

WEGLEITUNG ZUR PRÜFUNGSORDNUNG

Höhere Fachprüfung Publikationsmanager oder Publikationsmanagerin mit eidg. Diplom (ED)

vom 26. August 2009

Inhaltsverzeichnis

A ALLGEMEINE INFORMATIONEN

- 1 Zweck und Positionierung der Prüfung
- 2 Zulassung
- 3 Vorbereitung
- 4 Anmeldung

B ANSPRUCHSNIVEAU / TAXONOMIE

C PRÜFUNGSTEILE UND ANFORDERUNGEN

- 1 Betriebswirtschaft
- 2 Personalmanagement
- 3 Marketing
- 4 Projektmanagement (Fallstudie)

D ANHANG

- 1 Adressen Trägerverbände
- 2 Adresse Prüfungssekretariat

A ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Basierend auf der Sprachregelung der Prüfungsordnung sind Berufsbezeichnung und Berufstitel auch in der Wegleitung in weiblicher und männlicher Form angegeben.

Die Wegleitung ist die Ergänzung und Erläuterung zur Prüfungsordnung über die Durchführung der Höheren Fachprüfung Publikationsmanager ED / Publikationsmanagerin ED.

1 Zweck und Positionierung der Prüfung

Die Prüfung bezweckt, fachlich gut vorqualifizierten Personen von Unternehmen der visuellen Kommunikation/grafischen Branche die Gelegenheit zu bieten, sich über ihre theoretisch und praktisch erworbenen Fach- und Spezialkenntnisse in den Bereichen Betriebswirtschaft, Projektmanagement, Personalmanagement und Marketing auszuweisen, um anspruchsvolle Kundenprojekte zu leiten oder zu verkaufen.

Der Kompetenznachweis durch die Höhere Fachprüfung Publikationsmanager ED oder Publikationsmanagerin ED bezieht sich auf die Fähigkeit zur Vernetzung umfassender und strategisch ausgerichteter Aufgaben. Durch die Steigerung von Sozial- und Selbstkompetenz ist es der Absolventin oder dem Absolventen möglich, Führungsfunktion auf Stufe HFP zu übernehmen.

2 Zulassung

Die Zulassung ist unter Artikel 3.3 der Prüfungsordnung festgelegt.

3.31 Zur Prüfung wird zugelassen, wer eine eidg. Berufsprüfung oder einen gleichwertigen Abschluss erfolgreich absolviert hat und nach abgeschlossener Grundbildung von mindestens dreijähriger Dauer wenigstens 3 Jahre Praxis im Bereich Medienkommunikation nachweisen kann.

Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr nach Ziff. 3.41.

3.32 Über die Gleichwertigkeit von ausländischen Ausweisen und Diplomen entscheidet das BBT.

3.33 Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Bewerberin oder dem Bewerber mindestens drei Monate vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid enthält eine Begründung und eine Rechtsmittelbelehrung.

3 Vorbereitung

Die Kandidatin oder der Kandidat, der die Bedingungen nach Art. 3.3 der Prüfungsordnung erfüllt, hat üblicherweise den klassischen Studienlehrgang zur Vorbereitung der Höheren Fachprüfung Publikationsmanager ED / Publikationsmanagerin ED besucht.

Die Kandidatin oder der Kandidat kann sich aber durchaus auf autodidaktischem Weg die erforderlichen Kompetenzen verschaffen. Der Besuch eines Studienlehrganges ist nicht Bedingung, wird aber wegen den hohen Anforderungen und dem starken Praxisbezug der anspruchsvollen Prüfung nachdrücklich empfohlen.

