

Sachbearbeiter:in Marketing und Verkauf kv edupool

Trägerschaft: Kaufmännischer Verband Schweiz

Beschrieb Bildungsgang

Gültig ab Weiterbildungsstart Herbst 2026

Erstmalige Prüfungsanwendung Mai 2027

Inhaltsverzeichnis

1.	Anbieter Sachbearbeiter:in Marketing und Verkauf	4
2.	Verantwortlichkeiten	4
3.	Ausbildungskonzept	5
3.1	Zielgruppen	5
3.2	Kompetenzerwerb	5
3.3	Persönliche Anforderungen.....	5
3.4	Fachliche Anforderungen.....	5
3.5	Übersicht der Handlungsfelder	6
3.6	Dauer	6
3.7	Diplom	6
4.	Lehrmittelübersicht.....	6
4.1	Taxonomiestufen.....	7
5.	Lernziele und -inhalte	8
5.1	Marketing (32 Lektionen).....	8
5.2	Produkt- und Preisgestaltung (20 Lektionen)	9
5.3	Marketing- und Unternehmenskommunikation (44 Lektionen)	10
5.4	Verkauf und Distribution (32 Lektionen)	11
5.5	Projekt- und Selbstmanagement (32 Lektionen)	13
6.	Lehren und Lernen	15
6.1	Methodik	15
6.2	Lehrmittel.....	15
6.3	Lehrkonzept.....	15
6.4	Rolle der Dozierenden	16
7.	Formale Rahmenbedingungen	16

Der perfekte Karriere-Wurf.

Sie wollen sich in der faszinierenden Welt des Marketings und Verkaufs beruflich weiterentwickeln. Der Bildungsgang Sachbearbeiter:in Marketing und Verkauf kv edupool vermittelt Ihnen fundiertes Grundlagenwissen in den Bereichen Marketing, Produkt- und Preisgestaltung, Marketing- und Unternehmenskommunikation, Verkauf und Distribution sowie Projekt- und Selbstmanagement. Dank dem hohen Praxisbezug können Sie das Gelernte zielgerichtet anwenden und Marketing- und Verkaufsprojekte kompetent begleiten. Mit diesem Bildungsgang erwerben Sie zudem die notwendige Basis für eine anschliessende, verkürzte Weiterbildung auf Stufe eidg. Fachausweis für Marketing- und Verkaufsfachleute.

kv edupool – Das Qualitätslabel für die kaufmännische Weiterbildung

kv edupool ist das grösste Schweizerische Bildungsnetzwerk im kaufmännischen Bereich. Nebst der Entwicklung praxisnaher Bildungsgänge, Lernmedien und Unterrichtsinhalte gilt kv edupool zudem als Prüfungsorganisation mit höchsten Qualitätsstandards. So prüft kv edupool jährlich über 4000 Teilnehmende und verleiht den erfolgreichen Absolvent:innen schweizweit anerkannte und vom kaufmännischen Verband Schweiz mitzertifizierte Diplome und Zertifikate.

1. Anbieter Sachbearbeiter:in Marketing und Verkauf

Dieser schweizweit anerkannte Bildungsgang ist ein zertifiziertes Produkt von kv edupool. Er darf nur von kv edupool akkreditierten Partnerschulen angeboten und durchgeführt werden.

Weitere Informationen zur Durchführung erhalten Sie direkt im Schulsekretariat oder auf der jeweiligen Webseite.

Die anbietenden Schulen finden Sie auf www.kv-edupool.ch/pr in der Rubrik «Schulorte».

.

2. Verantwortlichkeiten

Fachexperte Bildungsgang	Jürg Rinderknecht	juerg.rinderknecht@kv-edupool.ch
Prüfungssekretariat	kv edupool AG, 6300 Zug Manuela Aus der Au ad interim	www.kv-edupool.ch manuela.ausderau@kv-edupool.ch Telefon 041 726 55 64
Prüfungstermine	www.kv-edupool.ch , Rubrik «Prüfungsdaten / Anmeldung»	

3. Ausbildungskonzept

3.1 Zielgruppen

Angesprochen werden grundsätzlich berufstätige Fach- und Nachwuchskräfte aus Marketing und Verkauf oder Wiedereinsteigende, die ihre beruflichen Kompetenzen gezielt erweitern und verbessern möchten. Aber auch Absolvierende einer Berufslehre, die sich dank dieser Ausbildung für einen Einstieg in dieses Berufsfeld qualifizieren möchten.

