



ICT Berufsbildung
Formation professionnelle
Formazione professionale

Bildungsplan

zur Verordnung des SBFI vom 25. Oktober 2018 über die berufliche Grundbildung für

Mediamatikerin / Mediamatiker mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ)

vom 25. Oktober 2018

Berufsnummer 88606

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Berufspädagogische Grundlagen	4
2.1. Einführung in die Handlungskompetenzorientierung.....	4
2.2. Überblick der vier Dimensionen einer Handlungskompetenz.....	5
2.3. Taxonomiestufen für Leistungsziele (nach Bloom)	5
2.4. Zusammenarbeit der Lernorte	6
3. Qualifikationsprofil	7
3.1. Berufsbild	7
3.2. Übersicht der Handlungskompetenzen	9
3.3. Anforderungsniveau des Berufes	10
4. Handlungskompetenzbereiche, Handlungskompetenzen und Leistungsziele je Lernort	10
Handlungskompetenzbereich a: Produzieren von digitalen Medieninhalten.....	10
Handlungskompetenzbereich b: Gestalten von Medieninhalten	15
Handlungskompetenzbereich c: Entwickeln und Umsetzen von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen	18
Handlungskompetenzbereich d: Mitwirken in der Betriebsadministration	24
Handlungskompetenzbereich e: Einsetzen von Informations- und Kommunikationstechnologien ICT	28
Handlungskompetenzbereich f: Führen von einfachen Projekten.....	32
5. Übersicht über die Module im Unterricht an der Berufsfachschule und in überbetrieblichen Kursen	37
6. Erweiterte Grundkompetenzen	38
Erstellung	40
Anhang 1: Verzeichnis der Instrumente zur Sicherstellung und Umsetzung der beruflichen Grundbildung sowie zur Förderung der Qualität	41
Anhang 2: HK-Referenz zu Modultitel	42

Abkürzungsverzeichnis

BBG	Bundesgesetz über die Berufsbildung (Berufsbildungsgesetz), 2004
BBV	Verordnung über die Berufsbildung (Berufsbildungsverordnung), 2004
BiVo	Verordnung über die berufliche Grundbildung (Bildungsverordnung)
EBA	eidgenössisches Berufsattest
EFZ	eidgenössisches Fähigkeitszeugnis
OdA	Organisation der Arbeitswelt (Berufsverband)
SBFI	Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation
SBBK	Schweizerische Berufsbildungsämter-Konferenz
SDBB	Schweiz. Dienstleistungszentrum Berufsbildung Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
üK	überbetrieblicher Kurs

Weitere Begriffe der beruflichen Grundbildung und deren genaue Beschreibung sind im Lexikon der Berufsbildung (www.lex.berufsbildung.ch) aufgeführt.

1. Einleitung

Als Instrument zur Förderung der Qualität¹ der beruflichen Grundbildung für Mediamatikerin und Mediamatiker mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ) beschreibt der Bildungsplan die von den Lernenden bis zum Abschluss der Qualifikation zu erwerbenden Handlungskompetenzen. Gleichzeitig unterstützt er die Berufsbildungsverantwortlichen in den Lehrbetrieben, Berufsfachschulen und überbetrieblichen Kursen bei der Planung und Durchführung der Ausbildung.

Für die Lernenden stellt der Bildungsplan eine Orientierungshilfe während der Ausbildung dar.

¹ vgl. Art. 12 Abs. 1 Bst. c Verordnung vom 19. November 2003 über die Berufsbildung (BBV) und Art.22 der Verordnung des SBFI über die berufliche Grundbildung (Bildungsverordnung; BiVo) für Mediamatikerin und Mediamatiker.

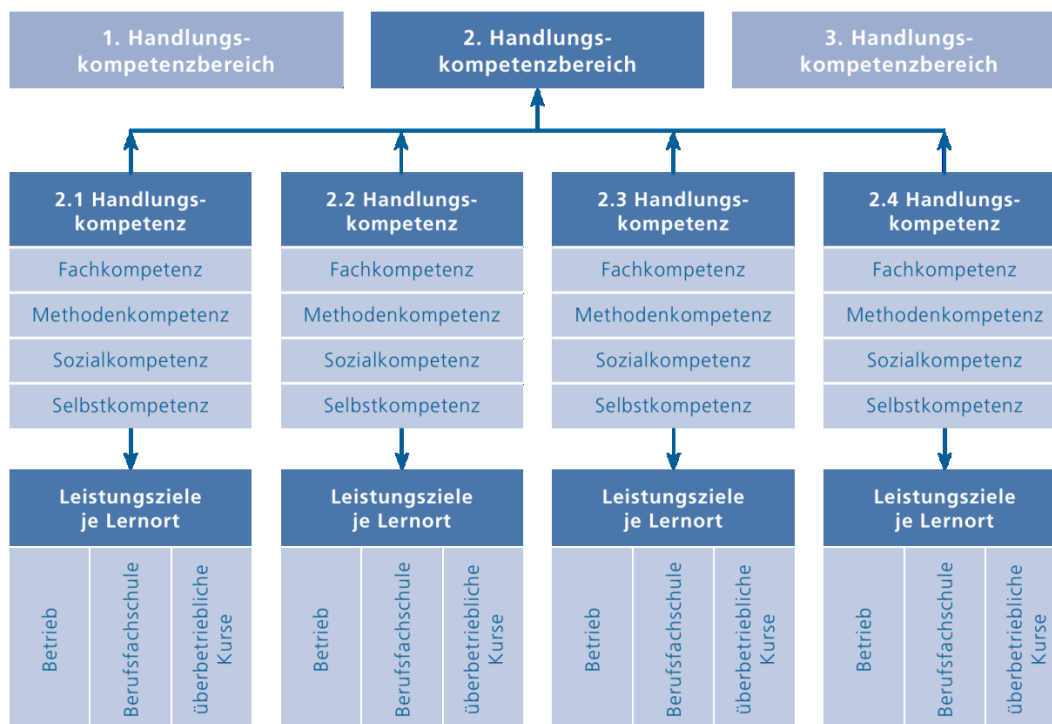
2. Berufspädagogische Grundlagen

2.1. Einführung in die Handlungskompetenzorientierung

Der vorliegende Bildungsplan ist die berufspädagogische Grundlage der beruflichen Grundbildung Mediamatikerin / Mediamatiker. Ziel der beruflichen Grundbildung ist die kompetente Bewältigung von berufstypischen Handlungssituationen. Damit dies gelingt, bauen die Lernenden im Laufe der Ausbildung die in diesem Bildungsplan beschriebenen Handlungskompetenzen auf. Diese sind als Mindeststandards für die Ausbildung zu verstehen und definieren, was in den Qualifikationsverfahren maximal geprüft werden darf.

Der Bildungsplan konkretisiert die zu erwerbenden Handlungskompetenzen. Diese werden in Form von Handlungskompetenzbereichen, Handlungskompetenzen und Leistungszielen dargestellt.

Darstellung der Handlungskompetenzbereiche, Handlungskompetenzen und Leistungsziele je Lernort:



Der Beruf Mediamatikerin / Mediamatiker umfasst **6 Handlungskompetenzbereiche**. Diese umschreiben und begründen die Handlungsfelder des Berufes und grenzen sie voneinander ab.

Beispiel: Produzieren von digitalen Medieninhalten

Jeder Handlungskompetenzbereich umfasst eine bestimmte Anzahl **Handlungskompetenzen**. So sind im Handlungskompetenzbereich a «Produzieren von digitalen Medieninhalten» vier Handlungskompetenzen gruppiert. Diese entsprechen typischen beruflichen Handlungssituationen. Beschrieben wird das erwartete Verhalten, das die Lernenden in dieser Situation zeigen sollen. Jede Handlungskompetenz beinhaltet die vier Dimensionen Fach-, Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenz (siehe 2.2); diese werden in die Leistungsziele integriert.

Damit sichergestellt ist, dass der Lehrbetrieb, die Berufsfachschule sowie die überbetrieblichen Kurse ihren entsprechenden Beitrag zur Entwicklung der jeweiligen Handlungskompetenz leisten, werden die Handlungskompetenzen durch **Leistungsziele je Lernort** konkretisiert. Mit Blick auf eine optimale Lernortkooperation sind die Leistungsziele untereinander abgestimmt (siehe 2.4).

2.2. Überblick der vier Dimensionen einer Handlungskompetenz

Handlungskompetenzen umfassen Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen. Damit Mediamatikerinnen und Mediamatiker im Arbeitsmarkt bestehen, werden die angehenden Berufsleute im Laufe der beruflichen Grundbildung diese Kompetenzen integral und an allen Lernorten (Lehrbetrieb, Berufsfachschule, überbetriebliche Kurse) erwerben. Die folgende Darstellung zeigt den Inhalt und das Zusammenspiel der vier Dimensionen einer Handlungskompetenz im Überblick.

Handlungskompetenz



2.3. Taxonomiestufen für Leistungsziele (nach Bloom)

Jedes Leistungsziel wird mit einer Taxonomiestufe (K-Stufe; K1 bis K6) bewertet. Die K-Stufe drückt die Komplexität des Leistungsziels aus. Im Einzelnen bedeuten sie:

Stufen	Begriff	Beschreibung
K 1	Wissen	Mediamatikerinnen / Mediamatiker geben gelerntes Wissen wieder und rufen es in gleichartiger Situation ab. <i>(K1 ist im Bildungsplan Mediamatikerin / Mediamatiker EFZ nicht vorhanden)</i>
K 2	Verstehen	Mediamatikerinnen / Mediamatiker erklären oder beschreiben gelerntes Wissen in eigenen Worten. <i>(K2 ist im Bildungsplan Mediamatikerin / Mediamatiker EFZ nicht vorhanden)</i>
K 3	Anwenden	Mediamatikerinnen / Mediamatiker wenden gelernte Technologien/Fertigkeiten in unterschiedlichen Situationen an. Beispiel: wenden einfache Kreativitätstechniken an
K 4	Analyse	Mediamatikerinnen / Mediamatiker analysieren eine komplexe Situation, d.h. sie gliedern Sachverhalte in Einzelelemente, decken Beziehungen zwischen Elementen auf und finden Strukturmerkmale heraus. Beispiel: analysieren einen Auftrag anhand von strukturierten Recherchen
K 5	Synthese	Mediamatikerinnen / Mediamatiker kombinieren einzelne Elemente eines Sachverhalts und fügen sie zu einem Ganzen zusammen. Beispiel: definieren Botschaften und Slogans für digitale Marketingprodukte
K 6	Beurteilen	Mediamatikerinnen / Mediamatiker beurteilen einen mehr oder weniger komplexen Sachverhalt aufgrund von bestimmten Kriterien. <i>(K6 ist im Bildungsplan Mediamatikerin / Mediamatiker EFZ nicht vorhanden)</i>

