

## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 1: Einführung Marketing und Kommunikation 1. Lehrjahr, Dauer 3 Tage, September – Dezember	
Arbeitssituationen	Themen
Einführung in Geschäftsfeld Marketing + Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Umgang mit Praxisaufträgen und Kompetenzraster</li> <li>- Kompetenznachweise und Noten</li> <li>- Präsentationstechniken</li> <li>- Bewertungskriterien</li> <li>- Verteilung der Themen und Gruppeneinteilung für KN1</li> </ul>
Werbekunden akquirieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung: Kommunikation als Geschäftsfeld</li> <li>- Was ist Kommunikation, was ist Marketing, was sind Kommunikationsmassnahmen</li> <li>- Marketing-Mix anhand Dienstleistung oder Produkt des Lehrbetriebes</li> <li>- Verbale, nonverbale Kommunikation</li> <li>- 4 Ohren – Schulz von Thun Kommunikation</li> <li>- Einführung Kommunikationsinstrumente</li> </ul>
Werbekunden akquirieren In einer Werbekampagne mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingstrategien / Kommunikationsmassnahmen / Ziele / Wirkung</li> <li>- Einführung Positionierung</li> <li>- Einführung Zielgruppen</li> </ul>
Kommunikationsinstrumente einsetzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden</li> <li>- Werbung</li> <li>- Public Relations</li> <li>- Direct Marketing / Dialogmarketing</li> <li>- Sponsoring</li> <li>- Eventmarketing</li> <li>- Messemarketing</li> <li>- Verkaufsförderung</li> <li>- Persönliche Kommunikation</li> <li>- Unternehmenskommunikation</li> <li>- Social-Media-Kommunikation</li> <li>- Online-Marketing</li> </ul>

## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 2: Medien, Werbeträger, Werbemittel 1. Lehrjahr, Dauer 3 Tage, Mai - Juni	
Arbeitssituationen	Themen
Klassische Werbeträger: Aufträge beschaffen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organigramm und Arbeitsabläufe der Lehrbetriebe</li> <li>- Produktbeschreibung, Beschreibung der Dienstleistung</li> <li>- Marktstellung, Marketingziele</li> <li>- Positionierung des Produkts/der Dienstleistung</li> <li>- Zielgruppenbestimmung</li> <li>- Mehrsprachigkeit</li> </ul>
Klassische Werbeträger: Aufträge beschaffen  Klassische Werbeträger: Werbemittel vermitteln, verkaufen und verarbeiten	Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationsmassnahmen</li> <li>- Verkaufsförderung</li> <li>- Werbeträger, Werbemittel</li> </ul>
Klassische Werbeträger: Werbemittel vermitteln, verkaufen und verarbeiten	Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Public Relations</li> <li>- Messemarketing</li> <li>- persönliche Kommunikation</li> <li>- Mitarbeitenden-Kommunikation</li> </ul>
Klassische Werbeträger: Aufträge beschaffen  Klassische Werbeträger: Werbemittel vermitteln, verkaufen und verarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung Kommunikationsmassnahmen</li> <li>- Kommunikationsziele, Wirkung</li> <li>- Einführung Wirksamkeitsmessung</li> </ul>
KN1 Präsentationen: Kommunikationsinstrumente	

## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 3: Mediaplanung, Onlinemarketing, Marktforschung 2. Lehrjahr, Dauer 3 Tage, September - Dezember	
Arbeitssituationen	Themen
Einführung Onlinemarketing: Werbemittel und Werbeflächen vermitteln	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repetition: Ziele, Identität, Image,</li> <li>- Unterscheidung Performance vs. Branding</li> <li>- Werbewirkung, Konzept Vertiefung mit 7 W's - Modell Customer Journey</li> <li>- Onlinemarketing Intro</li> <li>- Internetnutzung (Zahlen und Fachbegriffe)</li> </ul>
Onlinemarketing: Werbemittel und Werbeflächen vermitteln  Werbemittel auf eigenen Werbeträgern verkaufen und verarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verschiedene Werbeformen (Deep-Dive: Performance vs. Branding, Customer Journey)</li> <li>- Werbeträger Online vergleichen: Mobile, Desktop, DOOH</li> <li>- Medienvielfalt Online vergleichen: SEA, Social-Media-Kommunikation</li> <li>- Vertiefung zu SEA, Social Paid</li> <li>- Exkurs Umgang mit Social Media</li> </ul>
Onlinemarketing: Werbemittel und Werbeflächen vermitteln  Werbemittel auf eigenen Werbeträgern verkaufen und verarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abrechnungsmodelle kennenlernen</li> <li>- Medienvielfalt Online vergleichen: Display / Programmatic, Native</li> <li>- Vertiefung zu: Display / Programmatic, Native</li> <li>- Vertiefung: AdServing Grundlagen</li> </ul>
Onlinemarketing: Werbemittel und Werbeflächen vermitteln  Werbemittel auf eigenen Werbeträgern verkaufen und verarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Onlinemarketing-Ziele und Messung inkl. Marktforschung, Panels</li> <li>- Vergleich von Kennzahlen (FV, SoV, Visibilität, etc.) und Vergleich von Kosten</li> <li>- Repetition: Kommunikationsziele, Konzept Vertiefung mit 7 W's</li> </ul>

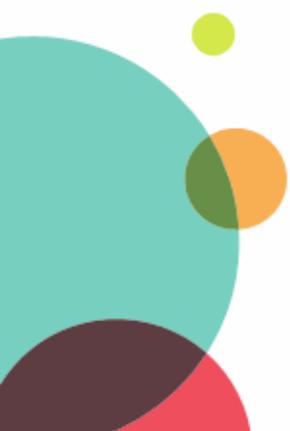
## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