3.2 Kompetenzerwerb

Dank der Ausbildung Sachbearbeiter:in Marketing und Verkauf kv edupool erhalten Sie vielfältige Kompetenzen, damit sie:

- Märkte und Kunden verstehen
- Märkte ganzheitlich analysieren
- Zielgruppen gezielt ansprechen
- Kunden professionell beraten und überzeugen
- Verkaufs- und Marketingmassnahmen planen und umsetzen
- Kleinere Projekte selbstständig bearbeiten
- digitale Marketing- und Verkaufskanäle einsetzen
- Verhandlungen erfolgreich führen
- unternehmerisch und lösungsorientiert handeln
- Verantwortung übernehmen und beruflich den nächsten Schritt machen

3.3 Persönliche Anforderungen

- Freude am Lernen
- Wille, sich einer intensiven Weiterbildung zu widmen und mit Eigeninitiative im Selbststudium zu lernen (3–4 Stunden pro Woche)
- Regelmässige Unterrichtsteilnahme

3.4 Fachliche Anforderungen

Voraussetzung

- Kaufmännische Vorkenntnisse
- Mindestens zwei Jahre allgemeine Berufspraxis (Lehrzeit wird angerechnet)
- Gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift (Niveau C1, s. auch «Selbsteinstufungstest Deutsch» verfügbar auf www.kv-edupool.ch)

Empfehlung

- Diplom der Handelsschule kv edupool oder eine kaufmännische oder gleichwertige Grundbildung
Erste Praxiserfahrung im Marketing und Verkauf

3.5 Übersicht der Handlungsfelder

Handlungsfelder	Anzahl Lektionen
Marketing	32
Produkt- und Preisgestaltung	20
Marketing- und Unternehmenskommunikation	44
Verkauf und Distribution	32
Projekt- und Selbstmanagement	32
Total	160

Die empfohlenen Lektionen sind als Mindestvorgabe zu verstehen.

3.6 Dauer

160 Lektionen, in der Regel eins bis zwei Semester, berufsbegleitend

3.7 Diplom

Die erfolgreichen Absolvierenden erhalten das schweizweit anerkannte und vom Kaufmännischen Verband Schweiz mitunterzeichnete Diplom:

Sachbearbeiter Marketing und Verkauf kv edupool

Sachbearbeiterin Marketing und Verkauf kv edupool

4. Lehrmittelübersicht

Lehrmittel	Autor:innen
Marketing	Jürg Rinderknecht
Produkt- und Preisgestaltung	Jürg Rinderknecht
Marketing- und Unternehmenskommunikation	Brigitte Burkhardt, Jürg Kaltenrieder
Verkauf und Distribution	Chantal Sinik
Projektmanagement Kommunikation und Präsentationstechnik Selbstmanagement und Methodenkompetenz	Compendio Autorenteam

Die an der Diplomprüfung zugelassenen Lehrmittel können der Hilfsmittelliste des aktuellen Prüfungsjahrs entnommen werden.

Bestellungen: www.kv-edupool.ch (eShop)

Für Partnerschulen stehen zudem verschiedene Diplomprüfungen (aus Vorjahren) zur Verfügung.

4.1 Taxonomiestufen

Jedem Lernziel ist eine Taxonomiestufe zugeordnet. Der Bildungsgang umfasst die Stufen K1 bis K3.

