

## Modell-Lehrgang Kommunikation

Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

1.7	Leitidee	<p>Kommunikation ist die Vermittlung von Inhalten für bestimmte Zielgruppen mit dem Ziel bei ihnen Einstellung zu verändern und/oder Aktionen auszulösen. Kommunikation kann in unterschiedlichster Weise erfolgen und in verschiedenen Medien ihren Ausdruck finden. Es ist anzustreben, dass Kaufleute für eine kommunikative Botschaft die geeignete Kommunikationsform bestimmen können.</p>
-----	----------	--

1.7.1	Dispositionsziel	<p>Kaufleute erwerben sich laufend notwendige Kenntnisse über Print- und elektronische Medien sowie deren sinnvolle Einsatzmöglichkeiten. Darin sind auch die im Geschäftsleben vorkommenden nicht medialen Kommunikationsformen eingeschlossen.</p>
-------	------------------	--

Nummer	Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial-Kompetenz	Methoden-Kompetenz	Taxonomie
1.7.1.1	Massenmedien	Ich hinterfrage die Aufgaben und Wirkungen der Massenmedien anhand eines aktuellen Beispiels.	Die Radio- und Fernsehkonzessionen umschreiben den Auftrag. Die Bundesverfassung regelt die Pressefreiheit.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ich hinterfrage die Aufgaben eines Massenmediums</li> <li>- Ich schäle drei Wirkungen heraus, die ein Massenmedium auf mich hat</li> <li>- ich benutze ein aktuelles Beispiel für meine Aussagen</li> </ul>		Transfer-Fähigkeit	Vernetztes Denken	K3

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer	Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial-Kompetenz	Methoden-Kompetenz	Taxonomie
1.7.1.2	Einsatz von Massenmedien	Ich stelle anhand von vorgelegten Beispielen aus meinem Alltag Unterschiede der einzelnen Massenmedien einander gegenüber.	Für Massenmedien sind Zielgruppen definiert . Sie sind in Alter, Wohnorte, Einkommen, Interessen, Geschlecht etc. aufgeschlüsselt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ich bestimme zwei Unterschiede inbezug auf Leser (Kunden)</li> <li>- ich bestimme zwei Unterschiede inbezug auf die Produktion</li> <li>- ich bestimme zwei Unterschiede inbezug auf die Erhältlichkeit des Massenmediums</li> </ul>		Lernfähigkeit	analytisches Vorgehen	K 4
1.7.1.3	Printmedien beschreiben	Ich beschreibe die verschiedenen Typen der Printmedien anhand von Beispielen aus der Praxis für einen Laien verständlich.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- nennt verschiedene Typen von Printmedien</li> <li>- ordnet drei Produkte einem Typus zu</li> <li>- beschreibt die Zuordnung für einen Laien verständlich</li> </ul>		Transfer-Fähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer	Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozial-Kompetenz	Methoden-Kompetenz	Taxonomie
1.7.1.4	Printmedien unterscheiden	Ich kann aufgrund mir vorgelegter Muster die einzelnen Printmedien benennen und ihre Eigenschaften definieren. Dabei ordne ich sie den jeweiligen Bestimmungszwecken anhand von mündlichen Beispielen aus meinem Betriebsalltag zu.	Fachausdrücke: Druckerzeugnisse und Drucksachen sind Printmedien	- benennt die Printmedien richtig - definiert die Eigenschaften - ordnet sie Bestimmungszwecken zu		Kommunikationsfähigkeit	Arbeitstechnik	K 2
1.7.1.5	Elektronische Medien beschreiben	Anhand von Beispielen aus der Praxis beschreibe ich die elektronischen Medien für einen Laien verständlich.		- nennt die elektronischen Medien - wählt geeignete Beispiele aus der Praxis - beschreibt verständlich		Kommunikationsfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