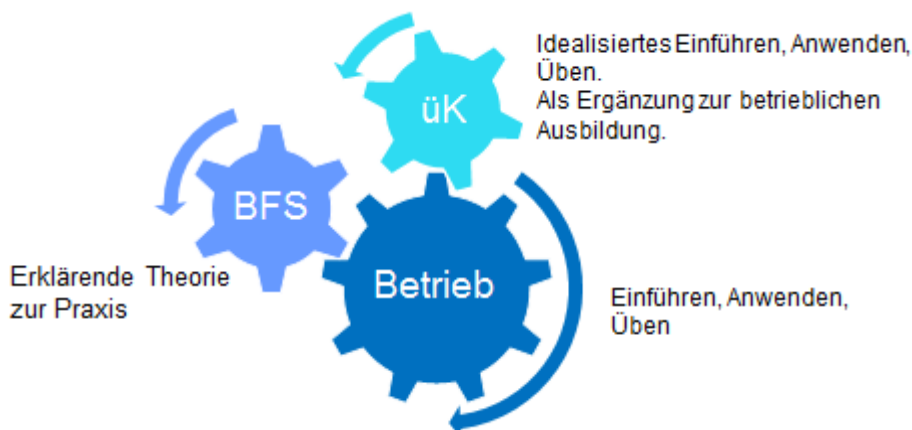
2.4. Zusammenarbeit der Lernorte

Koordination und Kooperation der Lernorte (bezüglich Inhalten, Arbeitsmethoden, Zeitplanung, Gepflogenheiten des Berufs) sind eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen der beruflichen Grundbildung. Die Lernenden sollen während der gesamten Ausbildung darin unterstützt werden, Theorie und Praxis miteinander in Beziehung zu bringen. Eine Zusammenarbeit der Lernorte ist daher zentral, die Vermittlung der Handlungskompetenzen ist eine gemeinsame Aufgabe. Jeder Lernort leistet seinen Beitrag unter Einbezug des Beitrags der anderen Lernorte. Durch gute Zusammenarbeit kann jeder Lernort seinen Beitrag laufend überprüfen und optimieren. Dies erhöht die Qualität der beruflichen Grundbildung,

Der spezifische Beitrag der Lernorte kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Der Lehrbetrieb; im dualen System findet die Bildung in beruflicher Praxis im Lehrbetrieb, im Lehrbetriebsverbund, in Lehrwerkstätten, in Handelsmittelschulen oder in anderen zu diesem Zweck anerkannten Institutionen statt, wo den Lernenden die praktischen Fertigkeiten des Berufs vermittelt werden.
- Die Berufsfachschule; sie vermittelt die schulische Bildung, welche aus dem Unterricht in den Berufskennnissen, der Allgemeinbildung und dem Sport besteht.
- Die überbetrieblichen Kurse; sie dienen der Vermittlung und dem Erwerb grundlegender Fertigkeiten und ergänzen die Bildung in beruflicher Praxis und die schulische Bildung, wo die zu erlernende Berufstätigkeit dies erfordert.

Das Zusammenspiel der Lernorte lässt sich wie folgt darstellen:



Eine erfolgreiche Umsetzung der Lernortkooperation wird durch die entsprechenden Instrumente zur Förderung der Qualität der beruflichen Grundbildung (siehe Anhang) unterstützt.

3. Qualifikationsprofil

Das Qualifikationsprofil beschreibt das Berufsbild sowie die zu erwerbenden Handlungskompetenzen und das Anforderungsniveau des Berufes. Es zeigt auf, über welche Qualifikationen eine Mediamatikerin oder ein Mediamatiker verfügen muss, um den Beruf auf dem erforderlichen Niveau kompetent auszuüben.

Neben der Beschreibung der Handlungskompetenzen dient das Qualifikationsprofil auch als Grundlage für die Ausgestaltung der Qualifikationsverfahren. Darüber hinaus unterstützt es die Einstufung des Berufsbildungsabschlusses im nationalen Qualifikationsrahmen Berufsbildung (NQR Berufsbildung) bei der Erarbeitung der Zeugnis erläuterung.

3.1. Berufsbild

Mediamatikerinnen und Mediamatiker sind Fachleute für die digitale Produktion und für die Gestaltung von digitalen oder analogen Medien. Sie entwickeln Marketing- und Kommunikationsmassnahmen und nutzen die aktuellsten Webtechnologien für deren Internetauftritt. Sie betreiben Social-Media-Kanäle aktiv und setzen Kommunikationsmittel zielorientiert ein. Sie führen einfache Projekte selbstständig durch.

Arbeitsgebiet

Mediamatikerinnen und Mediamatiker sind in der Unternehmenskommunikation, der ICT, im Marketing und in der Administration vielseitig einsetzbar.

Sie arbeiten in den Bereichen der Kommunikation, des Marketings und des Webdesigns.

Sie vernetzen und koordinieren die Fachstellen, kommunizieren mit allen Anspruchsgruppen sowie den internen und externen Kunden.

Wichtigste Handlungskompetenzen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker üben folgende Tätigkeiten aus:

Sie...

- nehmen digitale Rohdaten auf, verarbeiten, veröffentlichen und überprüfen diese selbstständig im Hinblick auf die geforderte Qualität;
- entwickeln Designentwürfe, gestalten grafische Elemente und Layouts und bereiten diese für ein Zielmedium unter Beachtung der gängigen Regeln für die grafische Gestaltung auf;
- erarbeiten Konzepte für analoges und digitales Marketing, setzen Kommunikationsmittel zielgerichtet ein und bewirtschaften Social-Media-Kanäle;
- wirken in der Betriebsadministration mit, indem sie Anfragen von Kund/innen und Partner/innen bearbeiten, Sitzungen und Anlässe leiten und in drei Sprachen kommunizieren;
- setzen ICT-Kompetenzen ein, bei der Erstellung von Webseiten und der Integration von interaktiven Komponenten achten sie auf die Benutzerfreundlichkeit und halten die Bestimmungen zum Datenschutz ein;
- führen selbstständig einfache Projekte durch, von der Projektplanung bis hin zum Projektabschluss und der Produktübergabe an die Kundin oder den Kunden.

Berufsausübung

Durch die gezielte Förderung von berufsübergreifenden Fähigkeiten in der Ausbildung und durch Grundwissen in den Bereichen ICT, Gestaltung und Betriebswirtschaft sind Mediamatiker/innen fähig, verbindend und vernetzt zu denken und zu handeln. Sie sind kompetente Partner/innen in Kommunikations-, Marketing- und Social-Media-Bereich und nehmen somit eine wichtige Rolle in unserer digitalen Gesellschaft ein. Mediamatikerinnen und Mediamatiker sind innovative, kreative und offene Fachleute mit vielseitigen Handlungskompetenzen. Sie verfügen über technisches Verständnis, haben Interesse an neuen Medien, gestalterische Fähigkeiten und betriebswirtschaftliches Denken. Mediamatiker/innen arbeiten in Teams und interdisziplinären Arbeitsgruppen.

Dank der vielseitigen und allgemeinen Ausbildung haben sie eine solide Basis für eine Spezialisierung, weshalb sie sich in der Praxis schon bald auf bestimmte Bereiche konzentrieren und eine oder mehrere ihrer Stärken weiterentwickeln. Den Berufsleuten stehen Weiterbildungen zur Vorbereitung von Berufs- und höheren Fachprüfungen offen, sowie Angebote von höheren Fachschulen und Fachhochschulen.

Bedeutung des Berufes für Gesellschaft, Wirtschaft, Natur und Kultur

Mediamatikerinnen und Mediamatiker vereinen verschiedene Kompetenzen, welche in der Informations- und Kommunikationsgesellschaft heute nicht mehr wegzudenken sind. Sie nehmen wichtige Schnittstellenfunktionen wahr.

Mediamatikerinnen und Mediamatiker sind wertvolle Fachkräfte in der digitalen Schweiz, um den Herausforderungen im ICT-Bereich gerecht zu werden.

Allgemeinbildung

Die Allgemeinbildung beinhaltet grundlegende Kompetenzen zur Orientierung im persönlichen Lebenskontext und in der Gesellschaft sowie zur Bewältigung von privaten und beruflichen Herausforderungen.

3.2. Übersicht der Handlungskompetenzen

↓ Handlungskompetenzbereiche		Handlungskompetenzen →				
a	Produzieren von digitalen Medieninhalten	a1: Produktion konzeptionell und organisatorisch vorbereiten	a2: Digitale Rohdaten erstellen	a3: Digitale Rohdaten verarbeiten	a4: Daten archivieren und finales Produkt veröffentlichen	
b	Gestalten von Medieninhalten	b1: Gestaltungsentwürfe entwickeln	b2: Grafische Elemente gestalten	b3: Layout gestalten	b4: Gestaltung für Zielmedium aufbereiten	
c	Entwickeln und Umsetzen von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen	c1: Marketingkonzept erarbeiten	c2: Analoge Marketingprodukte konzipieren und Marketingaktivitäten umsetzen	c3: Digitale Marketingprodukte konzipieren und bewirtschaften	c4: Texte für die betriebliche Kommunikation verfassen und publizieren	c5: Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften
d	Mitwirken in der Betriebsadministration	d1: Externe Anfragen im Geschäftsalltag bearbeiten	d2: Sitzungen und Anlässe organisieren und moderieren	d3: Offerten und Rechnungen für Kundenaufträge erstellen		
e	Einsetzen von Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT)	e1: Die eigenen ICT Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen	e2: Website erstellen	e3: Website clientseitig mit interaktiven Komponenten erweitern	e4: Serverseitig Daten auslesen und verarbeiten	
f	Führen von einfachen Projekten	f1: Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abklären	f2: Projektplanung erstellen	f3: Projektfortschritt laufend überprüfen	f4: Produkt der Kundin oder dem Kunden übergeben und Projekt abschliessen	

3.3. Anforderungsniveau des Berufes

Das Anforderungsniveau des Berufes ist im Bildungsplan mit den zu den Handlungskompetenzen zählenden Leistungszielen an den drei Lernorten weiter beschrieben. Zusätzlich zu den Handlungskompetenzen wird die Allgemeinbildung gemäss Verordnung des SBFI vom 27. April 2006 über die Mindestvorschriften für die Allgemeinbildung in der beruflichen Grundbildung vermittelt (SR 412.101 .241).