<p>Onlinemarketing: Werbemittel und Werbeblächen vermitteln Mediaplanung umsetzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaign Management im Crosschannel-Verständnis</li> <li>- Mediaplanung verstehen</li> <li>- Targetingmöglichkeiten (Custom, Affinities, Regional etc.)</li> <li>- Repetition Onlinemarketing-Ziele und Messung</li> </ul>
<p>Mediaplanung umsetzen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Übersicht Online-Werbemarkt Schweiz und international</li> <li>- Messung Werbewirkung und Cookieless</li> <li>- Ausblick: Rechtliche Aspekte Marketing und Kommunikationsmassnahmen</li> </ul>



## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 4: Kommunikationsmassnahmen umsetzen 2. Lehrjahr, Dauer 2 Tage, März	
Arbeitssituationen	Themen
Kommunikationsinstrumente einsetzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Repetition: Wirkung von Kommunikationsmassnahmen, Konzept Vertiefung mit 7 W's</li> <li>- Vertiefung: Klassische und Online-Kommunikationsinstrumente</li> <li>- Vertiefung: Umsetzung Kampagne von Kommunikationsmassnahmen</li> </ul>
In einer Werbekampagne mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertiefung: Umsetzung Kampagne von Kommunikationsmassnahmen</li> <li>- Marktforschung</li> </ul>
Kunden zu Wahl und Einsatz von Werbeartikeln beraten  In der Herstellung von Printprodukten mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schrift, Art, Grösse, Leserlichkeit, Anwendungsbereiche</li> <li>- Einführung in Vorstufe und Druck</li> <li>- Datenformate, Datenübermittlung</li> <li>- DIN-Reihe, Plakate</li> <li>- Produktionsablauf eines Printproduktes</li> <li>- Papierverwendung, Kartonagen, Verarbeitung, Veredelung</li> </ul>
In einer Werbekampagne mitarbeiten  Kommunikationsinstrumente einsetzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwendung Kampagne von Kommunikationsmassnahmen - Praxisbeispiel</li> <li>- Einführung KN2 Video / Content Creation</li> </ul>



## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 5: Umsetzung von Marketingmassnahmen im Geschäftsfeld Marketing + Kommunikation 3. Lehrjahr, Dauer 5 Tage, September - März	
Arbeitssituationen	Themen
Kommunikationsinstrumente einsetzen In einer Werbekampagne mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertiefung Onlinemarketing Themen: Social Media, SEO, SEA</li> <li>- Werbemarkt: Platzierungen, Rabatte, Preisberechnung Online (V&amp;V, WE, MV)</li> </ul>
Kommunikationsinstrumente einsetzen In einer Werbekampagne mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertiefung Onlinemarketing Themen: Content Marketing, Newsletter</li> <li>- KN2 Video: Prompten mit ChatGPT und Co. für Content Creation</li> </ul>
Kommunikationsinstrumente einsetzen In einer Werbekampagne mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vertiefung Onlinemarketing Themen: Metaverse, AI, Programmatic Advertising</li> </ul>
In einer Werbekampagne mitarbeiten In Medienunternehmen mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategie und Konzept für Kampagne</li> <li>- Kreation und Kreativebriefing</li> <li>- Vertiefung Marktforschung</li> </ul>
Neue Nutzerkunden gewinnen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medienpartnerschaften Kundengewinnung, -bindung</li> <li>- Nutzermarkt, Kundengewinnung, -bindung</li> <li>- Abonnement + Einzelverkauf</li> <li>- Einführung neues Produkt (Gruppenarbeit)</li> </ul>
Neue Nutzerkunden gewinnen In Medienunternehmen mitarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Material beschaffen, Herstellungsländer, Transport, Import, Export</li> <li>- Material, Herstellung, Preisberechnung</li> <li>- Druck, Druckveredelung</li> <li>- Aufbau und Merkmale von Werbemitteln</li> </ul>

## Detailprogramm überbetriebliche Kurse

<p>Kommunikationsinstrumente einsetzen In Medienunternehmen mitarbeiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Arbeit von Journalisten</li> <li>- Darstellungsformen Publizistik</li> <li>- publizistische Grundhaltung und redaktionelle Ausrichtung</li> <li>- Pflichten der Journalisten</li> <li>- Informationsquellen und Agenturen</li> </ul>
<p>Kommunikationsinstrumente einsetzen In Buchverlagen mitarbeiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verlagsformen</li> <li>- Schwerpunkt-Titel und Auswahlkriterien</li> <li>- Gestaltung, Bestandteile, Herstellung</li> <li>- Vertiefung Papier, Farben, Druck, Weiterverarbeitung</li> </ul>
<p>Kommunikationsinstrumente einsetzen In Buchverlagen mitarbeiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kalkulation und Ladenpreis, Konditionen</li> <li>- Werbekampagnen, Vorschau, Pressearbeit, Einsatz von Kommunikationsinstrumenten</li> <li>- Statistiken und Rezensionen</li> </ul>
<p>Wissenssicherung und Vorbereitung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wiederholung des gesamten Stoffes</li> <li>- Prüfungssimulation</li> <li>- Organisatorische und verfahrensmässige Informationen zur Prüfung</li> <li>- Besprechung der Prüfung</li> </ul>
<p>KN2 Video: Mit ChatGPT und Co. für Content Creation</p>	
<p>Zusätzlicher Vertiefungstag für Lernende der Fachrichtungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktion / Druck</li> <li>- Werbeartikel</li> <li>- Buchverlage</li> </ul>	