1.8	Leitidee	Kommunikation entwickelt sich laufend, hat einen hohen Stellenwert in Gesellschaft und wirtschaft und zeigt sich in den unterschiedlichsten Formen. Es ist anzustreben, dass Kaufleute eine Sensibilität für die wichtigsten Grundrechte, Forschungsmethoden und Organisationen, welche mit der Kommunikation in Verbinden stehen, entwickeln.
-----	----------	--

1.8.1	Dispositionsziel	Kaufleute orientieren sich über die wichtigsten Grundrechte, Forschungsmethoden und Organisationen der Kommunikationsbranche.
-------	------------------	---

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.8.1.1 Verbände der Branche zuordnen	Ich erläutere für einen Laien verständlich zwei Verbände der Kommunikationsbranche, indem ich sie nach Sparten (Verlag, Druck, Journalisten/Medien, Werbung) und Vertretung (Arbeitgeber- resp. Arbeitnehmervertretung) zuordne.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- unterscheidet zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretung</li> <li>- erläutert zwei Verbände für einen Laien verständlich</li> <li>- ordnet die zwei Verbände der korrekten Sparte zu</li> </ul>		Lernfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.8.1.2 Übersicht über die Branche	Ich zeige einem Kunden auf, welche wichtigsten Spezialisten in der Kommunikationsbranche welche Tätigkeitsgebiete abdecken.	Von der Idee bis zum fertigen Produkt in den Händen der Kunden sind verschiedene Fachleute beteiligt am Entstehungsprozess	- zeigt die wichtigsten Spezialisten der Kommunikationsbranche auf - benennt sie richtig - ordnet die Spezialisten einem Tätigkeitsgebiet zu		Kommunikationsfähigkeit	Vernetztes Denken	K2
1.8.1.3 Urheberrecht beschreiben	Anhand eines frei gewählten Medienproduktes erläutere ich den Begriff Urheberrecht und beschreibe dessen Anwendungsbereiche in den Grundzügen.		- wählt ein Medienprodukt und schält die Urheberrechtsrelevanten Teile heraus - umreißt die Bedeutung des Urheberrechts - erläutert die Anwendungsbereiche des Urheberrechts		Vernetztes Denken	analytisches Vorgehen	K2
1.8.1.4 Gesetzesgrundlagen kennen	Ich schildere zu drei selbst genannten gesetzlichen Grundlagen in meiner Tätigkeiten in der Kommunikationsbranche (Verlag, Redaktion, Werbung, Druck) ein Beispiel aus der Praxis.		-wählt 3 gesetzliche Vorgaben für die Tätigkeit aus - schildert zu den drei gesetzlichen Vorgaben je ein Beispiel aus der Praxis - die gesetzlichen Grundlagen sind wesentlich in der Kommunikationsbranche		Transferfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.8.1.5 Qualitative und quantitative Unterscheidung	Anhand von vorgegebenen Beispielen unterscheide ich zwischen qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden in der Marktforschung und schildere je ein Merkmal.		- benennt ein Merkmal der qualitativen Erhebung - benennt ein Merkmal der quantitativen Erhebungsmethode - unterscheidet korrekt		Transferfähigkeit	analytisches Vorgehen	K3
1.8.1.6 Datenquellen für Konsum- und Mediengewohnheiten	Ich gebe mündlich 3 wichtige Quellen an, die Konsum- und Mediengewohnheiten für den professionellen Gebrauch aufbereiten und gebe mit Stichworten den Inhalt an.	Für jede Mediaplanung, jedes inhaltliche Konzept eines Massenmediums stehen Forschungsergebnisse zur Verfügung	- gibt drei Quellen für Konsum- und Mediengewohnheiten an - die Quellen sind für den professionellen Gebrauch geeignet - gibt mit Stichworten den Inhalt an		Lernfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