4 Anmeldung zur Höheren Fachprüfung

Die Anmeldung ist mit den erforderlichen Unterlagen gemäss Ziff. 3.2 der Prüfungsordnung per Lettre Signature an das Prüfungssekretariat einzureichen. Die Adresse ist im Anhang aufgeführt. Bei den verlangten Praxisjahren wird die Zeit bis zum Prüfungsbeginn angerechnet. Die Anmeldefristen sind verbindlich. Der Zulassungsentscheid wird den Kandidierenden schriftlich mitgeteilt. Danach wird die Prüfungsgebühr gemäss Ziff. 3.4 der Prüfungsordnung zur Zahlung fällig. Spätestens 3 Wochen vor Prüfungsbeginn erhält die Kandidatin oder der Kandidat detaillierte Informationen bezüglich Prüfungsorganisation und Hilfsmittel.

B ANSPRUCHSNIVEAU / TAXONOMIE

Leitziele

Vier Leitziele beschreiben die Prüfungsteile der Prüfungsordnung Publikationsmanager ED / Publikationsmanagerin ED. Zudem wird begründet, weshalb diese Themengebiete für die Höhere Fachprüfung Publikationsmanager ED / Publikationsmanagerin ED von Bedeutung sind.

Leistungsziele

Die Leistungsziele beschreiben die einzelnen Kompetenzen, taxonomiert nach B.S. Bloom. Das K-Stufen-Modell ist so konstruiert, dass jede ranghöhere Stufe die Inhalte aller niedrigeren einschließt

Stufe	Bezeichnung	Bedeutung
K1	Wissen	Gelerntes Wissen wiedergeben. Etwas kennen, benennen.
K2	Verständnis	Erkennen, erklären, aufgliedern, beschreiben.
K3	Anwendung	Gelerntes in eine neue Situation übertragen (Transfer).
K4	Analyse	Eine komplexe Situation untersuchen. Grundlegende Strukturen und Prinzipien ableiten.
K5	Synthese	Weiterdenken. Kreatives Zusammenbringen von verschiedenen Sachverhalten, Begriffen, Themen, Methoden.
K6	Beurteilen	Sich über einen komplexen Sachverhalt ein Urteil bilden. Entwickeln eigener Gesichtspunkte für die Beurteilung.

C PRÜFUNGSTEILE UND ANFORDERUNGEN

Ziffer 5 der Prüfungsordnung umschreibt den Umfang der Prüfungsteile.

Prüfungsteil	Schriftlich	Mündlich	Gewichtung
1 Betriebswirtschaft	2½ h	½ h	3
2 Personalmanagement	2½ h	½ h	3
3 Marketing	2½ h	½ h	3
4 Projektmanagement (Fallstudie)	9 h	½ h	6
Total	16½ h	2 h	

Bei den Prüfungsteilen 1-3 werden die schriftlichen Prüfungen zweifach gewichtet und die mündlichen Prüfungen einfach. Beim Prüfungsteil 4 wird die schriftliche Prüfung vierfach und die mündliche Prüfung zweifach gewichtet.

1 Prüfungsteil Betriebswirtschaft

Leitziel

Der Publikationsmanager ED oder die Publikationsmanagerin ED verfügt über die notwendigen betriebswirtschaftlichen Kompetenzen, um unternehmenspolitische Entscheide vorzubereiten und deren Umsetzung aktiv zu unterstützen.

Leistungsziele

1.1 Unternehmenspolitik

- Den Zweck einer Unternehmenspolitik erläutern
- Sätze des Leitbildes einer Unternehmung interpretieren und daraus Verhaltensweisen und Leistungen für seinen Verantwortungsbereich ableiten und umsetzen
- Ethische Grundsätze definieren und anwenden
- Verhaltenskodex kennen und anwenden

1.2 Prozessorganisation

1.2.1 Grundbegriffe

- Den Begriff Organisation erläutern
- Ziele und Aufgaben einer Unternehmung aufzeigen und erklären
- Verhalten im Marktsystem aufzeigen
- Ursprung und Zweck der Prozessorientierung erklären
- Modelle und Konzepte der modernen Management- und Prozesstheorien verstehen
- Begriffe und Definition rund um die Prozessorganisation kennen
- Das Unternehmen als Prozessorganisation verstehen

