

6. Erweiterte Grundkompetenzen

Die erweiterten Grundkompetenzen umfassen 560 Lektionen und sind in die Themen «Betriebskommunikation»(120L), «Marketing-Fachsprache» (80 L), «Zweite Landessprache»(160L) und «Englisch» (200L) aufgeteilt. Zu den einzelnen Themen werden folgende Inhalte und Lektionenzahlen vorgeschlagen:

6.1 Betriebskommunikation

Semester	HK Bildungsplan	Handlungsziele	Inhalte	Lektionen
1. / 2. Lehrjahr	d1, d2,d3	<ul style="list-style-type: none"> • Eruiert die Anliegen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern rasch und freundlich. • Beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern fachlich korrekt und dienstleistungsorientiert (schriftlich und mündlich) • Hält relevante Informationen aus Kundengesprächen schriftlich fest. • Legt Teilnehmerkreis und Termin für eine Sitzung oder einen Anlass fest. • Verfasst eine Einladung mit dem Programm und weiteren relevanten Angaben (z.B. Zeit, Ort, Grundlagen). • Organisiert die benötigte Infrastruktur, Technik und Verpflegung frühzeitig und zuverlässig. • Erstellt eine detaillierte Zeit- und Ablaufplanung einer Sitzung oder eines Anlasses. 	<p>Textverarbeitungsprogramme in allen Bereichen seiner/ihrer Arbeit anwenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstellen, formatieren und fertigstellen eines Textdokumentes • Erstellen von Tabellen in Textdokumenten mit Formularfeldern • Verwenden von Bildern und Grafiken innerhalb eines Textes. • Seriendruckfunktionen • Erstellen eines CRM Eintrages für den Kunden <p>Schriftstücke (Dokumentationen, Produktunterlagen, Briefe, E-Mails etc.) anschaulich, modern sowie kunden- und zielorientiert verfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komplette Dokumentation strukturiert in Textverarbeitungsprogramm oder Tabellenkalkulation erstellen • Einladung in Zusammenarbeit mit Multimedia-Design (InDesign) erstellen • Checkliste für Infrastruktur und Technik erstellen und ein Testverfahren schriftlich festhalten. Vor der Sitzung Test durchführen. • Layoutregeln sowie Anforderungen an eine selbst verfasste Arbeit 	40 + 40

		<ul style="list-style-type: none"> • Moderiert eine Sitzung oder einen kleineren Anlass zielorientiert und effizient. • Hält die Ergebnisse einer Sitzung oder eines Anlasses in geeigneter Form klar strukturiert fest (z.B. Protokoll, Fotoprotokoll, Audio- oder Videoaufnahmen) • Informiert Sitzungsteilnehmende zeitnah über die Ergebnisse. • Finalisiert eine Offerte inhaltlich und formal korrekt. • Erstellt eine Rechnung inhaltlich und formal korrekt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Quellen berücksichtigen und -Verzeichnisse erstellen <p>Bürokommunikation anwenden/Korrespondenz verfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Termin mit geeigneter Software/Hilfsmittel koordinieren • Sitzung traktandieren, Einladung erstellen und mit geeignetem Medium versenden • Sitzung mit Textverarbeitungsprogramm vorschriftsgemäss protokollieren • Unterlagen für Teilnehmende zielgruppenorientiert aufbereiten und aussagekräftig gestalten (Diagramme, Pivot-Tabellen) <p>Präsentationsprogramme in allen Bereichen seiner/ihrer Arbeit korrekt anwenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienmix für die Präsentation auswählen und auf Zielgruppe ausrichten • Präsentation erstellen, ändern, für verschiedene Zielgruppen anpassen, fertigstellen • Präsentationen halten • Unterlagen zur Präsentation erstellen (Textverarbeitung) und zur Verfügung stellen (physisch, elektronisch) <p>Moderationstechniken situationsgerecht anwenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moderationsplanung zielgruppenorientiert in einer Tabelle erfassen • Moderationsmethoden evaluieren und auf Zielgruppe anpassen 	
--	--	---	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> • Moderationsmaterial zur Visualisierung bereitstellen und Checklisten (Textverarbeitung oder Tabellenkalkulation) erstellen <p>Korrespondenz verfassen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsverlauf kennen (Anfrage, Angebot/Gegenangebot, Auftragserteilung und -bestätigung, Liefermahnung, Mängelrüge/Beschwerde, Rechnung, Mahnung, Werbebrief) • Stilsicheres und adressatengerechtes Schreiben • Darstellung gem. KV-Norm¹ einerseits und CI/CD des Betriebs andererseits <p>Tabellenkalkulationsprogramme in allen Bereichen seiner/ihrer Arbeit anwenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daten auswählen, formatieren, in ihrer Art unterscheiden (bspw. Datum, Wert) • Formeln und Funktionen anwenden • Mathematische und logische Standardoperationen verwenden • Aussagekräftige Diagramme erstellen 	
4. Lehrjahr	d1, d2, d3		<p>Fächerübergreifende Projektarbeit / Fallbearbeitung</p> <p>Eingabe eines Geschäftsfalles aus einem Musterlehrbetrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsfall wird auf Deutsch/Englisch/Französisch bearbeitet. • Alle nötigen Checklisten erstellen und eine schriftliche Anfrage, Aufnahme der Anfrage in einer geeigneten Software erfassen. 	40

