet. Dabei beschreibe ich Möglichkeiten von Werbeformen auf fremden Websites und ordne deren Nutzer einer Zielgruppe zu. |                  | _ verschafft sich einen Überblick<br>_ beschreibt Werbeformen<br>_ ordnet Nutzer einer Zielgruppe zu  |                   | Kommunikationsfähigkeit | Analytisches und geplantes Vorgehen. Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.1.6<br>Angebots-<br>formen der<br>Kinowerbung<br>beschreiben                             | Ich beschreibe die wesentlichen Merkmale und Angebotsformen der Kinowerbung stichwortartig und ordne sie einer Zielgruppe zu.  |                  | _ kennt die Werbemöglichkeiten im Kino<br>_ weiss, welche Zielgruppe hauptsächlich im Kino angesprochen werden kann<br>_ kennt aus werblicher Sicht andere typische Merkmale vom Kino |                   | Transferfähigkeit       | Vernetztes Denken                                   | K3             |
| 1.19.1.7<br>Werbeformen<br>bei Mobiles, In-<br>Games und<br>neue<br>Entwicklungen<br>erklären | Ich erkläre, wo Mobiles oder In-Games als Werbeträger eingesetzt werden können und beobachte die neuen Entwicklungen von Werbeformen.  |                  | _ erklärt den Einsatz von Mobiles<br>_ erklärt den Einsatz von In-Games<br>_ nennt Beobachtungen zu neuen Entwicklungen   |                   | Transferfähigkeit       | Vernetztes Denken                                   | K2             |

| 1.19.2  | Dispositionsziel  | Kaufleute wählen systematisch den geeigneten Werbeträger aus und setzen die Mediaziele um, indem sie das Medium auf seine Kommunikationsfähigkeit beurteilen. Sie setzen diese Kenntnisse in der Kundenberatung und im Verkauf ein. |   |                   |                        |  |                |
|---|---|---|---|-------------------|------------------------|--|----------------|
| Nummer<br>Titel   | Leistungsziele  | Tipps und Tricks  | Teilkriterien ALS   | Ich<br>kann'<br>s | Sozial-<br>kompetenz   | Methoden-<br>kompetenz                                       | Taxo-<br>nomie |
| 1.19.2.1<br>Kriterien der<br>Deckung<br>anwenden                              | Für die Werbeträger meines Lehrbetriebes wende ich die Kriterien der geografischen und soziodemografischen Deckung bei konkreten Aufträgen gezielt an.  |   | _ setzt die geografische Deckung ein<br>_ setzt die soziodemografische Deckung ein<br>_ im konkreten Auftrag sind die Kriterien richtig eingesetzt  |                   | Transfer-<br>fähigkeit | Analytisches<br>und geplantes<br>Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.2.2<br>Kriterien der<br>Kommunika-<br>tionsfähigkeit<br>anwenden         | Für die Werbeträger meines Lehrbetriebes wende ich die Kriterien der Kommunikationsfähigkeit aus psychologischer, qualitativer und quantitativer Sicht und Blick auf das Wirkungsumfeld bei konkreten Aufträgen gezielt an.     | Image,<br>Glaubwürdigkeit,<br>ausführliche<br>Informationen,<br>Wiederholungen,<br>wo im<br>Lebensumfeld wird<br>es wahr genommen   | _ wendet die Kommunikationsfähigkeit aus psychologischer Sicht an<br>_ wendet die Kommunikationsfähigkeit aus qualitativer und quantitativer Sicht an<br>_ wendet die Kommunikationsfähigkeit mit Blick auf das Wirkungsumfeld an |                   | Transfer-<br>fähigkeit | Analytisches<br>und geplantes<br>Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.2.3<br>Technische und<br>wirtschaftliche<br>Kriterien<br>anwenden        | Für die Werbeträger meines Lehrbetriebes wende ich die technischen und wirtschaftlichen Kriterien wie Verfügbarkeit, Gestaltungsspielraum, Herstellungskosten und Preis-Leistungsverhältnis bei konkreten Aufträgen gezielt an. |   | _ wendet Kriterien von Verfügbarkeit gezielt an<br>_ wendet Kriterien von Gestaltungsspielraum gezielt an<br>_ wendet Kriterien von Preis-Leistungsverhältnis gezielt an  |                   | Transfer-<br>fähigkeit | Analytisches<br>und geplantes<br>Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.2.4<br>Intermedia-<br>und Intramedia-<br>vergleich gegen-<br>überstellen | Ich erkläre einem Kunden anhand eines vorgegebenen Beispiels verständlich und plausibel den Unterschied zwischen Intermedia- und Intramedia-Vergleich.  |   | _ erklärt den Intermediavergleich verständlich<br>_ erläutert den Intramediavergleich verständlich<br>_ kann einem Kunden den Unterschied plausibel aufzeigen   |                   | Transfer-<br>fähigkeit | Mit Informa-<br>tionsquellen<br>umgehen                      | K3             |