1.2.2 Instrumente der Prozessorganisation

- Innovationen erkennen und Optimierungen vorschlagen
- Verkaufsinstrumente kennen und anwenden
- Technisch/operative Prozesse definieren und anwenden
- Administrative Prozesse definieren und anwenden
- Informationsprozesse bestimmen und anwenden
- Investitionsprozess (Investitionsplanung, Evaluation, Rentabilität, Variantenbewertung, Investitionsvorschlag) erarbeiten

1.3 Rechnungswesen

- Strukturen und Aufbau des Rechnungswesens und der Finanzbuchhaltung aufzeigen

1.3.1 Grundlagen

- Zusammenhang FiBu / BeBu erkennen und wichtige Unterschiede erläutern
- Aufwand, Kosten und Preis unterscheiden können

1.3.2 Bilanz

- Aufbau und Darstellung einer Bilanz erklären
- Bilanz lesen und interpretieren

1.3.3 Erfolgsrechnung

- Aufbau und Darstellung einer Erfolgsrechnung erklären
- Erfolgsrechnung interpretieren

1.3.4 Kennzahlenermittlung und Analyse

- Sinn und Zweck der Kennzahlen erläutern
- Kennzahlen ermitteln, interpretieren und Massnahmen daraus ableiten
-

1.3.5 Kosten- und Leistungsrechnung

- Leistungsfähigkeit der Kostenrechnung erklären
- Kostenstruktur eines Betriebes anhand der FiBu-Konten darstellen
- Funktionsweise der Kostenrechnung erläutern
- Daten der Kostenrechnung analysieren und interpretieren

1.3.6 Leistungsaufbau verschiedener Betriebsmittel

- Zeitarten definieren
- Leistungen für eine Kostenstelle erarbeiten
- Methoden der Zeiterfassung definieren
- Daten von Leistungsstatistiken auswerten und interpretieren

1.3.7 Kalkulation

- Kalkulationssysteme anwenden
- Einflussfaktoren der Produktion den Prozessen zuordnen
- Kalkulation erstellen

1.3.8 Preisfindung

- Zusammenhänge zwischen kalkulierten Kosten und Marktpreis verstehen
- Preisuntergrenze bei Offertpreisen erkennen und einschätzen
- Argumentationsliste für Verkaufsgespräche erstellen

1.3.9 Kosten, Leistung und Technologie

- Schnittstelle Kunde - Lieferant erklären
- Technologien kosten- und leistungsmässig beurteilen
- Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitätszahlen errechnen und interpretieren

2 Prüfungsteil Personalmanagement

Leitziel

Der Publikationsmanager ED oder die Publikationsmanagerin ED kennt die verschiedenen Aspekte und die rechtlichen Rahmenbedingungen des Personalmanagements. Sie sind in der Lage, den Mitarbeiterereinsatz zu planen sowie die Mitarbeiter zu motivieren und zu führen. Sie beherrschen Methoden zur Qualifizierung der Mitarbeiter und planen deren Weiterentwicklung. Sie kennen die Prozesse der Arbeitsorganisation und der Personalverwaltung. Sie kennen die Methoden zur Optimierung der innerbetrieblichen Kommunikation und wissen diese anzuwenden.

Leistungsziele

2.1 Führungsgrundlagen

Führung als Aufgabe

- Wichtige Führungsaufgaben nennen und ihr Zusammenwirken erläutern
- Wesentliche Elemente der Autorität nennen und anhand konkreter Situationen angemessene Verhaltensweisen ableiten
- Verschiedene Führungsstile beschreiben und an verschiedenen Beispielen deren Anwendung erläutern
- Menschliche Motive sowie positive und negative Motivationsfaktoren erläutern
- Vorteile, Grenzen und Einsatzmöglichkeiten der Teamarbeit beschreiben
- Möglichkeiten der Teambildung, -förderung und -betreuung aufzeigen
- Konfliktsituationen erkennen und thematisieren
- Verschiedene Formen der Aufgaben-Delegation und die dazugehörenden Verantwortungsbereiche beschreiben