¹ Vgl. <https://www.kfmv.ch/de/1384/Briefdarstellung.html>

			<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Sicherung in d/e/f und Weiterleitung in die weiterführende Abteilung. • Den Kunden telefonisch oder per Mail über den Stand informieren. • Den Ablauf der Anfrage überwachen und Stand mit anderen Abteilungen abgleichen • Anlass organisieren und moderieren. • Die Präsentationen der Projekte aus dem Fach Projektmanagement (2. Lehrjahr) an einem geeigneten Ort organisieren. • Ablauf-Planung, Termine, Einladung, Absprache mit den Projektteams, Medieneinsatz überprüfen, technische Mittel überprüfen. • Moderation auf Präsentationen abstimmen und auf d/f/e moderieren (entsprechend Projekt) • Offerte für die Organisation des Anlasses erstellen. • Mit Finanzbuchhaltung Kontierung und Skonto/Rabatte absprechen. 	
--	--	--	--	--

6.2 Marketing-Fachsprache

Semester	HK Bildungsplan	Handlungsziel	Inhalte	Lektionen
2. Lehrjahr	c2, c3, c4	<ul style="list-style-type: none"> • erstellt Texte für analoge Werbemittel • erstellt Texte für digitale Werbemittel • Wendet die Prinzipien von Usability (UX/UI) auf Websites an • Erstellt Texte für Websites und Landing Pages 	<ul style="list-style-type: none"> • Text formulieren für analoge Werbemittel mit passenden Botschaften und Slogans (Flyer, Plakate und physischer Mail-Versand) • Texte formulieren für digitale Werbemittel (Banner, Social Media-Anzeigen, Display-Ads, Newsletter) • Wireframes inhaltlich erarbeiten (Rapport aufbauen) • Inhaltliche Nutzerführung und dramaturgischer Aufbau bis zum Ziel (inkl. Nutzung psychologischer Überzeugungsprinzipien) 	40

			<ul style="list-style-type: none"> • Text formulieren für eine Landing Page (Promotion) 	
3. Lehrjahr	c3, c4	<ul style="list-style-type: none"> • verbreitet Inhalte auf passenden Social Media-Plattformen • richtet Inhalte auf Suchmaschinen aus • verfasst einen Text für die betriebliche Kommunikation zielgruppenorientiert, aussagekräftig und klar strukturiert • Kommuniziert Inhalte und Werbemittel professionell und über verschiedene Plattformen • Wertet Massnahmen nach KPIs aus und optimiert diese 	<ul style="list-style-type: none"> • Einsatz von Content Marketing und Blogging strategisch planen • Verbreitung über Social Media Marketing auf passenden Kanälen ausführen (z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) • Keyword-Analysen und Text Best Practices für Suchmaschinen einsetzen • Inhalte und die passenden Kommunikationskanäle nach dem Owned-Earned-Paid-Shared-Modell auswählen und bewerten (Mediaplan erstellen). • PR-Konzept erarbeiten • Aufbau, Stilelemente und Formulierungshinweise für gängige Textformen in der betrieblichen Kommunikation (z.B. Medienmitteilung) • Erfolgsmessung, KPIs, Testing und Web Analytics einsetzen 	40

6.3 Zweite Landessprache

Semester	HK Bildungsplan	Handlungsziele	Inhalte	Lektionen
1. Lehrjahr	c4, d1	<ul style="list-style-type: none"> • Beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern in einer zweiten Landessprache mündlich und schriftlich • Verfasst einen kurzen, einfachen Text für die betriebliche 	<ul style="list-style-type: none"> • Leseverstehen: Kurze, einfache schriftliche Texte lesen und das Wesentliche verstehen² • Hörverstehen: Kurze, einfach mündliche Beiträge verstehen; buchstabieren nach „Alphabet téléphonique“³ 	80

² Beispiele für kurze, einfache schriftliche Texte finden sich z.B. in Beyeler, Claude et Forni, Sandro: *écocom, français commercial profils B, E, M*, Klett und Balmer Verlag, 2014, auf den Seiten 10, 11, 14, 15, 16

³ Beispiele für kurze, einfache mündliche Beiträge finden sich z.B. in *écocom, Unités 1 et 2*