K1 – Wissen Kenntnisse - Reproduktion - Faktenwissen	
Die Teilnehmenden geben wieder, was sie vorher gelernt haben. Der Prüfungsstoff muss auswendig gelernt oder geübt werden.	
Verben für Prüfungsaufgaben (Beispiele, nicht abschliessend)	aufsagen, aufschreiben, aufzählen, aussagen, benennen, erzählen, nennen, niederschreiben, schildern, schreiben, wiedergeben, zeigen
K2 – Verständnis Verstehen - Mit eigenen Worten begründen bzw. erklären	
Die Teilnehmenden erklären z. B. einen Begriff, eine Formel, einen Sachverhalt oder ein Gerät. Das Verständnis zeigt sich darin, dass sie das Gelernte auch in einem Kontext präsent haben, der sich vom Kontext unterscheidet, in dem gelernt worden ist. So können die Teilnehmenden z. B. einen Sachverhalt umgangssprachlich erläutern oder den Zusammenhang darstellen.	
Verben für Prüfungsaufgaben (Beispiele, nicht abschliessend)	darstellen, erklären, erläutern, formulieren, ordnen, präzisieren, schildern, umschreiben, verdeutlichen, zusammenfassen
K3 – Anwendung Umsetzung eindimensionaler Lerninhalte - Umsetzen in die Praxis	
Die Teilnehmenden wenden etwas Gelerntes in einer neuen Situation an.	
Verben für Prüfungsaufgaben (Beispiele, nicht abschliessend)	anknüpfen, anwenden, ausführen, bearbeiten, berechnen, demonstrieren, durchführen, erarbeiten, ermitteln, errechnen, herstellen, konstruieren, planen, verwenden

Eine tiefere Stufe ist immer in den höheren Stufen enthalten.

V1.0 / 2026

5. Lernziele und -inhalte

Jedem Lernfeld sind Lernziele mit Taxonomiestufen zugeordnet. Die Lernfelder wiederum werden in Themengebiete aufgeteilt, denen die entsprechenden Inhalte sowie die empfohlenen Unterrichtslektionen zugeordnet sind.

5.1 Marketing

(32 Lektionen)

Lernziele

Stufe

Die Teilnehmenden

- verstehen die wichtigsten Grundlagen im Marketing. K2
- kennen Marktstrukturen und wenden sie fallbezogen an. K3
- kennen die wichtigsten Methoden der primären und sekundären Marktforschung. K2
- kennen die einzelnen Punkte der Marketingsituationsanalyse. K2
- verstehen den Aufbau und Inhalt eines Marketingkonzeptes. K2
- können die Marketingmix-Instrumente nach deren Einsatzrichtung beschreiben. K2

Grundlagen Marketing

8 Lektionen

- Begriffsdefinition
- Rolle des Marketings in der Unternehmung
- Marketingphilosophien, Betrachtungsweisen des Marketings
- Ethik im Marketing
- Markt: Marktdefinition, Marktabgrenzung, Marktsegmentierung, Marktformen, Marktteilnehmer und Marktsystem
- Marktkennnziffern

Marktforschung

4 Lektionen

- Marktforschungsprozess (-ablauf)
- Ziele/Einsatzbereiche der Marktforschung
- Möglichkeiten der Sekundär-Marktforschung
- Methoden-Übersicht (quantitative und qualitative Forschung)
- Vor- und Nachteile der Befragungsarten

Inhalt und Aufbau eines Marketingkonzepts

16 Lektionen

- Marketingsituationsanalyse: SWOT-Analyse, Lebenszyklus-Analyse, Portfolio nach Boston Consulting Group
- Marketingziele
- Marktsegmentierungsstrategien (Teilmärkte/Segmente)
- Positionierung
- Marktbearbeitungsentscheid: Pull-/Push-Strategie
- Budget und Kontrollplanung

Marketingmix und Marketinginfrastruktur**4 Lektionen**

- Besonderheiten des Marketing-Mix nach Güterkategorien
- Einsatzrichtung des Marketing-Mix (3-R-Modell)
- Elemente der Marketinginfrastruktur