4. Handlungskompetenzbereiche, Handlungskompetenzen und Leistungsziele je Lernort

In diesem Kapitel werden die in Handlungskompetenzbereiche gruppierten Handlungskompetenzen und die Leistungsziele je Lernort beschrieben. Die im Anhang aufgeführten Instrumente zur Förderung der Qualität unterstützen die Umsetzung der beruflichen Grundbildung und fördern die Kooperation der drei Lernorte.

Handlungskompetenzbereich a: Produzieren von digitalen Medieninhalten

Handlungskompetenz:

a1: Produktion konzeptionell und organisatorisch vorbereiten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker bereiten die Produktion von digitalen Medieninhalten konzeptionell und organisatorisch vor (Planungsphase).

Von der Kundin oder dem Kunden oder Vorgesetzten erhalten sie einen Auftrag für eine einfache Produktion (z.B. Film, Fotografie, Audioaufnahme). Zunächst prüfen sie, ob sie über alle nötigen Informationen verfügen, um den Auftrag korrekt ausführen zu können. Bei fehlenden Informationen oder Unklarheiten fragen sie nach. Je nach Auftrag erhalten sie ein Konzept (z.B. Storyboard, Drehbuch) oder entwickeln eines selbstständig. Sie wenden einfache Kreativitätstechniken (z.B. Mindmap, Brainstorming) an und bringen eigene Ideen ein. Aufgrund der Vorgaben erstellen sie einen Zeitplan und organisieren die benötigte Infrastruktur und Materialien (z.B. Aufnahmegeräte organisieren, Reservationen, Genehmigungen und Einverständniserklärungen einholen etc.).

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
a1.1: prüfen, ob die auftragsrelevanten Informationen vollständig und klar verständlich sind und fragen bei Unklarheiten nach.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten	269 Fotografieprojekt realisieren
a1.2: erstellen ein Konzept (Moodboard/Drehbuch/Storyboard/Shootingboard) für eine einfache digitale Produktion.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren 276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

					267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	
a1.3: wenden einfache Kreativitätstechniken an.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a1.4: erstellen einen Zeitplan für eine einfache Produktion.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
a1.5: organisieren die benötigte Infrastruktur und Materialien für eine Aufnahme.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	
a1.6: treffen Abklärungen für die rechtliche Absicherung und holen die entsprechenden Genehmigungen ein (z.B. Drehgenehmigung, Einverständniserklärung).	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 283 Offerten rechtskonform erstellen und überprüfen	

Handlungskompetenz:

a2: Digitale Rohdaten erstellen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker erstellen nach Konzept digitale Rohdaten mit verschiedenen Aufnahmegeräten (Produktionsphase).

Gemäss Konzept richten sie den Aufnahmeort mit allen notwendigen Geräten und Materialien ein. Sie produzieren die nötigen Rohdaten für Medieninhalte für die betriebsinterne Verwendung oder für Kundenaufträge. Dazu filmen oder fotografieren sie je nach Bedarf mit einer Kamera und/oder zeichnen einfache Audioaufnahmen auf. Sie halten sich dabei klar an den Arbeitsauftrag und an das erarbeitete Konzept (Moodboard/Drehbuch/Storyboard/Shootingboard). Sie überprüfen die Rohdaten fortlaufend (z.B. Bildschärfe, Störgeräusche, Lautstärke, Belichtung). Beim Arbeiten im Team geben sie klare und verständliche Anweisungen. Nach Abschluss der Aufnahmearbeiten räumen sie den Arbeitsort auf, warten und versorgen die Geräte und Materialien fachgerecht (z.B. Materialkontrolle, Reinigung, Mängel melden, Akkus laden).

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle	Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
--------------------------	--------------------------	-------------------------	-------------------------------

Mediamatikerinnen und Mediamatiker...	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
a2.1: richten einen Aufnahmeort gemäss Konzept mit allen notwendigen Geräten und Materialien ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a2.2: erstellen Rohdaten mit einer Kamera gemäss Konzept.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a2.3: erstellen Rohdaten mit einem Audioaufnahmegerät gemäss Konzept.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a2.4: überprüfen die Aufnahmen vor Ort.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a2.5: gehen mit Geräten und Materialien sorgfältig um.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a2.6: bringen den Aufnahmeort wieder in den ursprünglichen Zustand.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a2.7: warten Geräte und Materialien bei der Rückgabe fachgerecht (z.B. Materialkontrolle, Reinigung, Mängel melden, Akkus laden).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren

Handlungskompetenz:

a3: Digitale Rohdaten verarbeiten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker importieren digitale Rohdaten und bearbeiten sie (Nachbearbeitungsphase).

Mediamatikerinnen und Mediamatiker übertragen Film-, Foto- und/oder Audioaufnahmen von einem Speichermedium auf die vorgegebene Dateiablage und legen sie korrekt strukturiert ab. Danach bearbeiten sie die Rohdaten mit geeigneten Programmen. Sie erstellen zunächst eine Rohfassung und besprechen sie mit der Kundin oder dem Kunden. Darauf beginnen sie mit der weiteren Bearbeitung (z.B. Filmmaterial schneiden, Farbkorrekturen und

-gebung vornehmen, Audio optimieren, Musik und Geräusche unterlegen, verschiedene Elemente wie einfache Animationen, etc. einfügen). Dabei halten sie den Arbeitsauftrag bzw. das Konzept und den vorgegebenen Arbeitsablauf ein. Zum Schluss führen sie eine Endkontrolle durch und präsentieren das finale Produkt der Kundin oder dem Kunden.						
Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
a3.1: übertragen Rohdaten von einem Speichermedium auf die vorgegebene Dateiablage und legen sie korrekt strukturiert ab.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a3.2: schneiden Rohdaten (Film, Audio) mit unterschiedlichen Schnitttechniken.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	
a3.3: vertonen den erstellten Filmschnitt (z.B. Musik, Geräusche, Voice-over).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	
a3.4: optimieren Audiodaten (z.B. Störgeräusche entfernen, normalisieren).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	
a3.5: binden verschiedene Elemente korrekt ein (z.B. einfache Animationen).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	268 Digitale Filme produzieren	
a3.6: nehmen Farbkorrekturen und Farbgebungen vor.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a3.7: überprüfen, ob das finale Produkt dem Auftrag entspricht.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a3.8: präsentieren das finale Produkt der Kundin oder dem Kunden.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		269 Fotografieprojekt realisieren

Handlungskompetenz:

a4: Daten archivieren und finales Produkt veröffentlichen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker archivieren Daten nach betrieblichen Vorgaben und exportieren das finale Produkt in die erforderlichen Zielformate.

Sie prüfen die spezifischen Anforderungen der definierten Plattform(en) (z.B. Youtube, Vimeo) und wählen das geeignete Zielformat aus. Je nach Auftrag veröffentlichen sie das finale Produkt mit den plattformspezifischen Einstellungen oder übergeben es der Kundin oder dem Kunden.

Abschliessend beschriften und archivieren sie ihre Daten nach betriebsspezifischen Vorgaben und legen diese vollständig und strukturiert ab (Nachvollziehbarkeit).

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
a4.1: wählen aufgrund der spezifischen Anforderungen von verschiedenen Plattformen das geeignete Zielformat aus.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a4.2: setzen ausgewählte Dateiformate (Container) und Kompressionsverfahren (Codecs) zielorientiert ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a4.3: exportieren die Daten in das erforderliche Zielformat.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren
a4.4: veröffentlichen das finale Produkt gemäss Kundenwunsch und mit plattformspezifischen Einstellungen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		269 Fotografieprojekt realisieren
a4.5: beschriften und archivieren Daten nach betriebsspezifischen Vorgaben vollständig und strukturiert.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Digitale Medienproduktionen vorbereiten 265 Digitale Fotografien produzieren 266 Digitale Animationen produzieren 267 Digitale Audioaufnahmen produzieren 268 Digitale Filme produzieren	269 Fotografieprojekt realisieren

Handlungskompetenzbereich b: Gestalten von Medieninhalten

Handlungskompetenz:

b1: Gestaltungsentwürfe entwickeln

Mediamatikerinnen und Mediamatiker entwickeln nach Kundenwunsch Gestaltungsvarianten.

Auf der Basis eines Kundengesprächs entwickeln sie verschiedene Gestaltungsvorschläge für Web- und/oder Printprodukte (z.B. Flyer, kleine Broschüren, Banner). Dabei verfolgen sie die geltenden Gestaltungsgesetze (z.B. Typografie, Farbenlehre, Bildsprache, Gestaltungsraster), die betrieblichen Rahmenbestimmungen (CI/CD) sowie weitere Vorgaben (z.B. Zielgruppe, Standard-, Web- und Printformate). Danach präsentieren sie diese der Kundin oder dem Kunden und erläutern die Vor- und Nachteile der verschiedenen Varianten. Die Kundin / der Kunde wählt einen Gestaltungsentwurf für die Ausarbeitung aus.

Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
b1.1: führen ein Kundengespräch und holen alle für die Entwicklung der Gestaltungsvorschläge relevanten Informationen ab.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen 273 Layouts anlegen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
b1.2: entwickeln Gestaltungsvarianten für Web- und/oder Printprodukte unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte (z.B. Zielgruppe, CI/CD, Typografie, Farbenlehre, Bildsprache, Gestaltungsraster).	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen 273 Layouts anlegen	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen 276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
b1.3: präsentieren der Kundin oder dem Kunden Gestaltungsvarianten und erläutern die Vor- und Nachteile.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen 273 Layouts anlegen 274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben 275 Gestaltungsentwürfe erstellen und präsentieren	
b1.4: passen den Gestaltungsentwurf an Kundenwünsche an.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	273 Layouts anlegen 274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben	

Handlungskompetenz:

b2: Grafische Elemente gestalten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker gestalten grafische Elemente für verschiedene Medien.