		<p>Kommunikation in einer zweiten Landessprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern in einer zweiten Landessprache mündlich und schriftlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Mündliche Produktion: Telefongespräche entgegennehmen; buchstabieren nach „Alphabet téléphonique“ • Textproduktion: Kurze, einfache Notizen und Mitteilungen schreiben • Leseverstehen: Kurze, einfache schriftliche Texte lesen und das Wesentliche verstehen und zusammenfassen⁴ • Hörverstehen: Kurze, einfache mündliche Beiträge verstehen • Mündliche Produktion: Am Telefon Auskunft geben 	
2. Lehrjahr	c5, d1	<ul style="list-style-type: none"> • Beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern in einer zweiten Landessprache mündlich und schriftlich • Postet und beantwortet Beiträge in einer zweiten Landessprache 	<ul style="list-style-type: none"> • Leseverstehen: Längere Texte lesen und Details verstehen⁵ • Hörverstehen: Längere mündliche Beiträge verstehen • Mündliche Produktion: Am Telefon und beim Kundenempfang Auskunft geben • Mündliche Produktion: Kurze Dialoge führen, nachfragen, präzisieren • Textproduktion: E-Mails beantworten • Textproduktion: Geschäftsbriefe beantworten • Leseverstehen: Längere Texte lesen und Details verstehen • Leseverstehen: Verschiedene Textsorten unterscheiden⁶ 	80

⁴ Beispiele für kurze, einfache schriftliche Texte finden sich in écom, Unité 2, in Zeitschriften wie écoute oder auf 20minutes.ch oder tv5monde.com

⁵ Längere Texte finden sich in écom, ab Unité, in Zeitschriften wie écoute oder auf tv5monde.com

⁶ Verschiedene Textsorten: Sachtexte (z.B. Kommentare, Werbetexte, Offerten, Reklamationen) und auch kurze literarische Texte (z.B. Delerm, Philippe: C'est bien, Reclam, Reclams Universalbibliothek Nr. 19722, 2017)

			<ul style="list-style-type: none"> • Textproduktion: Verschiedene Textsorten verfassen 	
--	--	--	---	--

6.4 Englisch

Semester	HK Bildungsplan	Handlungsziele	Inhalte	Lektionen
1. Lehrjahr	d1	<ul style="list-style-type: none"> • beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leseverstehen: Kurze, einfache schriftliche Texte lesen und das Wesentliche verstehen • Hörverstehen: Kurze, einfache mündliche Beiträge verstehen; • Mündliche Produktion: Telefongespräche entgegennehmen, buchstabieren • Aufbau Fachvokabular Mediamatik⁷ 	40
2. Lehrjahr	c4, d1	<ul style="list-style-type: none"> • beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich. • Verfasst einen einfachen, kurzen Text für die betriebliche Kommunikation auf Englisch. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leseverstehen: Kurze, einfache schriftliche Texte lesen und das Wesentliche zusammenfassen • Hörverstehen: Kurze, einfache mündliche Beiträge verstehen • Textproduktion: Kurze, einfache Notizen und Mitteilungen schreiben • Mündliche Produktion: Am Telefon und beim Kundenempfang Auskunft geben • Ausbau Fachvokabular Mediamatik⁸ 	40
3. Lehrjahr	c4, c5, d1, d2	<ul style="list-style-type: none"> • beantwortet Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leseverstehen: Längere Texte lesen und Details verstehen • Hörverstehen: Längere mündliche Beiträge verstehen 	80

⁷ Mögliches Lehrmittel für das 1. Lehrjahr: Speakout 2nd edition, Intermediate: Units 1-3, ergänzt durch Fachtexte Mediamatik und Themen aus der Praxis der Lernenden

⁸ Mögliches Lehrmittel für das 2. Lehrjahr: Speakout 2nd edition, Intermediate: Units 4-6, ergänzt durch Fachtexte Mediamatik und Themen aus der Praxis der Lernenden

		<ul style="list-style-type: none"> • Verfasst einen einfachen, kurzen Text für die betriebliche Kommunikation auf Englisch. • postet und beantwortet Beiträge auf Englisch. • moderiert eine einfache Sitzung auf Englisch. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mündliche Produktion: Fachliche Dialoge führen, nachfragen, präzisieren • Textproduktion: E-Mails und Geschäftsbriefe beantworten, Website-Eintrag und Website-Review verfassen, einen kurzen online Werbetext verfassen, einen Artikel verfassen • Ausbau und Anwendung Fachvokabular Mediamatik⁹ 	
4. Lehrjahr	c5, d2	<ul style="list-style-type: none"> • postet und beantwortet Beiträge auf Englisch. • moderiert eine einfache Sitzung auf Englisch. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leseverstehen: Verschiedene Textsorten unterscheiden • Mündliche Produktion: zu fachlichen Themen diskutieren, argumentieren, Gespräch strukturieren • Textproduktion: Verschiedene Textsorten verfassen • Ausbau und Anwendung Fachvokabular Mediamatik¹⁰ 	40

⁹ Mögliches Lehrmittel für das 3. Lehrjahr: Speakout 2nd edition, Intermediate: Units 7-10 sowie Intermediate plus: Units 1-4, ergänzt durch Fachtexte Mediamatik und Themen aus der Praxis der Lernenden

¹⁰ Mögliches Lehrmittel für das 4. Lehrjahr: Speakout 2nd edition, Intermediate plus: Units 5-8, ergänzt durch Fachtexte Mediamatik und Themen aus der Praxis der Lernenden