5.2 Produkt- und Preisgestaltung**(20 Lektionen)****Lernziele****Stufe**

Die Teilnehmenden

- kennen Aufgaben und Zweck des Rechnungswesens. K1
- kennen den Aufbau und die Elemente eines Kostenrechnungssystems. K1
- können verschiedene Kalkulationsmethoden anwenden. K2
- können Deckungsbeiträge berechnen und interpretieren. K3
- sind in der Lage, einen Break-even zu berechnen. K3
- kennen die Anforderungen an die Qualität von Produkten und ergänzenden Dienstleistungen und können Kriterien zur Überprüfung der Qualität erläutern. K2
- können die Instrumente des Produkte-Mix beschreiben und fallspezifisch anwenden. K3
- können die Funktionen und Anforderungen der Verpackung nach Anspruchsgruppen definieren. K2
- kennen die wichtigsten Begriffe im Zusammenhang mit der Sortiments- und Markenpolitik und können diese umschreiben und unterscheiden. K2
- sind sich der Bedeutung von ergänzenden Kunden- und Serviceleistungen bewusst und können diese fallspezifisch beschreiben. K3
- können die Instrumente des Preis-Mix sowie die Modelle zur Preisbestimmung beschreiben und fallspezifisch anwenden. K2
- kennen die Bedeutung der wesentlichen Einflussfaktoren bei der Preisfindung K2
- können die verschiedenen Preisdifferenzierungsarten fallbezogen anwenden K2

Kostenrechnen und Kalkulation**12 Lektionen**

- Zusammenspiel Finanzbuchhaltung/Kostenrechnung
- Aufbau eines Kostenrechnungssystems
- Berechnung von Gemeinkostenverrechnungssätzen
- Kalkulation im Handel (Zuschläge, Margen)
- Zuschlagskalkulationen erstellen (auf-/absteigend)
- Kostenverläufe (Fixkosten, variable Kosten)
- Berechnung einfacher Deckungsbeiträge
- Break-even berechnen (mengenmässig, umsatzmässig)

Produkt- und Preisgestaltung**8 Lektionen**

- Qualitätsmanagement
- Produkte-Ebenen
- Design und Verpackung
- Marken- und Sortimentspolitik

- Kundendienst- und Serviceleistungen
- Kreativitätstechniken
- Preisbestimmung nach dem Modell 4K
- Preispsychologie
- Preisdifferenzierung
- Konditionenmix (Finanzierung, Rabatte, Skonto usw.)

5.3 Marketing- und Unternehmenskommunikation

(44 Lektionen)

Lernziele

Stufe

Die Teilnehmenden

- verstehen die Grundlagen der Kommunikation und erkennen, wie wichtig der Ansatz der integrierten Kommunikation ist. K2
- kennen die Möglichkeiten der Werbung, des Direct Marketing (Dialogmarketing), der PR und PPR, des Sponsorings, des Event Managements, der Verkaufsförderung und können einfache Massnahmen planen, vorschlagen, durchführen und die Wirkung kontrollieren. K3
- können die Wirkungsweise von einzelnen Kommunikationsinstrumenten einordnen. K2
- können einfache Kommunikationsmittel beurteilen. K3
- kennen die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit externen Partnern und wissen, worauf bei der Wahl von externen Partnern zu achten ist. K2
- können die wichtigsten Instrumente des Online-Marketings und der Social Media zielgruppenorientiert einsetzen, einfache digitale Marketingmassnahmen planen, umsetzen und deren Wirkung anhand geeigneter Kennzahlen beurteilen. K3
- können die Webseite als Herzstück des Online-Marketings verstehen, digitale Kanäle gezielt auf die Webseite führen und einfache Massnahmen zur Steigerung von Besuchern, Interaktionen und Conversions vorschlagen und beurteilen. K3

Grundlagen der Marketing- und Unternehmenskommunikation

4 Lektionen

- Einordnung der Kommunikation innerhalb der Unternehmung
- Entwicklungsphasen
- Übersicht der Kommunikationsinstrumente und Abgrenzungen
- Zielhierarchie
- Ansatz der integrierten Kommunikation

Werbung

12 Lektionen

- Grundlagen der Werbung (Entwicklung, Aufgaben und Bedeutung)
- Werbekonzept inkl. Budgetierung und Wirkungskontrolle
- Grobprozesse in der Gestaltung, Produktion und Streuung von Werbung (als Input für die Begleitung des Produktionsprozesses als Sachbearbeiter:in)
- Beurteilung von Werbemitteln
- Inhalt eines Webbriefings

Direct Marketing**4 Lektionen**

- Grundlagen des Direct Marketing
- Instrumente im Direct Marketing
- Konzept: Planung, Gestaltung, Durchführung und Controlling von Direct Marketingaktivitäten