Anhand des Gestaltungsentwurfs gestalten sie verschiedene grafische Elemente (z.B. Diagramme, Tabellen, Icons, Hintergründe, Texte etc.) in statischer und animierter Form. Dabei verfolgen sie die vorgegebene resp. definierte visuelle Sprache (Look & Feel), z.B. für Schriften, Farben und Bilder. Sie finalisieren den von der Kundin oder dem Kunden gewählten Vorschlag. Aus den medienneutralen Projektdaten exportieren sie dem Zielmedium (Web/Print/Film) entsprechende Auslieferungsdaten (Auflösung und Farbraum / Farbprofil) ab.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
b2.1: wählen aufgrund der vorgegebenen visuellen Sprache und geltender Gestaltungsgesetze passende Schriften und Farben für verschiedene grafische Elemente aus.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b2.2: animieren grafische Elemente (z.B. Icons, Piktogramme, Diagramme, Banner etc.).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	266 Digitale Animationen produzieren 274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
b2.3: wenden Farbräume und Farbprofile (RGB, CMYK) dem Zielmedium entsprechend an.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
b2.4: wählen gemäss Auftrag das geeignete Format und Auflösung für verschiedene Elemente.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen 271 Vektordaten erstellen und Bilder bearbeiten	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b2.5: erstellen in einem vektorbasierten Illustrationsprogramm grafische Elemente.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	271 Vektordaten erstellen und Bilder bearbeiten	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b2.6: nehmen in einem pixelbasierten Bildbearbeitungsprogramm einfache Montagen vor.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	271 Vektordaten erstellen und Bilder bearbeiten	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen

Handlungskompetenz:

b3: Layout gestalten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker erstellen ein Layout und integrieren Textbausteine sowie bestehende grafische Elemente und Bilder.

Dazu entwickeln sie gemäss ausgewähltem Gestaltungsentwurf ein einfaches Gestaltungsraster für ein Layout oder übernehmen eine betriebliche Vorlage. Sie erstellen Musterseiten, Absatz- und Zeichenformate sowie automatisierte Inhaltsverzeichnisse. Sie fügen verschiedene Elemente (z.B. Bilder, Texte, Hintergründe, Logos, Icons, Tabellen etc.) auf eine optisch ansprechende Weise in das Layout ein. Dabei beachten sie die Kundenwünsche resp. CI/CD-Vorgaben. Das fertige Layout besprechen sie mit der Kundin oder dem Kunden und nehmen gegebenenfalls Anpassungen vor. Sie erstellen statische und interaktive Produkte (z.B. PDF) und berücksichtigen dabei die wesentlichen Aspekte der Typografie (z.B. Schriftmischung, Satzspiegel, Schriftgrössen, Schriftschnitte, Zeilenabstände).

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
b3.1: entwickeln gemäss ausgewähltem Gestaltungsentwurf ein einfaches Gestaltungsraster.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	273 Layouts anlegen	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b3.2: erstellen Musterseiten, Absatz- und Zeichenformate unter Berücksichtigung der typografischen Grundlagen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen 273 Layouts anlegen	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b3.3: setzen ein Layout gemäss Kundenwünschen und/oder CI/CD-Vorgaben um.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben 275 Gestaltungsentwürfe erstellen und präsentieren	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b3.4: definieren Farben und Kontraste für ein Layout.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen 273 Layouts anlegen	
b3.5: fügen verschiedene Elemente (z.B. Bilder, Texte, Hintergründe, Logos, Icons, Tabellen etc.) fachgerecht und auf optisch ansprechende Weise in das Layout ein und nehmen allfällige Anpassungen vor.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	273 Layouts anlegen	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b3.6: erstellen in einem Layoutprogramm ein interaktives Produkt.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	275 Gestaltungsentwürfe erstellen und präsentieren	

Handlungskompetenz:

b4: Gestaltung für Zielmedium aufbereiten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker bereiten die finale Gestaltung für das gewünschte Zielmedium auf.

Dazu müssen je nach Medium verschiedene Vorgaben und Standards beachtet werden (z.B. Papierformate, Grössen- und Kontrastverhältnisse von PCs und mobilen Geräten, Proportionen, Platzverhältnisse wie auf Bannern, Blogs und Social-Media-Posts etc.). Sie überprüfen vor dem Export das Dateiformat, die Auflösung der Bilder und den Farbraum gemäss Auftrag. Falls der Auftrag besondere Anforderungen an die Druckproduktion verlangt (z.B. Sonderfarben, Prägungen), nehmen sie Kontakt mit dem Weiterverarbeiter (z.B. Druckerei) auf und organisieren die Datenübergabe. Sie übergeben der Kundin oder dem Kunden die finale Version in den verschiedenen Dateiformaten und Abmessungen, korrekt beschriftet und übersichtlich strukturiert.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
b4.1: überprüfen vor dem Export das Dateiformat, die Auflösung der Bilder und den Farbraum gemäss Auftrag.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	271 Vektordaten erstellen und Bilder bearbeiten 274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben	
b4.2: holen Informationen beim Weiterverarbeiter ein und bereiten die Daten entsprechend auf.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben	
b4.3: exportieren eine Gestaltung in das dem Auftrag entsprechende Format und organisieren die Datenübergabe.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen
b4.4: bereiten ein Layout für einen Druck vor (z.B. Schnitt- und Passermarken).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Druckdaten aufbereiten und ausgeben	272 Printprodukte entwerfen und umsetzen

Handlungskompetenzbereich c: Entwickeln und Umsetzen von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen

Handlungskompetenz:

c1: Marketingkonzept erarbeiten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker erarbeiten für interne Zwecke oder im Rahmen eines Kundenprojekts ein Marketingkonzept.

Um ein Marketingkonzept zu erstellen – z.B. für ein neues oder weiterentwickeltes Produkt – analysieren Mediamatikerinnen und Mediamatiker zunächst den vorgesehenen Markt. Sie definieren gemeinsam mit der Kundin oder dem Kunden die Zielgruppe, z.B. Erstellen von Personas. Sie recherchieren, welche Konkurrenten bereits mit ähnlichen Produkten auf dem Markt sind. Um die zukünftige Marktposition abschätzen zu können, führen sie eine SWOT-Analyse durch. In einem weiteren Schritt präzisieren sie die wichtigsten Marketingaspekte wie den Preis, das Produkt, die Distribution/Verkaufskanäle und die Kommunikation. Dabei wenden sie z.B. die Methode der 4 P's an. Alle Erkenntnisse halten sie in einer Dokumentation schriftlich fest. Auf dieser Grundlage leiten sie schliesslich die integrierten Kommunikationsmassnahmen (Auswahl der Medien, Botschaft, Werbewirkung usw.) ab. Zum Abschluss erstellen sie das Marketingbudget und eine detaillierte Planung des Kommunikations-Mix (wann wird was wie und wo kommuniziert). Das komplette Marketingkonzept besprechen sie dann mit der Kundin oder dem Kunden und leiten die weiteren Schritte ein.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
c1.1: analysieren nach Absprache mit der Kundin oder dem Kunden Zielgruppen mittels geeigneter Methoden.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	278 Markt analysieren und strategische Ziele ableiten	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c1.2: führen eine Konkurrenz-Recherche durch.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	278 Markt analysieren und strategische Ziele ableiten	
c1.3: führen eine einfache SWOT-Analyse durch.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	278 Markt analysieren und strategische Ziele ableiten	
c1.4: definieren relevante Marketing-Aspekte wie Preis, Produkt, Distribution und Kommunikation.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Marketingkonzept entwickeln und präsentieren	
c1.5: leiten aus der (Markt)analyse konkrete Kommunikationsmassnahmen ab und halten diese im Marketingkonzept fest.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Marketingkonzept entwickeln und präsentieren	
c1.6: erstellen eine realistische Zeit- und Kostenplanung der umzusetzenden Marketingaktivitäten.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Marketingkonzept entwickeln und präsentieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c1.7: halten die Ergebnisse der Marketing-Analyse in einem Marketingkonzept übersichtlich und nachvollziehbar fest.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Marketingkonzept entwickeln und präsentieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c1.8: erläutern der Kundin oder dem Kunden die Inhalte eines Marketingkonzepts nachvollziehbar.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Marketingkonzept entwickeln und präsentieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

Handlungskompetenz:

c2: Analoge Marketingprodukte konzipieren und Marketingaktivitäten umsetzen

Auf der Grundlage eines Marketingkonzepts konzipieren Mediamatikerinnen und Mediamatiker analoge Marketingprodukte (z.B. Plakat, Flyer oder eine Hauswurfsendung) und begleiten die Umsetzung.

Bei der Konzipierung eines analogen Marketingprodukts beantworten sie folgende Fragen: Welches sind geeignete Botschaften und Slogans? Wie können diese am besten zur Zielgruppe transportiert werden? Weiter konkretisieren sie die verschiedenen Marketingprodukte, indem sie etwa Farben, Formen und Materialien definieren und die Qualität festlegen. Sie berücksichtigen dabei die Aussagekraft der jeweiligen Produkte. Die Ergebnisse der Analyse und die Vorschläge halten sie schriftlich fest und besprechen diese mit der Kundin oder dem Kunden. In einem nächsten Schritt erstellen sie Textentwürfe und wählen geeignete Bilder aus. Allenfalls entwickeln sie die Bildwelten selber. Sind die Produkte fertig erstellt, erteilen sie den Auftrag für die Produktion, z.B. an eine Druckerei. Sie überprüfen die Qualität und stellen schliesslich sicher, dass die Verteilung der Produkte wie vorgesehen umgesetzt werden kann (z.B. Aufhängen von Plakaten).

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
c2.1: definieren Botschaften und Slogans für analoge Marketingprodukte.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Marketing-Fachsprache 280 Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren	
c2.2: konkretisieren analoge Marketingprodukte in Bezug auf relevante Aspekte (z.B. Farbe, Form, Material, Qualität) und halten diese schriftlich fest.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c2.3: präsentieren der Kundin oder dem Kunden die Analyse und Vorschläge für analoge Marketingprodukte.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c2.4: erstellen Textentwürfe für analoge Marketingprodukte.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Marketing-Fachsprache	
c2.5: wählen geeignete Bilder für analoge Marketingprodukte aus.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren	
c2.6: erteilen den Auftrag für die Produktion von analogen Marketingprodukten.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c2.7: koordinieren die Verteilung von analogen	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Marketingprodukten.					
---------------------	--	--	--	--	--

Handlungskompetenz:

c3: Digitale Marketingprodukte konzipieren und bewirtschaften

Auf der Grundlage eines Marketingkonzepts konzipieren Mediamatikerinnen und Mediamatiker digitale Marketingprodukte (z.B. Filme, Animationen oder Online-Werbeposter), und halten diese in den entsprechenden Medien (z.B. Website) aktuell.