Personalrecht

- Systematik des schweizerischen Arbeitsrechts kennen
- Öffentliches und privates Arbeitsrecht erklären und unterscheiden
- Zwingendes und dispositives Recht erklären und unterscheiden
- Einfache Rechtsfragen aus dem Alltag beurteilen
- Wichtige Bestimmungen im Personalrecht, die in der Grafischen Branche von Bedeutung sind, aufzählen und erklären

Mitarbeiterförderung

- Korrektes Feedback abgeben
- Bedürfnisse und Fähigkeiten der Mitarbeiter beschreiben und leistungs- und persönlichkeitsfördernde Massnahmen anwenden
- Mitarbeiterbeurteilung vorbereiten und durchführen
- Mitarbeiter entsprechend ihren Fähigkeiten und Bedürfnissen einsetzen
- Personal-, Nachfolge- und Weiterbildungsplanung durchführen
- Möglichkeiten zur Erweiterung des Verantwortungsbereiches und zur Selbstgestaltung der persönlichen Arbeit der Mitarbeiter aufzeigen und umsetzen
- Funktions- und Arbeitsplatzbewertungen vornehmen

2.2 Organigramm/Stellenbeschrieb

Organisationshilfsmittel erstellen und anwenden

- Organigramm
- Funktionsdiagramm
- Stellenbeschreibung

2.3 Führungstechniken

Gesprächsführung

- Ein Beurteilungs-, Förderungs- und Konfliktgespräch zielgerichtet vorbereiten, durchführen und beurteilen

Persönliche Arbeitstechnik

- Eigene Arbeitszeit mit wirksamen Methoden kurz-, mittel- und langfristig planen
- Wichtige Methoden der Arbeitsorganisation aufzählen und ihren Einsatz erläutern

Mensch als Persönlichkeit

- Wichtige Einflussgrößen auf die Persönlichkeitsentwicklung kennen und wesentliche Persönlichkeits-Merkmale aufzeigen

Delegation

- Delegationskonzepte als Führungsmittel kennen
- Delegationsvoraussetzungen kennen und erklären
- Delegationsgrad erklären
- Auftragsvollzug wirkungsvoll kontrollieren

2.4 Führungsinstrumente

Sitzungsleitung

- Eine Sitzung vorbereiten, zielgerichtet leiten und auswerten unter Anwendung von wirksamen Problem- und Aufgabenbearbeitungsmethoden

Zielsetzungen festlegen

Mittel zum Controlling anwenden

- Fortschrittskontrollen
- Arbeitsrapporte
- Checklisten

Bewertung

- Umfragen/Feedback

2.5 Kommunikation/Rhetorik

- Persönliche Gesprächs- und Redetechnik unter Beachtung der Wortwahl anwenden
- Mimik und Gestik
- Verhandlungstechnik und -taktik
- Vorträge erarbeiten und halten sowie Statements abgeben

Präsentation

- Vorbereitung
- Themenstrukturierung
- Klarheit der Aussagen
- Gezielter Einsatz der Präsentationshilfsmittel
- Einbezug der Teilnehmer
- Eingehen auf das Auditorium

Information

- Die wichtigsten innerbetrieblichen Informationsträger anwenden
- Information zielgerichtet vorbereiten und weitergeben

3 Prüfungsteil Marketing

Leitziel

Der Publikationsmanager ED oder die Publikationsmanagerin ED verfügt über fundierte Kenntnisse von Methoden und Techniken der absatzpolitischen Instrumente, die anhand der Marktforderungen erkannt und in der Unternehmung wirtschaftlich und nachhaltig umgesetzt werden können.