Public Relations und Sponsoring**8 Lektionen**

- Grundlagen der PR (Definition, Funktion, Ziele, Zielgruppen)
- Unterschied PR/PPR (Product Public Relations)
- Instrumente der internen und externen PR
- Grundlagen und Bedeutung des Sponsorings
- Formen und Arten des Sponsorings
- Ziele von Sponsoringengagements
- Konzept: Planung und Durchführung von einfachen PR- und Sponsoring-Massnahmen

Event Management**4 Lektionen**

- Bedeutung des Event Managements im Marketing
- Konzept: Entwicklung, Planung, Budgetierung und Kontrolle von Events
- Organisation vor/während/nach den Events

Verkaufsförderung**4 Lektionen**

- Grundlagen der Verkaufsförderung
- Ziele und Zielgruppen der Verkaufsförderung
- Konzept: Planung und Durchführung von einfachen Massnahmen im Verkaufsförderungs-Bereich

Online und Mobile Marketing**8 Lektionen**

- Aufgaben Online-Marketing
- Ziele des Online-Marketing
- Gesamtübersicht Online Marketing/Unterscheidung online – offline
- Online-Marktbearbeitung und Online-Marketinginstrumente (Website, SEO, SEA, Google Adwords, Social Media, Devices, Mobile Trend u. a.)
- Online-Marketingkonzept: Entwicklung, Planung, Budgetierung, Durchführung und Controlling von Online Marketing Massnahmen
- Schnittstelle zu CRM/Web-Shop

5.4 Verkauf und Distribution**(32 Lektionen)****Lernziele****Stufe**

Die Teilnehmenden

- | | |
|--|----|
| • verstehen Zielsetzungen, Funktion und Wirkungen des Verkaufens. | K2 |
| • verstehen Verkauf als Instrument zur Kundenbindung und Kundengewinnung. | K2 |
| • können Verkaufsprozess und Instrumente der Verkaufsplanung nennen und erläutern. | K2 |
| • können zur Erstellung einer Analyse Methoden nennen und Entscheide treffen. | K3 |
| • können aus der Verkaufsanalyse weitere Schritte der Verkaufsstrategie aufführen. | K3 |

- sind in der Lage, Verkaufsaktivitäten zu planen und durchzuführen. K3
- können Motivations- und Entlohnungssysteme nennen und erläutern. K2
- können verschiedene Verkaufsmassnahmen definieren. K3
- verstehen den eigentlichen Verkaufsprozess. K2
- können Verhandlungstechniken benennen, erklären und anwenden. K3
- können die wichtigsten Elemente im Verkaufsgespräch zur Zielerreichung einsetzen. K3
- bereiten Informationen zur Überprüfung des Verkaufserfolgs vor. K2
- können Verkaufskontrollen durchführen. K3
- können kundenorientierte Offerten erstellen. K3
- können die Grundlagen der Fragetechnik nennen und erklären. K2
- verstehen die Rolle des Verkaufs im Rahmen von Messeaktivitäten. K2
- können Anforderungen an einen After-Sales-Service nennen und erklären. K2
- kennen die Begriffe der strategischen und physischen Distribution. K1
- kennen Kriterien zur Auswahl von Distributionsstufen und Kanälen. K2
- kennen den Aufbau des Distributionskonzeptes und die einzelnen Schritte. K1
- können die Distributionskennziffern (num./gew.) erklären und berechnen. K3
- kennen die Elemente der physischen Distribution und können diese erklären. K2

Grundlagen des Verkaufs und Verkaufskonzept**8 Lektionen**

- Aufgaben und Funktion des Verkaufs (Zusammenspiel Innen- und Aussendienst)
- Eingliederung im Marketing-Mix
- Verkaufsformen
- Einflussfaktoren der Verkaufstätigkeit (Motivation, Umgangsformen)
- Verkaufsspezifische Analyse, Verkaufs-Ziele (quantitative und qualitative)
- Grundzüge d. Verkaufsstrategie (Subvariablen des Verkaufs), Kundenwert, Kapazitätsberechnungen
- Budgetierung und Kontrollmethoden der Aktivitäten und der Verkaufsziele