Bei der Konzipierung eines digitalen Marketingprodukts beantworten sie folgende Fragen: Welches sind geeignete Botschaften und Slogans? Wie können diese am besten zur Zielgruppe transportiert werden? Wie können die Reichweite und die Akzeptanz der Botschaften gemessen werden? Weiter konkretisieren sie die Marketingprodukte, indem sie etwa Farben, Formen und die geeigneten technischen Plattformen definieren und die Qualität/Ausgabeformate festlegen. Sie berücksichtigen dabei die Aussagekraft der jeweiligen Produkte. Die Ergebnisse der Analyse und die Vorschläge halten sie schriftlich fest und besprechen diese mit der Kundin oder dem Kunden. In einem nächsten Schritt erstellen sie Grafiken, Textentwürfe, Storyboards usw. und definieren allenfalls die Bildwelt. Sind die Produkte fertig erstellt, platzieren sie diese in den entsprechenden digitalen Kanälen. Nach der erfolgreichen Produktivsetzung messen, überwachen und optimieren (Suchmaschinenoptimierung) sie die Onlineaktivitäten mit Hilfe entsprechender technischer Unterstützung, z.B. Google Analytics. Zu Handen der Kundin oder des Kunden erstellen sie produktspezifische Auswertungen und Dashboards und eruiern mögliche Optimierungspotenziale.

Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
c3.1: definieren Botschaften und Slogans für digitale Marketingprodukte.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Marketing-Fachsprache 280 Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.2: legen fest, wie Reichweite und Akzeptanz von Botschaften gemessen werden können.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.3: konkretisieren digitale Marketingprodukte in Bezug auf relevante Aspekte (z.B. Farbe, Form, geeignete technische Plattformen) und halten diese schriftlich fest.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Marketing-Fachsprache	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.4: stellen der Kundin oder dem Kunden digitale Marketingprodukte überzeugend vor.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.5: wählen geeignete Bilder für digitale Marketingprodukte	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Analoge und digitale Marketingprodukte	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

aus.					konzipieren	
c3.6: platzieren digitale Marketingprodukte in den vorgesehenen Kanälen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.7: messen Onlineaktivitäten mittels geeigneter technischer Hilfsmittel.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.8: optimieren die Online-Präsenz mittels geeigneter technischer Hilfsmittel.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.9: erstellen produktspezifische Auswertungen und Dashboards.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c3.10: leiten aus Auswertungen Optimierungspotenziale ab.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

Handlungskompetenz:

c4: Texte für die betriebliche Kommunikation verfassen und publizieren

Mediamatikerinnen und Mediamatiker unterstützen die Kommunikation ihres Betriebs, indem sie für verschiedenste Kommunikationsmittel Texte verfassen und publizieren.

Erhalten Mediamatikerinnen und Mediamatiker einen Auftrag im Bereich der Kommunikation, wählen sie zunächst ein geeignetes Kommunikationsmittel aus. Dazu klären sie die Zielsetzungen und die Zielgruppen mit dem Kommunikationsverantwortlichen ab und erstellen einen Vorschlag, welches Mittel sie einsetzen, z.B. einen Flyer, ein Inserat, Beiträge in einer Publikation oder eine Pressemittlung. Sie entwerfen den Text oder den Inhalt unter Einhaltung der firmenspezifischen Vorgaben (Corporate Communications). Sie achten darauf, dass der Text zielgruppenspezifisch formuliert ist und zu den weiteren Medieninhalten (z.B. Film, Flyer) passt. Ausserdem achten sie darauf, dass die wesentlichen Aussagen klar zum Ausdruck kommen und ein sinnvoller und für die Zielgruppe nachvollziehbarer Textaufbau gewählt wird. Bei Bedarf sprechen sie sich mit anderen internen und externen Stellen ab und/oder übernehmen die Koordination. Schliesslich finalisieren sie den Text und publizieren oder veröffentlichen diesen im vorgesehenen Medium (z.B. Aufschalten auf der Website, Aufschaltung einer Mitteilung im Intranet).

Berufliche Praxis		Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...							
c4.1: wählen in Absprache mit Kommunikationsverantwortlichen ein geeignetes Kommunikationsmittel aus (z.B. Flyer, Inserat,	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Medien für eine Marketingaktion erstellen	

Pressemitteilung).						
c4.2: verfassen einen Text zielgruppenorientiert, aussagekräftig, klar strukturiert und unter Einhaltung der firmenspezifischen Vorgaben.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten EGK Marketing-Fachsprache	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c4.3: finalisieren einen Text nach Absprache mit internen Stellen formal und inhaltlich korrekt.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Marketing-Fachsprache	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c4.4: publizieren einen Text im vorgesehenen Medium.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten EGK Marketing-Fachsprache	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c4.5: verfassen einen einfachen, kurzen Text für die betriebliche Kommunikation in einer zweiten Landessprache.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK 2. Landessprache	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c4.6: verfassen einen einfachen, kurzen Text für die betriebliche Kommunikation auf Englisch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Englisch	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

Handlungskompetenz:

c5: Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften

Mediamatikerinnen und Mediamatiker bauen im Rahmen von internen oder externen Aufträgen Social-Media-Kanäle auf und bewirtschaften diese.

Zu Beginn eines solchen Auftrags und auf Basis einer Zielgruppenanalyse klären sie zunächst ab, welche Kanäle geeignet sind, um die Zielsetzungen zu erreichen. Sie definieren Anzahl und Art der Kanäle. Danach erstellen sie ein entsprechendes Social-Media-Konzept, in welchem sie definieren, welche Zielgruppe wie, wann und in welcher Regelmässigkeit informiert, resp. bewirtschaftet werden muss. Ebenso definieren sie die Verantwortlichkeiten und stellen eine Bewirtschaftungs-Kostenschätzung auf. Sie bauen den Kanal auf, erstellen die Inhalte – Text, Bild oder Animationen – und publizieren diese gemäss Onlineplanung. Sie kümmern sich anschliessend um eine laufende Bewirtschaftung. Das heisst sie aktualisieren Inhalte, koordinieren die Verantwortlichkeiten und posten oder beantworten Beiträge. Sie kommunizieren aktiv und unter Einhaltung der firmenspezifischen Vorgaben in den Social-Media-Plattformen und unterstützen dabei die Kundin oder den Kunden in der Online-Welt. Je nach Situation erstellen sie ihre Beiträge auch in einer zweiten Landessprache oder auf Englisch. Nach einem vordefinierten Zeitfenster werten sie die Nutzung der einzelnen Kanäle aus (z.B. Anzahl Followers, Likes). Sie erstellen ein Reporting mit Hilfe der gängigsten Analysetools und bereiten die Daten für den Auftraggeber auf.

Berufliche Praxis

Lernzielkontrolle

Berufsfachschule

Überbetriebliche Kurse

Mediamatikerinnen und Mediamatiker...	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
c5.1: definieren entsprechend einem Auftrag geeignete Social-Media-Kanäle.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften	
c5.2: erstellen ein Social-Media-Konzept in Bezug auf die Zielsetzungen und Zielgruppen.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften	
c5.3: bauen einen Social-Media-Kanal auf.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften	
c5.4: publizieren verschiedene Inhalte auf einem Social-Media-Kanal (z.B. Text, Bild, Animation, Film).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	266 Digitale Animationen produzieren EGK Marketing-Fachsprache	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
c5.5: bewirtschaften einen Social-Media-Kanal in Bezug auf Inhalte, Verantwortlichkeiten und Beiträge.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Marketing-Fachsprache	
c5.6: erstellen ein nachvollziehbares Reporting zur Nutzung des Social-Media-Kanals.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten EGK Marketing-Fachsprache	
c5.7: posten und beantworten Beiträge in einer zweiten Landessprache.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK 2. Landessprache	
c5.8: posten und beantworten Beiträge auf Englisch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Englisch	
c5.9: prüfen die rechtlichen Rahmenbedingungen im Umgang mit Social Media und beraten die Kundin oder den Kunden bezüglich Privatsphäre.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften	

Handlungskompetenzbereich d: Mitwirken in der Betriebsadministration

Handlungskompetenz:

d1: Externe Anfragen im Geschäftsalltag bearbeiten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker beantworten verschiedenste Anfragen von Kundinnen und Kunden sowie Partnerinnen und Partnern zielorientiert, effizient und freundlich.

Auf verschiedenen Kommunikationswegen – schriftlich, telefonisch, persönlich oder über soziale Medien - nehmen sie Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern entgegen. Die Anfragen stehen häufig im Zusammenhang mit ihren laufenden Projekten, können sich aber

auch generell auf Produkte und Dienstleistungen des Betriebs beziehen. Mediamatikerinnen und Mediamatiker eruieren zunächst die konkreten Anliegen der Kundinnen und Kunden resp. Partnerinnen und Partner. Anschliessend leiten sie die Anfragen an die entsprechende Stelle im Betrieb weiter oder beantworten sie gleich selber. Dazu setzen sie die jeweils geeigneten Kommunikationsmittel ein und achten auf eine freundliche und wertschätzende Formulierung. Relevante Informationen aus Kundengesprächen halten sie anschliessend schriftlich fest, leiten sie bei Bedarf an die entsprechenden Stellen weiter oder schliessen den Prozess nach betrieblichen Vorgaben ab. Sie sind in der Lage, in einer zweiten Landessprache und auf Englisch schriftlich und mündlich Auskunft zu geben.

Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
d1.1: eruieren die Anliegen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern rasch und freundlich.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d1.2: beantworten Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern fachlich korrekt und dienstleistungsorientiert (schriftlich und mündlich).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d1.3: halten relevante Informationen aus Kundengesprächen schriftlich fest.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d1.4: leiten Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern an die korrekte Stelle im Betrieb weiter.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d1.5: schliessen einen Anfrage-Prozess nach betrieblichen Vorgaben ab.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d1.6: beantworten Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern in einer zweiten Landessprache mündlich und schriftlich.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK 2. Landessprache EGK Betriebskommunikation	
d1.7: beantworten Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Englisch EGK Betriebskommunikation	

Handlungskompetenz:

d2: Sitzungen und Anlässe organisieren und moderieren

Mediamatikerinnen und Mediamatiker organisieren interne und externe Sitzungen oder Anlässe und moderieren diese.

Zunächst definieren sie den Teilnehmerkreis und koordinieren die Terminfindung. Sie verfassen die Einladung mit dem Programm und allen weiteren benötigten Angaben und verschicken diese anschliessend. Weiter klären sie die benötigte Infrastruktur, Technik sowie Verpflegungsmöglichkeiten ab und buchen die entsprechenden Dienstleistungen. Sie bereiten sich persönlich auf die Sitzung oder den Anlass vor, indem sie eine detaillierte Zeit- und Ablaufplanung erstellen.