1.9	Leitidee:	Mit den Kommunikations-Instrumenten, als Bestandteile des Marketing-Mix, werden je nach Zielgruppen und Positionierung gewünschte Wirkungen angestrebt. Die Kenntnisse und Bedeutung dieses Zusammenspiels bilden eine wichtige Basis für die Ausbildung der Kaufleute aus der Kommunikationsbranche.
-----	-----------	---

1.9.1	Dispositionsziel:	Kaufleute sind sich bewusst, dass sämtliche kommunikativen Aktivitäten im Kontext zum Unternehmensziel und zur Gesamtheit der Marketingmassnahmen zu stehen haben.
-------	-------------------	--

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.9.1.1 Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden	Anhand eines vorgegebenen Praxisfalles beurteile ich, welche Kommunikations-Instrumente dafür geeignet sind und begründe meine Wahl.	klassische Werbung, Direct Marketing, Verkaufsförderung, Internet, Public Relations, Sponsoring, das Event, die Messebeteiligung ergeben im Zusammenspiel eine vernetzte Kommunikation	-listet die für einen vorgegebenen Praxisfall möglichen Kommunikations-Instrumente auf - wählt die geeignetsten Instrumente aus - begründet die vorgenommene Wahl		Flexibilität	Vernetztes Denken	K3

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.9.1.2 Unterscheidung PR und Werbung	Ich unterscheide aufgrund vorgegebener praktischer Beispiele korrekt zwischen reinen PR-Beiträgen und klassischen Werbeauftritten und gebe eine für Laien verständliche Begründung ab.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- unterscheidet aufgrund der vorgegebenen praktischen Beispiele korrekt zwischen reinen PR-Beiträgen und klassischen Werbeauftritten</li> <li>- erklärt verständlich die wichtigsten Unterschiede von PR und klassischer Werbung</li> <li>- begründet auf der Basis der vorliegenden Beispiele für einen Laien verständlich den Einsatz von Public Relations und klassischer Werbung</li> </ul>		Leistungsbereitschaft	analytisches Vorgehen	K3
1.9.1.3 Werbe- mechanismus beschreiben	Anhand eines vorgegebenen praktischen Beispiels beschreibe ich den Mechanismus der Werbung mit Hilfe der AIDA-Formel für einen Mitarbeiter verständlich.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- nennt die vier Stufen der AIDA-Formel</li> <li>- beschreibt den Mechanismus der Werbung bezogen auf das Beispiel</li> <li>- die Beschreibung ist für einen Mitarbeiter verständlich</li> </ul>		Kommunikationsfähigkeit	Vernetztes Denken	K3
1.9.1.4 Werbewirkungen darstellen	Ich erkläre einem Laien mögliche Wirkungen (Ziele) der Werbung verständlich.	Bekanntheit -Wissen - Einstellung - Verhalten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zählt die Werbeziele auf</li> <li>- erläutert, was sie beinhalten</li> <li>- die Erklärungen sind für einen Laien verständlich</li> </ul>		Lernfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.9.1.5 Zielgruppen-Beschreibung definieren	Ich bin mir der Bedeutung einer umfassenden Zielgruppen-Beschreibung bewusst und kann eine solche anhand eines vorliegenden praktischen Beispiels nachvollziehbar definieren. Dabei unterscheide ich zwischen soziodemografischen und qualitativen Merkmalen.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- erklärt kurz die Bedeutung einer umfassenden Zielgruppendefinition</li> <li>- unterscheidet zwischen soziodemografischen und qualitativen Merkmalen</li> <li>- definiert nachvollziehbar die Zielgruppe eines vorliegenden praktischen Beispiels</li> </ul>		Transferfähigkeit	analytisches Vorgehen	K3
1.9.1.6 Wichtigkeit und Funktion einer Positionierung	Ich erläutere einem Laien anhand eines praktischen Beispiels die Wichtigkeit und die konkrete Funktion einer Positionierung.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- erläutert die Wichtigkeit</li> <li>- erläutert die konkrete Funktion</li> <li>- für einen Laien verständlich</li> </ul>		Lernfähigkeit	Vernetztes Denken	K2
1.9.1.7 Mehrsprachigkeit	Ich gebe drei Anhaltspunkte aus Sicht der Branche Kommunikation, auf die in der Schweiz wegen der Mehrsprachigkeit geachtet werden muss.	Es sind nicht nur die 4 Landessprachen, sondern auch die 20% nicht-schweizerischen Einwohner zu berücksichtigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gibt drei Anhaltspunkte an</li> <li>- sie sind für die Kommunikation bedeutsam</li> <li>- sie spielen in der Schweiz eine Rolle</li> </ul>		Transferfähigkeit	Vernetztes Denken	K 4