Primäre und sekundäre Verkaufsplanung**4 Lektionen**

- Primäre Verkaufsplanung: Umsatzplanung, Einsatzplanung, Verkaufsstufenpläne
- Sekundäre Verkaufsplanung: Organisationsplanung, Ausbildungs-, Motivationsplanung, Verkaufshilfenplanung, Personalplanung
- Routen und Tourenplanung: Blatt und Kuchenprinzip
- Budget und Kontrolle

Verkaufsgespräch und Verhandlungstechnik**6 Lektionen**

- Verkaufs-Psychologie
- Verkaufs-Technik (Fragetechniken, Argumentation Angebot, Einwände, Abschluss u. Verabschiedung)
- Grundprinzipien des Offert- und Reklamationswesens
- Verkaufsgespräch und weitere Gesprächsarten.
- Ausdrucksformen, Körpersprache
- Besonderheiten des Telefonverkaufs

Messemarketing**6 Lektionen**

- Angebote aus dem Marketing-Mix anbieten
- Messeziele und flankierende Massnahmen
- Aufgaben vor, während und nach der Messe
- Standorganisation und Verhalten am Messestand
- Auswertung der Messeergebnisse

Distribution**8 Lektionen**

- Begriffe der Distribution, Distributionspolitik, strategische und physische Distribution
- Distributionsziele, numerische und gewichtete Distribution
- Aufbau eines Distributionskonzeptes
- Distributionsmix: Absatzweg, Merkmale wichtigster Absatzkanäle, Grundzüge der Logistik
- Auswahl von Kanälen und D-Stufen und Wahlkriterien
- Begriffe der Logistik
- Lagerhaltung, Warenfluss, Absatzmittler

5.5 Projekt- und Selbstmanagement**(32 Lektionen)****Lernziele****Stufe**

Die Teilnehmenden

- | | |
|--|----|
| • verstehen Sinn und Zweck des Projektmanagements. | K2 |
| • sind in der Lage, kleine Projekte zu planen und zu kontrollieren. | K3 |
| • können aktiv und konstruktiv in Projekten bei der Erarbeitung von Problemlösungen mitwirken. | K2 |
| • kennen die wichtigsten Elemente der Rhetorik. | K1 |
| • können ein Präsentationsthema inhaltlich strukturieren. | K3 |
| • verstehen die Grundregeln der konstruktiven Kommunikation. | K2 |
| • erkennen die Bedeutung einer ausgewogenen Life-Balance für die eigene Tätigkeit. | K2 |
| • können die wichtigsten Techniken zur Optimierung der eigenen Arbeitsweise anwenden. | K3 |

Projektmanagement**12 Lektionen**

- Projektmerkmale/Projektdefinition
- Grundlagen des Projektmanagements (Erfolgsfaktoren)
- Vorgehensmethodik (Phasenkonzept)
- Projektziele definieren
- Stakeholdermanagement
- Projektstrukturplan
- Projektorganisation planen
- Ablauf- und Terminplanung
- Management by Objectives (MbO)
- Strukturierte Problemlösung (AZPERK)

Kommunikation und Präsentationstechnik

10 Lektionen

- Basiskompetenzen in der Kommunikation
- Kommunikationstechniken einsetzen
- Präsentieren vorbereiten
- Wirkungsvoll präsentieren

Selbstmanagement und Methodenkompetenz

10 Lektionen

- Lebensziele und Lebensplan
- Zeitplanung
- Entscheiden heisst Prioritäten setzen
- Zeitplanung realisieren

6. Lehren und Lernen

6.1 Methodik

Die Weiterbildung orientiert sich an einer praxis-, handlungs- und kompetenzorientierten Didaktik. Die Lehrmittel und der Unterricht bilden die Grundlage für ein begleitetes Lernen, sowie ein individuelles Selbststudium. Es stellt Lernunterlagen, Praxisbeispiele, Arbeitsaufträge und weiterführende Materialien zur Verfügung.