Sie moderieren die Sitzung oder den Anlass kompetent und setzen geeignete Hilfsmittel ein wie Beamer, Flipchart oder Whiteboard. Sie achten darauf, das Zeitmanagement einzuhalten und die Ziele zu erreichen. Nach der Sitzung oder dem Anlass halten sie die Ergebnisse in geeigneter Form fest, z.B. in einem klassischen Protokoll, in einem Fotoprotokoll oder mittels Audio- oder Videoaufnahmen. Schliesslich informieren sie die Teilnehmenden und stellen ihnen die Ergebnisse zu.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
d2.1: legen Teilnehmerkreis und Termin für eine Sitzung oder einen Anlass fest.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.2: verfassen eine Einladung mit dem Programm und weiteren relevanten Angaben (z.B. Zeit, Ort, Grundlagen).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.3: organisieren die benötigte Infrastruktur, Technik und Verpflegung frühzeitig und zuverlässig.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.4: erstellen eine detaillierte Zeit- und Ablaufplanung einer Sitzung oder eines Anlasses.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.5: moderieren eine Sitzung oder einen kleineren Anlass zielorientiert und effizient.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.6: halten die Ergebnisse einer Sitzung oder eines Anlasses in geeigneter Form klar strukturiert fest (z.B. Protokoll, Fotoprotokoll, Audio- oder Videoaufnahmen).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.7: informieren Sitzungsteilnehmende zeitnah über die Ergebnisse.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Betriebskommunikation	
d2.8: moderieren eine einfache Sitzung auf Englisch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	EGK Englisch EGK Betriebskommunikation	

Handlungskompetenz:

d3: Offerten und Rechnungen für Kundenaufträge erstellen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker erstellen für ihre Kundenaufträge selbständig oder nach Anleitung von Vorgesetzten Offerten und Rechnungen.

In einem ersten Schritt tragen sie die für eine Offerte benötigten Angaben und Informationen zusammen. Bei Bedarf, z.B. wenn Unklarheit bezüglich gewünschten Leistungen besteht, halten sie Rücksprache mit der Kundin oder dem Kunden. Sie verfassen die Offerte mit den betrieblichen Vorlagen und berücksichtigen die aktuellen, betrieblichen Preislisten und Ansätze. Sie halten Inhalte und Umfang der Leistungen fest und berechnen die Kosten. Bei Bedarf besprechen sie sich mit Kolleginnen und Kollegen oder Vorgesetzten. Sie finalisieren die Offerte und überprüfen Inhalt und Form nochmals gründlich.

Ist ein Auftrag beendet, bereiten sie die Rechnung zuhanden der Kundin oder des Kunden vor. Als Grundlage dienen ihnen die Offerte sowie die Erfassung der aufgewendeten Stunden. Sie erstellen die Rechnung mit den betrieblichen Vorlagen oder leiten die Rechnungsinformationen an die Buchhaltung weiter.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
d3.1: tragen die für eine Offerte benötigten Angaben und Informationen vollständig zusammen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	283 Offerten rechtskonform erstellen und überprüfen	
d3.2: halten Inhalte und Umfang von Leistungen anhand der betrieblichen Vorlagen und Hilfsmitteln fest.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d3.3: finalisieren eine Offerte inhaltlich und formal korrekt.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	283 Offerten rechtskonform erstellen und überprüfen 284 Leistungserbringung kalkulieren und Zahlungsprozess abwickeln EGK Betriebskommunikation	
d3.4: berechnen effektive Aufwände anhand der Stundenerfassung.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	284 Leistungserbringung kalkulieren und Zahlungsprozess abwickeln 285 Jahresabschluss analysieren und Wirtschaftlichkeitsrechnung durchführen	
d3.5: erstellen eine Rechnung inhaltlich und formal korrekt.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	284 Leistungserbringung kalkulieren und Zahlungsprozess abwickeln EGK Betriebskommunikation	
d3.6: leiten die Rechnungsinformationen an die Buchhaltung	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	284 Leistungserbringung kalkulieren und	

weiter.					Zahlungsprozess abwickeln 285 Jahresabschluss analysieren und Wirtschaftlichkeitsrechnung durchführen	
---------	--	--	--	--	---	--

Handlungskompetenzbereich e: Einsetzen von Informations- und Kommunikationstechnologien ICT

Handlungskompetenz:

e1: Die eigenen ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker richten die eigenen Arbeitsinstrumente selbstständig ein und bedienen sie korrekt.

Mediamatikerinnen und Mediamatiker verfügen über ein solides technisches Grundverständnis. Je nach Auftrag arbeiten sie mit unterschiedlichen Geräten (z.B. PC, Mac, NAS, Kamera, Mikrofon). Sie stellen Verbindungen (mit Kabel oder kabellos) zwischen den ICT-, Aufnahme- oder mobilen Geräten her und nehmen sie in Betrieb. Danach prüfen sie die Funktionsfähigkeit der Geräte und ob die Software auf dem aktuellsten Stand ist. Bei Bedarf führen sie Updates (Geräte-Software, Treiber, Firmware) durch. Sie sind beim Einsatz von ICT-Arbeitsinstrumenten auf Sicherheitsaspekte sensibilisiert (z.B. Virenschutz, Passwortregelung, Datenschutz, Verschlüsselung) und treffen nach betrieblichen Vorgaben die nötigen Massnahmen. Anwendungs-Software installieren und konfigurieren sie nach individuellen Bedürfnissen. Für kollaborative Arbeiten richten sie eine gemeinsame Plattform (z.B. einfache Cloud-Dienste) projektbezogen ein. Sie gewährleisten die Datensicherheit ihrer Projekte und führen einfache Datensicherungen (Backup) selbstständig durch.

Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
e1.1: stellen mithilfe von geeigneten Kabeln, Adaptern oder kabellos Verbindungen zwischen verschiedenen Geräten her (z.B. PC-Kamera).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen	
e1.2: nehmen ICT-, Aufnahme- und mobile Geräte in Betrieb.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen	
e1.3: prüfen, ob die Geräte auf dem aktuellsten Stand sind und führen bei Bedarf Updates durch.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen	
e1.4: schätzen die Geschäftsdaten und ICT-Umgebungen in Sicherheitsaspekten richtig ein und setzen nach betrieblichen	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen	

Vorgaben die nötigen Massnahmen um.					
e1.5: installieren Anwendungssoftware technisch korrekt und konfigurieren sie nach individuellen Bedürfnissen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen
e1.6: richten kollaborative Plattformen und einfache Cloud-Dienste projektbezogen ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen
e1.7: führen einfache Datensicherungen (Backup) ihrer Projekte selbständig durch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286 Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen
e1.8: setzen die eigenen Geräte energie- und ressourceneffizient ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Handlungskompetenz:

e2: Website erstellen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker realisieren statische Websites oder kleine Webapplikationen nach Kundenwunsch.

Sie setzen Seitenraster mit HTML und CSS syntaktisch und semantisch korrekt gemäss Kundenbedürfnissen um. Dabei achten sie auf Browserkompatibilität, geräteunabhängige Darstellung (Responsive Design) und Barrierefreiheit. Sie binden Bibliotheken, Frameworks sowie grafische Elemente optimal ein. Mithilfe von Validatoren (z.B. W3C) überprüfen sie die technische Qualität der Website. Je nach Kundenwunsch installieren sie ein Content Management System (CMS). Vor der Übergabe testen sie, ob die Website einwandfrei funktioniert (Browser-Tests, Links etc.). Sie überprüfen ihre Arbeit in Bezug auf Benutzerfreundlichkeit und Übereinstimmung mit den Kundenbedürfnissen. Zum Schluss veröffentlichen sie die Website bzw. übergeben sie der Kundin oder dem Kunden.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
e2.1: setzen Seitenraster mit HTML und CSS syntaktisch, semantisch und barrierefrei korrekt um.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	287 Websites mit CSS gestalten	101 Webauftritt erstellen und veröffentlichen
e2.2: binden Bibliotheken und Frameworks ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	287 Websites mit CSS gestalten	
e2.3: binden grafische Elemente fachlich korrekt ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		101 Webauftritt erstellen und veröffentlichen
e2.4: installieren und konfigurieren geläufige Content-Management-Systeme nach Kundenwunsch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

e2.5: überprüfen die Qualität von HTML- und CSS-Dokumenten mithilfe von Validatoren (z.B. W3C).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		101 Webauftritt erstellen und veröffentlichen
e2.6: führen Browser-Tests durch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	287 Websites mit CSS gestalten	101 Webauftritt erstellen und veröffentlichen
e2.7: überprüfen das Endprodukt auf Benutzerfreundlichkeit und die Erfüllung der Kundenwünsche.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		101 Webauftritt erstellen und veröffentlichen

Handlungskompetenz:

e3: Website clientseitig mit interaktiven Komponenten erweitern

Mediamatikerinnen und Mediamatiker entwickeln und implementieren interaktive Komponenten für bestehende Websites.

Mit der Skriptsprache JavaScript setzen sie clientseitige Erweiterungen von Webanwendungen um. Sie schreiben Skripte, um beispielsweise Standorte auszulesen, Benutzereingaben zu überprüfen oder auf Benutzerereignisse wie Formulareingaben und Events (Mausklicks etc.) zu reagieren. Mit native JavaScript oder JavaScript-Bibliotheken durchsuchen sie HTML-Seiten, lesen sie aus oder verändern sie (DOM-Manipulation). Sie nutzen externe Dienste/Sensoren über die bereitgestellten API und tauschen Daten aus. Sie achten auf sicherheitsrelevante Aspekte und setzen Massnahmen um, um mögliche Gefährdungen bei der Ausführung von JavaScript-Programmen einzugrenzen (z.B. Same-Origin-Policy).

Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
e3.1: setzen unterschiedliche Verfahren zur Validierung von Benutzereingaben effektiv um.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Programmier Techniken im Webfrontend einsetzen	
e3.2: durchsuchen und verändern HTML-Seiten (DOM) mit native JavaScript oder JavaScript-Bibliotheken.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Programmier Techniken im Webfrontend einsetzen	
e3.3: erstellen Skripte, um auf Benutzerereignisse wie Formulareingaben oder Events zu reagieren.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Programmier Techniken im Webfrontend einsetzen	
e3.4: verändern ereignisbasiert die HTML-Struktur oder CSS-Definitionen einer Website.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Programmier Techniken im Webfrontend einsetzen	
e3.5: binden externe Dienste/Sensoren über die JavaScript API ein und tauschen im Hintergrund Daten aus.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	291 Oberflächen (UIs) mit Webtechnologien entwickeln	
e3.6: setzen Sicherheitsmassnahmen bei der Anwendung	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	291 Oberflächen (UIs) mit Webtechnologien	

clientseitiger Skriptsprachen um (z.B. Same-Origin-Policy).					entwickeln	
---	--	--	--	--	------------	--

Handlungskompetenz:

e4: Serverseitig Daten auslesen und verarbeiten

Mediamatikerinnen und Mediamatiker lesen Daten einer Datenbank aus und stellen diese verarbeitet auf einer Website dar.