1.9.2	Dispositionsziel	Kaufleute sind sich der Bedeutung der Medien und ihrer Unterscheidungsmerkmale bewusst. Sie haben auch die Fähigkeit, die entsprechenden Werbeträger nach vorgegebenen Kriterien zu bestimmen
-------	------------------	---

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.9.2.1 Werbeträger und Werbemittel	Ich nenne anhand von Beispielen aus meinem Alltag je 5 Werbeträger und Werbemittel und kategorisiere sie richtig.		- nennt 5 Werbeträger - nennt 5 Werbemittel - teilt sie der richtigen Kategorie zu		Lernfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K2
1.9.2.2 Vorteile eines Medienmixes	Mir sind die verschiedenen Möglichkeiten eines Medien-Mixes und die Kriterien zu dessen Beurteilung bekannt. Ich kann im Rahmen einer Praxis-Situation (oder anhand eines Beispiels) aufzeigen, welche Vorteile ein Medienmix bzw. eine Kombination mehrerer Medien konkret bringen würde.		- zählt verschiedene Möglichkeiten eines Medien-Mixes auf - erklärt verständlich die Kriterien zur Beurteilung eines Medienmixes - zeigt an einem vorgelegten Praxisbeispiel die Vorteile eines Medienmixes auf		Verantwortungsbereitschaft	Vernetztes Denken	K3

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.9.2.3 Beurteilung des Medieneinsatzes	Aufgrund vorgegebener Beispiele beurteile ich meinem Ausbildungsstand entsprechend, ob das ausgewählte Medium für das angestrebte Zielgruppensegment sinnvoll ist.		-kann das Medium umschreiben - hebt die Eigenschaften der Zielgruppe hervor, die zum Medium passen - beurteilt die Wirkung des Mediums auf die Zielgruppe		Verantwortungsbereitschaft	analytisches Vorgehen	K3
1.9.2.4 Bedeutung von Reichweiten und Frequenzen	Ich definiere die Begriffe Reichweiten und Frequenz für einen Laien verständlich und setze sie in Bezug zu einem selbst gewählten Beispiel mit Fokus auf die Effizienz (Wirksamkeit) der Werbung.		-erklärt die Begriffe Reichweite und Frequenz für einen Laien verständlich - zeigt nachvollziehbar die Bedeutung von Frequenz und Reichweite auf - wählt ein geeignetes Beispiel für seine Ausführungen		Kommunikationsfähigkeit	Präsentationstechnik	K3
1.9.2.5 Affinität zum Medium	Anhand eines mir vorgelegten Beispiels erläutere ich verständlich, was Affinität zum Medium im konkreten Fall bedeutet.		-erläutert den Begriff Affinität - setzt die Erläuterungen in Bezug zum Beispiel - kennt die spezifischen Eigenschaften dieses Mediums		Lernfähigkeit	analytisches Vorgehen	K3

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

1.10.	Leitidee	Gedruckte Informationen haben in unserer Gesellschaft nach wie vor einen hohen Stellenwert. Kaufleute kennen die Voraussetzungen für qualitativ gute Druckerzeugnisse.
-------	----------	--

1.10.1.	Dispositionsziel	Kaufleute orientieren sich über die wichtigsten Abläufe und Funktionen innerhalb der Printproduktion.
---------	------------------	---

