

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

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"> - Organigramm und Arbeitsabläufe der Lehrbetriebe - Produktbeschreibung, Beschreibung der Dienstleistung - Marktstellung, Marketingziele - Positionierung des Produkts/der Dienstleistung - Zielgruppenbestimmung - Mehrsprachigkeit
Klassische Werbeträger: Aufträge beschaffen	Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden: <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsmassnahmen - Verkaufsförderung - Werbeträger, Werbemittel
Klassische Werbeträger: Werbemittel vermitteln, verkaufen und verarbeiten	
Klassische Werbeträger: Werbemittel vermitteln, verkaufen und verarbeiten	Kommunikationsinstrumente kennen und anwenden: <ul style="list-style-type: none"> - Public Relations - Messemarketing - persönliche Kommunikation - Mitarbeitenden-Kommunikation
Klassische Werbeträger: Aufträge beschaffen	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung Kommunikationsmassnahmen - Kommunikationsziele, Wirkung - Einführung Wirksamkeitsmessung
Klassische Werbeträger: Werbemittel vermitteln, verkaufen und verarbeiten	
KN1 Präsentationen: Kommunikationsinstrumente	

Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 3: Mediaplanung, Onlinemarketing, Marktforschung

2. Lehrjahr, Dauer 3 Tage, September - Dezember

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

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

Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 4: Kommunikationsmassnahmen umsetzen

2. Lehrjahr, Dauer 2 Tage, März

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

Detailprogramm überbetriebliche Kurse

Überbetrieblicher Kurs 5: Umsetzung von Marketingmassnahmen im Geschäftsfeld Marketing + Kommunikation

3. Lehrjahr, Dauer 5 Tage, September - März

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

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