| Nummer Titel  | Leistungsziele  | Tipps und Tricks  | Teilkriterien ALS  | Ich kann's | Sozialkompetenz   | Methodenkompetenz                                      | Taxonomie |
|---|---|---|--|------------|---|--|-----------|
| 1.19.2.5<br>Kundenberatung und Verkaufsgespräch führen      | Ich zeige Kunden die Dienstleistungen meines Lehrbetriebes sowie den Nutzen für sie auf und führe das Gespräch mit dem Ziel eines Verkaufs durch. |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ zeigt Dienstleistungen auf</li> <li>_ zeigt Nutzen für Kunden auf</li> <li>_ führt Gespräch verkaufsorientiert</li> </ul>   |            | Situationsgerechtes Auftreten.<br>Verhandlungsfähigkeit | Verkaufstechnik  | K3        |
| 1.19.2.6<br>Offerten mit Konditionen erstellen              | Ich erstelle eine Offerte anhand der aktuellen Preisdokumentation und berücksichtige darin die Konditionen inkl. Rabatte.                         |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ erstellt Offerte</li> <li>_ errechnet den Preis</li> <li>_ berücksichtigt die Konditionen</li> </ul>  |            | Verantwortungsbereitschaft                              | Analytisches und geplantes Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3        |
| 1.19.3  | Dispositionsziel  | Kaufleute wählen systematisch den geeigneten Werbeträger aus und setzen eine Mediaplanung aufgrund der Werbestrategie um. |  |            |   |  |           |
| Nummer Titel  | Leistungsziele  | Tipps und Tricks  | Teilkriterien ALS  | Ich kann's | Sozialkompetenz   | Methodenkompetenz                                      | Taxonomie |
| 1.19.3.1<br>Die 7 W's des Werbekonzeptes beschreiben        | Anhand eines konkreten Beispiels zähle ich die 7 W's eines Werbekonzeptes auf und beschreibe, welche Informationen dadurch erfragt werden.        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ zählt die 7 W's innerhalb eines Werbekonzeptes auf</li> <li>_ beschreibt die daraus erfragten Informationen</li> <li>die Angaben sind vollständig</li> </ul>              |            | Lernfähigkeit   | Vernetztes Denken                                      | K2        |
| 1.19.3.2<br>Vorteile der Medien einander gegenüberstellen   | Ich beschreibe die Vorteile des Mediums/der Medien meines Lehrbetriebes und stelle die konkurrierenden Medien gegenüber.                          |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ beschreibt Vorteile des Mediums/der Medien des eigenen Lehrbetriebes</li> <li>_ die Vorteile sind wesentlich</li> <li>_ stellt konkurrierende Medien gegenüber</li> </ul> |            | Leistungsbereitschaft                                   | Analytisches und geplantes Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K4        |
| 1.19.3.3<br>Crossmedia erläutern und zu Media-Mix abgrenzen | Ich erläutere für einen Laien verständlich, was eine Crossmedia-Kampagne beinhalten kann und zeige den Unterschied zu einem Media-Mix auf.        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ erläutert den Inhalt einer Cross-Media-Kampagne</li> <li>_ zeigt den Unterschied zu einem Media-Mix</li> <li>_ erläutert für einen Laien verständlich</li> </ul>          |            | Lernfähigkeit   | Vernetztes Denken                                      | K2        |

| 1.19.4  | Dispositionsziel   | Kaufleute wickeln Werbeaufträge korrekt, effizient und termingerecht ab. Sie berücksichtigen die Schnittstellen und sorgen für die Zufriedenheit der Kunden. |  |                   |                                      |  |                |
|---|--|--|--|-------------------|--------------------------------------|--|----------------|
| Nummer<br>Titel   | Leistungsziele   | Tipps und Tricks   | Teilkriterien ALS  | Ich<br>kann'<br>s | Sozial-<br>kompetenz                 | Methoden-<br>kompetenz                                       | Taxo-<br>nomie |
| 1.19.4.1<br>Auftrags-<br>erfassung<br>durchführen   | Ich erfasse Aufträge von internen und externen Kunden korrekt, und erläutere den vollständigen Inhalt eines Auftrages mit den richtigen Fachbegriffen. Alle Arbeitsschritte der AVOR erfülle ich nach internen Vorgaben.           | Ich setze die IT meines Lehrbetriebes dafür ein  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ erfasst Aufträge korrekt</li> <li>_ erläutert den vollständigen Inhalt eines Auftrages</li> <li>_ erfüllt die Arbeitsschritte der AVOR</li> </ul>       |                   | Verantwor-<br>tungsbereit-<br>schaft | Analytisches<br>und geplantes<br>Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.4.2<br>Auftrags-<br>bearbeitung<br>ausführen   | Ich bearbeite Aufträge und berücksichtige Schnittstellen. Ich nenne die Zuständigkeiten innerhalb des Prozesses und stelle die Kommunikation auf alle Seiten sicher.   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ bearbeitet Aufträge und berücksichtigt Schnittstellen</li> <li>_ nennt Zuständigkeiten</li> <li>_ stellt Kommunikation sicher</li> </ul>                |                   | Verantwor-<br>tungsbereit-<br>schaft | Analytisches<br>und geplantes<br>Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.4.3<br>Technische<br>Abwicklung<br>vornehmen   | Ich beachte bei der Abwicklung eines Auftrages die technischen Anforderungen und Sorge für einen professionellen Daten- und Materialaustausch gemäss internen Vorgaben.  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ beachtet die technischen Anforderungen</li> <li>_ sorgt für professionellen Datenaustausch</li> <li>_ hält sich an interne Vorgaben</li> </ul>          |                   | Verantwor-<br>tungsbereit-<br>schaft | Analytisches<br>und geplantes<br>Vorgehen.<br>Arbeitstechnik | K3             |
| 1.19.4.4<br>Partner der<br>Vermittler und<br>Vermarkter und<br>ihre Funktionen<br>analysieren | Ich analysiere das Prinzip der Vermittlung resp. Vermarktung der Dienstleistungen oder Produkte meines Lehrbetriebes anhand der Zusammenarbeitsformen. Dabei berücksichtige ich die Partner und deren Funktion im gesamten Ablauf. |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>_ analysiert das Prinzip anhand der Zusammenarbeitsformen</li> <li>_ berücksichtigt alle Partner</li> <li>_ zeigt die Funktion der Partner auf</li> </ul> |                   | Lernfähigkeit                        | Vernetztes<br>Denken   | K4             |