Gestützt auf ein Datenmodell bilden sie einfache Sachverhalte in einer Datenbank ab. Sie lesen Daten aus einer Datenbank aus, bereiten sie bei Bedarf auf (ggf. mittels Berechnungen) und stellen sie auf einer Website dar (z.B. Artikel aus Webshop). Über ein Websiteformular fügen sie Daten in eine Datenbank ein (z.B. Warenkorb) oder aktualisieren diese. Dabei stellen sie die Plausibilität der Daten serverseitig sicher, um zu gewährleisten, dass diese für eine spätere Verarbeitung geeignet sind und um die Gefahr von Angriffen auszuschliessen. Wird ein CMS eingesetzt, so verändern sie Templates und platzieren die gewünschten Daten an entsprechender Position.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
e4.1: setzen mit einer Datenbank ein vorgegebenes Datenmodell um.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	290 Datenbanken abfragen und verändern	289 CMS einsetzen und bewirtschaften
e4.2: lesen Daten aus einer Datenbank aus, bereiten sie auf und stellen sie auf einer Website dar.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	290 Datenbanken abfragen und verändern	
e4.3: fügen Daten über ein Websiteformular in eine Datenbank ein.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	307 Interaktive Webseite mit Formular erstellen	
e4.4: verändern selbstständig ein bestehendes CMS-Template.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		289 CMS einsetzen und bewirtschaften
e4.5: setzen unterschiedliche Verfahren zur Validierung von Benutzereingaben effektiv um.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	307 Interaktive Webseite mit Formular erstellen	289 CMS einsetzen und bewirtschaften
e4.6: setzen sicherheitsrelevante Aspekte bei serverseitigen Programmcodes um.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	307 Interaktive Webseite mit Formular erstellen	289 CMS einsetzen und bewirtschaften

Handlungskompetenzbereich f: Führen von einfachen Projekten

Handlungskompetenz:

f1: Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abklären

Zu Beginn eines Auftrags klären Mediamatikerinnen und Mediamatiker die Bedürfnisse der Kundin oder des Kunden gründlich und zuverlässig ab.

Wenn sie einen neuen Auftrag erhalten, analysieren sie diesen zunächst, so dass sie möglichst rasch eine konkrete Vorstellung des gewünschten Produkts entwickeln. Bei Bedarf führen sie Recherchen durch. Sie bereiten sich auf eine erste Besprechung mit der Kundin oder dem Kunden vor, indem sie Ziele und offene Fragen festhalten. Während des Gesprächs - meistens anlässlich einer Sitzung - eruieren sie die Bedürfnisse und Anliegen der Kundin oder des Kunden. Sie hören interessiert und aktiv zu. Wenn bezüglich einzelner Aspekte noch Unklarheiten bestehen, fragen sie gezielt nach. Sie achten darauf, dass alle offenen Fragen bezüglich Ziele, Umfang, Terminplanung und Kostendach des Auftrags geklärt sind. Nach der Besprechung halten sie alle wichtigen Punkte in einem Protokoll fest und stellen dieses der Kundin oder dem Kunden zu.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
f1.1: analysieren einen Auftrag anhand von strukturierten Recherchen.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f1.2: halten Ziele und offene Fragen für ein Erstgespräch mit der Kundin oder dem Kunden fest.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f1.3: eruieren die Bedürfnisse und Anliegen der Kundin oder des Kunden mittels geeigneter Gesprächstechniken.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f1.4: klären mit der Kundin oder dem Kunden wesentliche Aspekte eines Auftrags freundlich und zielorientiert (z.B. Ziele, Umfang, Terminplanung, Kostendach).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f1.5: halten die Ergebnisse eines Erstgesprächs in Form eines	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

Protokolls nachvollziehbar fest.					abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	
----------------------------------	--	--	--	--	--	--

Handlungskompetenz:

f2: Projektplanung erstellen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker erstellen für ihre Projekte eine übersichtliche und realistische Planung mit allen relevanten Angaben.

Auf Grundlage des Erstgesprächs mit der Kundin oder dem Kunden leiten sie die Projektziele ab und erstellen eine Arbeits- und Zeitplanung. Darin halten sie die geplanten Arbeitsschritte mit den jeweiligen Terminen und Meilensteinen fest. Sie setzen dabei die betrieblich vorgegebenen Vorlagen, Projektmanagement-Tools und Checklisten ein. Eine besondere Herausforderung besteht darin, die erforderlichen Zeiten realistisch einzuschätzen. In einem weiteren Schritt legen sie die Details des Projekts fest: Sie klären interne Ressourcen ab, wenn eine punktuelle Mitarbeit einer Kollegin oder eines Kollegen erforderlich ist. Weiter definieren sie materielle Ressourcen, beispielsweise benötigte Hard- und Software oder zusätzliche Arbeitsinstrumente für die Produkterstellung. Sobald eine Auftragsbestätigung vorliegt, buchen sie die benötigten personellen und materiellen Ressourcen definitiv. Bei Bedarf sprechen sie Einzelheiten mit der Kundin oder dem Kunden ab. Bei allen Arbeitsschritten achten sie auf eine genaue Arbeitsweise und eine präzise Kommunikation.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
f2.1: definieren spezifische, messbare, akzeptierte, realisierbare und terminierte Ziele (SMART).	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f2.2: erstellen mit Hilfe der betrieblichen Instrumente eine realistische und übersichtliche Arbeits- und Zeitplanung.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f2.3: legen sinnvolle Meilensteine zur Überprüfung des Projektfortschritts fest.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f2.4: definieren personelle und materielle Ressourcen präzise und nachvollziehbar.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f2.5: buchen personelle und materielle Ressourcen gemäss den betrieblichen Abläufen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

f2.6: klären offene Punkte der Projektplanung mit der Kundin oder dem Kunden ab.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
--	---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	---	---

Handlungskompetenz:

f3: Den Projektfortschritt laufend überprüfen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker überprüfen während eines Projekts laufend, ob sie bezüglich Zielen, Zeit, Kosten und Produktqualität auf Kurs sind.

In regelmässigen Abständen vergleichen sie ihre Planvorgaben (Soll-Werte) mit dem aktuellen Projektstand und halten diesen fest. Bei Abweichungen treffen sie so rasch als möglich geeignete Massnahmen. Beispielsweise organisieren sie zusätzliche personelle Ressourcen, um den Auftrag termingerecht fertig zu stellen. Die Kundin oder den Kunden informieren sie laufend über den Projektstand und besprechen mit ihr resp. ihm allfällige Probleme oder Korrekturen. Ausserdem nehmen sie veränderte Bedürfnisse oder neue Anliegen der Kundin oder des Kunden konstruktiv auf. Sie schlagen Lösungswege oder Alternativen vor. Gleichzeitig zeigen sie auf, wie sich die Änderungen auf die Projektplanung und Kosten auswirken. Um Missverständnisse zu vermeiden, halten sie alle Änderungen schriftlich fest und informieren die Beteiligten.

Berufliche Praxis	Lernzielkontrolle				Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
	Taxonomie	Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
f3.1: vergleichen Soll- und Ist- Werte ihrer Projekte bezüglich Ziele, Zeit, Kosten und Produktqualität regelmässig.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f3.2: treffen geeignete Massnahmen, um Ziele, Zeit, Kosten und Produktqualität einzuhalten.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f3.3: erläutern der Kundin oder dem Kunden den aktuellen Projektstand und unterbreiten allenfalls nötige Korrekturmassnahmen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f3.4: schlagen der Kundin oder dem Kunden entsprechend ihrer / seiner Änderungswünsche Lösungswege oder Alternativen vor.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

f3.5: halten Änderungen in der Projektplanung schriftlich fest und informieren alle Beteiligten.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln 431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
--	---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	---	---

Handlungskompetenz:

f4: Produkt der Kundin oder dem Kunden übergeben und Projekt abschliessen

Mediamatikerinnen und Mediamatiker übergeben der Kundin oder dem Kunden das Produkt und schliessen das Projekt vollständig dokumentiert ab.

Beim Abschluss eines Projekts überprüfen sie nochmals, ob das Produkt den Qualitätsanforderungen gemäss Auftrag entspricht. Sie führen Tests durch und stellen sicher, dass alles einwandfrei funktioniert. Sie halten alle relevanten Angaben in der Projektdokumentation fest und schliessen diese ab. Der Kundin oder dem Kunden übergeben sie die definitiven Versionen des Produkts. Falls erwünscht, führen sie eine kleine Schulung oder Instruktion durch. Sie achten dabei auf einen professionellen Auftritt und nehmen auch kritische Rückmeldungen entgegen.

Intern schliessen sie das Projekt im Rahmen eines «Reviews» ab. Die gewonnenen Erkenntnisse (z.B. «Lessons learned») halten sie fest, um diese für zukünftige Projekte sowie für die Weiterentwicklung der Produkte nutzbar zu machen. Im Sinne der Selbstreflexion ziehen sie schliesslich auch Bilanz über ihr eigenes Vorgehen und Verhalten im Projekt.