Der Unterricht kombiniert verschiedene Lehr- und Lernformen und fördert den nachhaltigen Kompetenzaufbau. Ein gezielter Wechsel zwischen Wissensvermittlung, selbstgesteuertem Lernen, Zusammenarbeit und Reflexion unterstützt den Lernerfolg. Lernerfolgskontrollen und Feedbacks ermöglichen eine kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung des Lernfortschritts.

Je nach Lernziel kommen unterschiedliche Lehr- und Lernformen zum Einsatz:

Grundlagenlernen

- Frontalunterricht/Lehrgespräch
- Plenumsdiskussion
- Eigene Kurzreferate über ein Thema vorbereiten

Anwendungslernen

- Fallstudien und Praxisaufträge
- Gruppenarbeiten und kollaborative Lernformen
- Rollenspiele und Simulationen
- Einsatz von Video
- Analyse von Praxisbeispielen sowie aktuellen Fachthemen (z.B. Inserate/Berichte in Zeitungen)

Vertiefungslernen

- Reflexion von Praxissituationen
- Best-Practice-Beispiele
- Kollegialer Erfahrungsaustausch (andere Betriebe kennenlernen)
- Aktuelle Praxisbeispiele diskutieren

6.2 Lehrmittel

Die empfohlenen Lehrmittel stellen eine Grundlage zur Vermittlung der Arbeitsgebiete dar. Es ist jedoch Aufgabe der Fachdozierenden, diese sinnvoll auf die Lerninhalte und Lernziele abzugrenzen, respektive diese Lehrmittel durch eigene Unterlagen zu ergänzen. Die definierten Lehrmittel bilden neben den Lernzielen und Lerninhalten je Arbeitsgebiet die Basis möglicher Prüfungsfragen für das kv edupool Diplom.

6.3 Lehrkonzept

Die Schulen gestalten ihr Lehrkonzept im Rahmen dieses Bildungsgangs eigenverantwortlich.

Der Präsenz- sowie Online-Unterricht verbindet begleitetes Selbststudium und digitale Lernformen. Er fördert den Transfer zwischen Theorie und Praxis sowie den fachlichen Austausch unter den Teilnehmenden. Lernerfolgskontrollen, Feedbacks und Reflexion unterstützen den individuellen Kompetenzaufbau.

Die Arbeitsgebiete Verkauf und Marketingkommunikation sollten nach den Arbeitsgebieten Projekt- und Selbstmanagement sowie Marketing vermittelt werden, da diese Kenntnisse für ein ganzheitliches Verständnis vorausgesetzt werden.

6.4 Rolle der Dozierenden

Die Dozierenden verfügen über Fachkompetenz sowie didaktische und methodische Qualifikationen in der Erwachsenenbildung.

Sie gestalten den Unterricht praxisorientiert, begleiten die Lernenden im Kompetenzaufbau und fördern den Praxistransfer. Mit geeigneten Lehr- und Lernformen schaffen sie ein motivierendes Lernumfeld und unterstützen die nachhaltige Anwendung des Gelernten im Berufsalltag.

7. Formale Rahmenbedingungen

Die Prüfungen werden an den vorgegebenen Daten von kv edupool durchgeführt und korrigiert. Die Prüfungen finden elektronisch statt. Die Kandidat:innen müssen ihren eigenen Laptop (inkl. Netzteil/Ladegerät) mitbringen (BYOD – bring your own device). kv edupool teilt die technischen Anforderungen mit (siehe «Merkblatt BYOD» auf www.kv-edupool.ch → Rubrik «Mitgeltende Bestimmungen») und übernimmt keine Verantwortung für die Funktionsfähigkeit der Geräte.

Die Prüfungsdaten sind auf der www.kv-edupool.ch ersichtlich. Die Prüfungsanmeldung erfolgt ebenfalls über www.kv-edupool.ch, Rubrik «Prüfungsdaten / Anmeldung».

Alle Richtlinien sind in den Prüfungsbestimmungen, bestehend aus Prüfungsordnung, Hilfsmittelliste und den mitgeltenden Bestimmungen, verankert und verbindlich. Die Prüfungsgebühren werden direkt von kv edupool erhoben. Sämtliche Informationen sind auf www.kv-edupool.ch in der Rubrik «Prüfungsbestimmungen» ersichtlich.