Der Publikationsmanager ED oder die Publikationsmanagerin ED zeichnet sich durch eine hohe Kommunikations-, Beratungs- und Verkaufskompetenz aus. Sie sind in der Lage, die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und diesem durch eine fachgerechte Beratung das richtige Produkt unter Berücksichtigung der betriebswirtschaftlichen Gegebenheiten zu verkaufen und daraus resultierende Projekte zu leiten.

Leistungsziele

3.1. Marketing-Grundlagen

- Begriffe und Gliederung interpretieren
- Aufgaben und Bedeutung des Marketings erkennen
- Marktbeziehungen darstellen
- Marketing orientierte Unternehmensführung erklären

3.2 Marketing-Konzept

- Situationsanalyse eines Unternehmens durchführen (SWOT...)
- Marketing-Leitbild erarbeiten
- Marketingziele festlegen
- Einfaches Marketingkonzept erarbeiten
- Marketing-Strategien entwickeln und Massnahmenplan ableiten

3.3 Marketing-Mix

- Den Marketing-Mix erläutern
- Die einzelnen Marketing-Instrumente (PPPP) zusammenfügen und anwenden

3.4 Marketing-Kommunikation

- Werbekonzept erklären und Wirkungsweisen ableiten
- Werbemittel und -träger erläutern und deren Wirkungsweisen aufzeigen
- Absatzinstrumente wie Werbung, Verkauf und Verkaufsförderung einsetzen und ihre Wirkung einschätzen

3.5 Beratung/Verkauf

- Verkaufsorganisation: Aufgaben, Ablauf, Aufbau und Informationen erläutern
- Verkaufspräsentation erstellen und durchführen
- Beratungs- und Verkaufsgespräch führen
- Kundenbedürfnisse erkennen und Lösungsansätze daraus ableiten
- Konzepte und Angebote ausarbeiten
- Möglichkeiten der Kundenbindung erkennen und nutzen

4 Prüfungsteil Projektmanagement

Leitziel

Der Publikationsmanager ED oder die Publikationsmanagerin ED ist in der Lage, gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und anhand der Instrumente des Projektmanagements entsprechende Projekte zu konzipieren und umzusetzen.

Leistungsziele

4.1 Grundlagen des Projektmanagements

- Methoden kennen und anwenden
- Projektarten kennen und anwenden
- Projektorganisation kennen und anwenden

4.2 Projektphasen

- Situationsanalyse: Lagebeurteilung
Sachverhalt zerlegen
Zusammenhänge erarbeiten
Ursachen ermitteln
Zielgerichtet informieren
- Zielsetzung
Zielvorstellungen bereinigen, strukturieren, auf Vollständigkeit prüfen und in lösungsneutraler Form festhalten
- Evaluation
Kreativitätstechniken anwenden
- Variantenbewertung/Entscheid
- Planung
- Realisierung
- Controlling

4.3 Interdisziplinäre Arbeit (Fallstudie)

Vernetzung der Prüfungsteile 1-4

D ANHANG

1 Adressen Trägerverbände

1.1 Viscom

Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation
Speichergasse 35
Postfach 678
3000 Bern 7
Tel. 058 225 55 00
Fax 058 225 55 10
www.viscom.ch

1.2 IGB

Interessengemeinschaft Berufsbildung
Bergstrasse 10
8032 Zürich
Tel. 044 266 99 28
Fax 044 266 99 49

1.3 VWP

Verband Werbetechnik und Print
Geschäftsstelle
Spitalstrasse 14
9472 Grabs
Tel. 081 750 35 88
Fax 081 750 35 89
www.verband-werbetechnik-print.ch

2 Adresse Prüfungssekretariat

Prüfungssekretariat

Viscom Berufsbildung Schweiz
Theresia Kohler
Speichergasse 35
Postfach 678
3000 Bern 7
Tel. 058 225 55 29
Fax 058 225 55 10
theresia.kohler@viscom.ch