Berufliche Praxis	Taxonomie	Lernzielkontrolle			Berufsfachschule	Überbetriebliche Kurse
		Erklärt	Geübt	Selbstständig		
Mediamatikerinnen und Mediamatiker...						
f4.1: überprüfen ein Produkt auf Qualität gemäss den definierten Anforderungen.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f4.2:führen eine Projektdokumentation übersichtlich und vollständig.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f4.3:übergeben der Kundin oder dem Kunden in geeigneter Form die definitiven Versionen eines Produkts.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	431 Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f4.4:führen kleine Produktschulungen für die Kundin oder den Kunden durch.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Teamarbeit entwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f4.5:nehmen kritische Rückmeldungen der Kundin oder des Kunden entgegen.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Teamarbeit entwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f4.6:führen ein Projekt-Review im Team durch.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Teamarbeit entwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

f4.7: halten Erkenntnisse aus einem Projekt schriftlich und fundiert fest (z.B. lessons learned).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Teamarbeit entwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen
f4.8: reflektieren ihre eigenen Stärken und Schwächen im Projekt und halten diese in geeigneter Form fest.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Teamarbeit entwickeln	276 Medien für eine Marketingaktion erstellen

5. Übersicht über die Module im Unterricht an der Berufsfachschule und in überbetrieblichen Kursen

4. Lehrjahr

275
Gestaltungsentwürfe erstellen und präsentieren

282
Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten

3. Lehrjahr

268
Digitale Filme produzieren

281
Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften

291
Oberflächen (UIs) mit Webtechnologien entwickeln

267
Digitale Audioaufnahmen produzieren

274
Druckdaten aufbereiten und ausgeben

280
Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren

285
Jahresabschluss analysieren und Wirtschaftlichkeitsrechnung durchführen

290
Datenbanken abfragen und verändern

306
Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln

276
Medien für eine Marketingaktion erstellen

2. Lehrjahr

279
Marketingmixkonzept entwickeln und präsentieren

307
Interaktive Webseite mit Formular erstellen

289
CMS einsetzen und bewirtschaften

266
Digitale Animationen produzieren

273
Layouts anlegen

278
Markt analysieren und strategische Ziele ableiten

284
Leistungserbringung kalkulieren und Zahlungsprozess abwickeln

288
Programmiertechniken im Webfrontend einsetzen

431
Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen

269
Fotografieprojekt realisieren

1. Lehrjahr

265
Digitale Fotografien produzieren

271
Vektordaten erstellen und Bilder bearbeiten

287
Websites mit CSS gestalten

272
Printprodukte entwerfen und umsetzen

264
Digitale Medienproduktionen vorbereiten

270
Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen

283
Offerten rechtskonform erstellen und überprüfen

286
Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen

213
Teamarbeit entwickeln

101
Webauftritt erstellen und veröffentlichen

Berufsfachschulmodul

27 Module zu je 40 Lektionen

ÜK -Modul

5 Module zu je 5 Tagen

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

Lehrjahr	HK Bildungsplan	Leistungsziele	Lektionen
1. Lehrjahr	d1, d2, d3	<ul style="list-style-type: none"> Anliegen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern rasch und freundlich eruieren. Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern fachlich korrekt und dienstleistungsorientiert beantworten (schriftlich und mündlich). Relevante Informationen aus Kundengesprächen schriftlich festhalten. Teilnehmerkreis und Termin für eine Sitzung oder einen Anlass festlegen. Eine Einladung mit dem Programm und weiteren relevanten Angaben (z.B. Zeit, Ort, Grundlagen) verfassen. Die benötigte Infrastruktur, Technik und Verpflegung frühzeitig und zuverlässig organisieren. Eine detaillierte Zeit- und Ablaufplanung einer Sitzung oder eines Anlasses erstellen. Eine Sitzung oder einen kleineren Anlass zielorientiert und effizient moderieren. Ergebnisse einer Sitzung oder eines Anlasses in geeigneter Form klar strukturiert festhalten (z.B. Protokoll, Fotoprotokoll, Audio- oder Videoaufnahmen). Sitzungsteilnehmende zeitnah über die Ergebnisse informieren. Eine Offerte inhaltlich und formal korrekt finalisieren. Eine Rechnung inhaltlich und formal korrekt erstellen. 	80
4. Lehrjahr	d1, d2, d3		40

6.2 Marketing-Fachsprache

Lehrjahr	HK Bildungsplan	Leistungsziele	Lektionen
2. Lehrjahr	c2, c3, c4	<ul style="list-style-type: none"> Texte für analoge Werbemittel erstellen. Texte für digitale Werbemittel erstellen. Prinzipien von Usability (UX/UI) auf Websites anwenden. Texte für Websites und Landing Pages erstellen. 	40

3. Lehrjahr	c3, c4, c5	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte auf passenden Social Media-Plattformen verbreiten. • Inhalte auf Suchmaschinen ausrichten. • Einen Text für die betriebliche Kommunikation zielgruppenorientiert, aussagekräftig und klar strukturiert verfassen. • Inhalte und Werbemittel professionell und über verschiedene Plattformen kommunizieren • Massnahmen nach KPIs auswerten und optimieren. 	40
-------------	------------	--	----

6.3 Zweite Landessprache

Lehrjahr	HK Bildungsplan	Leistungsziele	Lektionen
1. Lehrjahr	c4, d1	<ul style="list-style-type: none"> • Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern in einer zweiten Landessprache mündlich und schriftlich beantworten. • einen kurzen, einfachen Text für die betriebliche Kommunikation in einer zweiten Landessprache verfassen. 	80
2. Lehrjahr	d1, c5	<ul style="list-style-type: none"> • Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern in einer zweiten Landessprache mündlich und schriftlich beantworten. • Beiträge in einer zweiten Landessprache beantworten und posten. 	80

6.4 Englisch

Lehrjahr	HK Bildungsplan	Leistungsziele	Lektionen
1. Lehrjahr	d1	<ul style="list-style-type: none"> • Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich beantworten. 	40
2. Lehrjahr	c4, d1	<ul style="list-style-type: none"> • Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich beantworten. • Einen einfachen, kurzen Text für die betriebliche Kommunikation auf Englisch verfassen. 	40
3. Lehrjahr	c4, c5, d1, d2	<ul style="list-style-type: none"> • Anfragen von Kundinnen und Kunden oder Partnerinnen und Partnern auf Englisch mündlich und schriftlich beantworten. • Einen einfachen, kurzen Text für die betriebliche Kommunikation auf Englisch verfassen. • Beiträge auf Englisch beantworten und posten. • Eine einfache Sitzung auf Englisch moderieren. 	80
4. Lehrjahr	c5, d2	<ul style="list-style-type: none"> • Beiträge auf Englisch beantworten und posten. • Eine einfache Sitzung auf Englisch moderieren. 	40

Erstellung

Der Bildungsplan wurde von der unterzeichnenden Organisation der Arbeitswelt erstellt. Er bezieht sich auf die Verordnung des SBFI vom 25. Oktober 2018 über die berufliche Grundbildung für Mediamatikerin / Mediamatiker mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ).

Bern, 10. Oktober 2018

ICT-Berufsbildung Schweiz
Der Präsident

der Geschäftsführer

Andreas Kälin, Präsident

Serge Frech Geschäftsführer

Das SBFI stimmt dem Bildungsplan nach Prüfung zu.

Bern, 25. Oktober 2018

Staatssekretariat für Bildung,
Forschung und Innovation

Rémy Hübschi
Vizedirektor, Leiter Abteilung Berufs- und Weiterbildung

Anhang 1: Verzeichnis der Instrumente zur Sicherstellung und Umsetzung der beruflichen Grundbildung sowie zur Förderung der Qualität

Dokumente	Bezugsquelle
Verordnung des SBFI über die berufliche Grundbildung für Mediamatikerin EFZ / Mediamatiker EFZ	<i>Elektronisch</i> Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (www.bvz.admin.ch > Berufe A-Z) <i>Printversion</i> Bundesamt für Bauten und Logistik (www.bundespublikationen.admin.ch)
Bildungsplan zur Verordnung des SBFI über die berufliche Grundbildung für Mediamatikerin EFZ / Mediamatiker EFZ	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch
Ausführungsbestimmungen zum Qualifikationsverfahren mit Abschlussprüfung inkl. Anhang (Bewertungsraster sowie ggf. Leistungsnachweise überbetriebliche Kurse und/oder Leistungsnachweis Bildung in beruflicher Praxis)	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch
Qualifikationsverfahren mit Validierung von Bildungsleistungen	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch
Lehrplan für die Berufsfachschulen	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch
Ausbildungsprogramm für die überbetrieblichen Kurse	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch
Dokumentation berufliche Grundbildung	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch
Bildungsbericht	Vorlage SDBB/CSFO, info@sdbb.ch , www.sdbb.ch
Organisationsreglement Kommission Berufsentwicklung und Qualität	ICT-Berufsbildung Schweiz, www.ict-berufsbildung.ch

Anhang 2: HK-Referenz zu Modultitel

Modul	Modultitel	Referenz zu HK	Jahr
264	Digitale Medienproduktionen vorbereiten	a1, a2, a3, a4	1
265	Digitale Fotografien produzieren	a1, a2, a3, a4, b1, b2	1
266	Digitale Animationen produzieren	a1, a3, a4, b1, c5	2
267	Digitale Audioaufnahmen produzieren	a1, a2, a3, a4	3
268	Digitale Filme produzieren	a1, a2, a3, a4	3
269	<i>*Fotografieprojekt realisieren</i>	a1, a2, a3, a4	2
270	Farbe und Typografie bestimmen und einsetzen	b1, b2, b3	1
271	Vektordaten erstellen und Bilder bearbeiten	b2, b3	1
273	Layouts anlegen	b1, b3	2
274	Druckdaten aufbereiten und ausgeben	b4	3
275	Gestaltungsentwürfe erstellen und präsentieren	b1, b3	4
272	<i>*Printprodukte entwerfen und umsetzen</i>	b1, b2, b3	1
276	<i>*Medien für eine Marketingaktion erstellen</i>	a1, b1, b2, c1, c2, c3, c4, c5, f1, f2, f3, f4	3
278	Markt analysieren und strategische Ziele ableiten	c1	2
279	Marketingkonzept entwickeln und präsentieren	c1	2
280	Analoge und digitale Marketingprodukte konzipieren	c2, c3	3
281	Social-Media-Kanäle aufbauen und bewirtschaften	c5	3
282	Marketingkennzahlen auswerten und Inhalte für die betriebliche Kommunikation aufbereiten	c3, c4, c5	4
283	Offerten rechtskonform erstellen und überprüfen	a1, d3	2
284	Leistungserbringung kalkulieren und Zahlungsprozess abwickeln	d3	2
285	Jahresabschluss analysieren und Wirtschaftlichkeitsrechnung durchführen	d3	3
286	Eigene ICT-Arbeitsinstrumente einrichten und bedienen	e1	1
287	Websites mit CSS gestalten	e2	1
288	Programmiertechniken im Webfrontend einsetzen	e3	2
291	Oberflächen (UIs) mit Webtechnologien entwickeln	e3	3
290	Datenbanken abfragen und verändern	e4	3
307	Interaktive Webseite mit Formular erstellen	e4	2
101	<i>*Webauftritt erstellen und veröffentlichen</i>	e2	1
289	<i>*CMS einsetzen und bewirtschaften</i>	e4	2
213	Teamarbeit entwickeln	f4	1
431	Aufträge im eigenen Berufsumfeld selbständig durchführen	f1, f2, f3, f4	2
306	Kleinprojekte im eigenen Berufsumfeld abwickeln	f1, f2, f3, f4	3

**ük Modultitel kursiv*