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.10.1.1 DIN-Reihe verstehen und erklären	Anhand von eigenen Beispielen erkläre ich einem Laien die Einteilungen der DIN-Reihe.		-erfasst Beispiele mit Stichworten - teilt die Beispiele der DIN-Reihe korrekt zu - erklärt für einen Laien verständlich		Kommunikationsfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K1
1.10.1.2 Papiersorten und ihre Anwendungsmöglichkeiten empfehlen	Ich empfehle einem Kunden geeignete Papiersorten für ein Printprodukt, indem ich die Papier-Eigenschaften aufzeige und meine Wahl verständlich begründe.		-zeigt die Eigenschaften des Papiers korrekt auf - weist auf die Anforderungen des Printproduktes hin - begründet die getroffene Wahl verständlich		Angepasste Umgangsformen	Präsentationstechnik	K3

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.10.1.3 Schriftarten charakterisieren und Anwendungsmöglichkeiten kennen	Ich unterbreite einem Kunden drei geeignete Vorschläge von Schriftarten für sein Anliegen und zeige dabei die Charaktere der Schriftarten verständlich auf.		- erfasst das Anliegen des Kunden richtig - unterbreitet drei geeignete Vorschläge - zeigt die Charaktere der Schriftarten verständlich auf		Verantwortungsbereitschaft	Ziele und Prioritäten setzen	K3
1.10.1.4 Datenformate und Datenübermittlung	Für die Bereiche Text, Bild und Grafik innerhalb eines Kundenauftrages empfehle ich nachvollziehbar die je geeignetsten Datenformate und zwei geeignete Formen der Datenübermittlung (Datenaustausch).		- empfiehlt für die Bereiche Text, Bild und Grafik die je geeignetsten Datenformate - bestimmt zwei geeignete Formen der Datenübermittlung - seine Ausführungen sind kundenorientiert und nachvollziehbar		Kommunikationsfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K3
1.10.1.5 Rasterung von Bildern	Ich erkläre einem Laien, was passieren würde, wenn ein Bild aus der Zeitung für eine Broschüre verwendet würde und erkläre ihm damit die Bildauflösung.		- kennt die Rasterung von Bildern in Broschüren und Zeitungen - erklärt für einen Laien verständlich - erklärt den Prozess der Bildauflösung		Lernfähigkeit	analytisches Vorgehen	K2

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.10.1.6 Hauptdruckverfahren kennen	Ich zähle die drei Hauptdruckverfahren auswändig auf und nenne für jedes Druckverfahren je ein Endprodukt.		- zählt die drei Hauptdruckverfahren auf - nennt für jedes Druckverfahren ein Endprodukt - kann es auswendig		Lernfähigkeit	mit Informationsquellen umgehen	K1
1.10.1.7 Digitaldruck	Ich erkläre einem Laien, für welche Aufträge der Digitaldruck besonders geeignet ist.		- zählt mögliche Anwendungsbereiche auf - nennt Einschränkungen - erklärt für einen Laien verständlich		Leistungsbereitschaft	Problemlösungstechniken	K2
1.10.1.8 Rillen, Falzen und Binden	Verschiedene Ausrüstungsverfahren sind mir bekannt. Ich empfehle einem Kunden das geeignete Verfahren für die Ausrüstung einer Broschüre und begründe es verständlich.		- nennt die möglichen Ausrüstungsverfahren - zeigt das geeignete Ausrüstungsverfahren für die Broschüre auf - erklärt und begründet für den Kunden verständlich		Verantwortungsbereitschaft	Vernetztes Denken	K3

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

1.11.	Leitidee:	Kommunikation ist zentraler Bestandteil der kaufmännischen Tätigkeit in unserer Branche. Es ist anzustreben, dass Kaufleute während der Lehre die Grundlagen vermittelt bekommen, um sich in der Kommunikation mit- und weiter zu entwickeln.
-------	-----------	---

1.11.1	Dispositionsziel:	Kaufleute erkennen die Wichtigkeit und Funktion der Kommunikation sowohl vom theoretischen Grundsatz wie von der eigenen Umsetzung im Berufsalltag.
--------	-------------------	---

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.11.1.1 Teamintegration	Ich integriere mich in einer neuen Abteilung in ein bestehendes Team durch rücksichtsvolles, offenes und hilfsbereites Verhalten, indem ich aus meinem persönlichen Umfeld Beiträge einbringe und mich so als Mensch mit meiner Persönlichkeit zeige.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- integriert sich in ein bestehendes Team durch rücksichtsvolles, offenes und hilfsbereites Verhalten</li> <li>- bringt sich durch Beiträge ein</li> <li>- zeigt sich als eigenständige Persönlichkeit</li> </ul>		Konfliktfähigkeit, Teamfähigkeit	Vernetztes Denken	K5
1.11.1.2 Kreativität und Selbstständigkeit	Ich beweise meine Kreativität und Selbstständigkeit, indem ich einen Arbeitsablauf oder eine Aufgabe innerhalb der Abteilung hinterfrage und mögliche Veränderungen oder Ergänzungen konkret formuliere anhand einer Skizze als Handlungsentwurf vorlege und begründe.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- hinterfragt einen Arbeitsablauf oder eine Aufgabe kritisch</li> <li>- erstellt eine konkret formulierte Skizze seiner Ergänzungs- bzw. Veränderungsvorschläge</li> <li>- begründet nachvollziehbar seinen Handlungsentwurf</li> </ul>		Transferfähigkeit, Leistungsbereitschaft	Ziele und Prioritäten setzen	K6

## Modell-Lehrgang Kommunikation

### Gemeinsamer Teil für Kaufleute aller Fachrichtung / Profil E ab Sommer 2006

Nummer Titel	Leistungsziele	Tipps und Tricks	Teilkriterien ALS	Ich kann's	Sozialkompetenz	Methodenkompetenz	Taxonomie
1.11.1.3 Flexibilität und Innovationsfreude	Ich entwickle Flexibilität und Innovationsfreude, in dem ich allein oder im Team eine betriebliche Aufgabe bearbeite, mitdenke und neue Ideen oder Lösungsansätze einbringe.		- bearbeitet eine betriebliche Aufgabe - denkt mit - bringt neue Ideen oder Lösungsansätze ein		Konfliktfähigkeit, Teamfähigkeit	Kreativitätstechniken, Ziele und Prioritäten setzen	K5
1.11.1.4 Zeitplanung	Ich teile meine Zeit mit Hilfe von Tagesplan und Pendenzenliste so ein, dass ich die gegebenen Aufgaben speditiv erledigen und die daraus resultierenden Zeitgewinne dem Team zur Verfügung stellen kann.		- teilt seine Zeit mit Hilfe von Instrumenten wie Tagesplan und Pendenzenliste effizient ein - erledigt Aufgaben speditiv - stellt seine Zeit dem Team zur Verfügung		Mit Belastungen umgehen, Flexibilität	Ziele und Prioritäten setzen, Arbeitstechnik	K5
1.11.1.5 Kommunikationsverhalten erkennen	Anhand von Alltagssituationen erkenne ich verbales und nonverbales Kommunikationsverhalten korrekt und wende es meinem Ausbildungsstand entsprechend kompetent an.	warum weiss ich ganz genau, was der andere mir sagen will, obwohl er kein Wort äussert? Woran sehe ich es konkret?	- erfasst in Alltagssituationen unterschiedliche Kommunikationsverhalten richtig - bezeichnet die einzelnen Verhaltensweisen korrekt - wendet die Verhaltensweisen kompetent an		Konfliktfähigkeit, Teamfähigkeit	Problemlösungstechniken	K4