

Modulbeschreibung AdA-D-M5

Das Bildungsangebot im Umfeld positionieren

Handlungskompetenz

Die Absolvent/innen des Moduls positionieren und kommunizieren ihr Bildungsangebot im Betriebs- oder Marktumfeld.

Kompetenznachweis

Umfeldanalyse und kommentierte Darlegung eines Marketing- oder Kommunikationskonzepts.

Einordnung

Das Modul AdA-D-M5 „Das Bildungsangebot im Umfeld positionieren“ ist Teil des Modulbausatzes, welcher zur Höheren Fachprüfung für „Ausbildungsleiter/innen mit eidg. Diplom“ führt. (Stufe 3 des Baukastens „Ausbildung für Auszubildende“)

Voraussetzungen

Vorausgesetzt werden die folgenden **Kenntnisse** (Vertiefungsgrad entsprechend der Module FA-M3, FA-M4 und FA-M5 des Baukastens „Ausbildung für Auszubildende“):

- Orientierungswissen zu Entwicklungen und Trends auf den wirtschafts-, kultur-, gesellschafts- und bildungspolitischen Ebenen
- detaillierte Kenntnis der eigenen Produkte und Dienstleistungen, des Marktumfeldes sowie der Konkurrenzsituation
- Grundbegriffe Bildungsmarketing
- Grundbegriffe Betriebswirtschaft

Vorausgesetzt werden ebenfalls die folgenden **Fähigkeiten**:

- Bedarfs- und Bedürfnisabklärungen durchführen
- Bildungsmassnahmen kalkulieren
- effizient mit IKT umgehen, insbesondere in Bezug auf Textverarbeitung und -gestaltung sowie einfache grafische Darstellungen
- adressatengerechte und wirksame Texte schreiben
- Präsentationstechnik beherrschen

Vorausgesetzt wird ebenfalls **Praxiserfahrung** in den folgenden Bereichen:

- Leitende oder koordinierende Funktion an einer Bildungsinstitution oder in der Bildungsabteilung eines Betriebs oder einer Organisation
- Bedarfs- und Bedürfnisabklärungen
- Kalkulation von Bildungsmassnahmen

Ziele

Die Absolvent/innen des Moduls sind in der Lage

- das Bildungsangebot in Bezug auf Ziele, Inhalte und Lernformen auf sich abzeichnende Trends und Entwicklungen auf den Ebenen der Wirtschaft, der Gesellschaft und der Bildungspolitik auszurichten.
- das Bildungsangebot mit der längerfristigen strategischen Ausrichtung der Organisation und mit mittelfristigen Entwicklungszielen abzustimmen.
- Veränderungsprozesse in Organisationen mit gezielten Bildungsmassnahmen zu unterstützen.
- auf der Basis von definierten Marketingstrategien und -konzepten, eventuell in Zusammenarbeit mit Marketing-Fachpersonen, Marketing- und Kommunikationsmassnahmen für Produkte und Dienstleistungen ihrer Organisationseinheit zu planen und dabei die zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle einzubeziehen.
- den Bildungsbedarf sowie die individuellen Bedürfnisse einer potenziellen Lernergruppe zu ermitteln und auf dieser Grundlage Vorschläge für bedarfs- und bedürfnisgerechte kollektive und/oder individuelle Bildungsmassnahmen zu entwickeln.
- Offerten für Kurse oder andere Bildungsdienstleistungen zu erstellen und dabei die Vorgaben der potenziellen Auftraggeber/innen sowie die Prinzipien der professionellen Ethik zu berücksichtigen.
- mit potenziellen betriebsinternen oder externen Auftraggeber/innen zu verhandeln und dabei auf ein für beide Teile befriedigendes Preis-/Leistungsverhältnis zu zielen.
- ihre Organisation bei überinstitutionellen Veranstaltungen, Entwicklungsprojekten und Informationsanlässen sowie gegenüber Organisationen der Arbeitswelt und öffentlichen Stellen zu vertreten, und dabei zutreffend und adressatengerecht über ihre Produkte und Dienstleistungen zu informieren.

Lernzeit

Das Modul umfasst mindestens 45,5 h Seminarzeit sowie selbständige Lernzeit im Umfang von ca. 90 h (total ca. 135 h, entspricht 4.5 ECTS). In die selbständige Lernzeit (teilweise angeleitet) fallen beispielsweise vertiefende Lektüren oder das Erarbeiten der Modulkompetenznachweise. Je nach Vorkenntnissen und Fertigkeiten kann diese auch erheblich mehr betragen.

Anerkennung

Der Modul-Kompetenznachweis ist eine der notwendigen Voraussetzungen für die Zulassung zur Höheren Fachprüfung für Ausbildungsleiter/innen.

Laufzeit der Modul-Identifikation

3 Jahre

Anhang zur Modulbeschreibung (AdA-D-M5)

Lerninhalte

Die aufgeführten Lerninhalte verstehen sich als Leitlinien für die Modulanbieter (vgl. auch Kompetenzprofil (Ko-Re) für das Modul D-M5). Die Anbieter sollten in Absprache mit den Ausbildungsteilnehmer/innen eine Gewichtung vornehmen, resp. die Inhalte spezifisch ergänzen.

- Trends und Entwicklungen auf wirtschafts-, kultur-, gesellschafts- und bildungspolitischer Ebene und ihre potenziellen Auswirkungen auf den Bildungsbereich (bezüglich Bildungsziele, -inhalte, -formen)
- Strategie- und Veränderungsprozesse in Unternehmen und ihre Auswirkungen auf den Bildungsbereich und einzelne Bildungsangebote
- Analyse von Marketingkonzepten im Bildungsbereich
- Planung von Kommunikations- und Verkaufsförderungsmaßnahmen
- Kriterien zur Evaluation von Marketingkonzepten und Kommunikationsmaßnahmen
- Zusammenarbeit mit Fachpersonen (Aufgaben abgrenzen, Rollen klären, Briefing, Vertragskonventionen)
- Konventionen bei der Erstellung von Offerten
- Berechnen der kurz- und langfristige Wirtschaftlichkeit eines Bildungsangebots oder einer betrieblichen Bildungsmassnahme
- Verhandlungen mit Auftraggeber/innen (Argumentieren, Vertrauen schaffen, Offerte anpassen, etc.)
- Gesetzliche Rahmen, Formen und Nutzungsweisen der öffentlichen Subventionierung von Bildungsmassnahmen, sowie Konventionen für die Offertenstellung im Rahmen von Ausschreibungen und Mandaten der öffentlichen Hand

Richtlinien für den Kompetenznachweis

Der Kompetenznachweis dieses Moduls beinhaltet eine Umfeldanalyse und die kommentierte Darstellung eines Marketing- oder Kommunikationskonzepts. Es kann sich um ein selbst oder durch andere erstelltes Konzept handeln.

Dafür gelten die folgenden **Richtlinien**:

- Der Kompetenznachweis kann sich auf innerbetriebliche Bildungsmaßnahmen oder auf öffentliche Bildungsangebote beziehen.
- Die eigene Funktion in der Organisation und die Rolle bei der Entwicklung des Konzepts sind klar darzustellen.
- Wenn es sich um innerbetriebliche Bildungsmaßnahmen handelt, sind die folgenden Aspekte darzustellen und zu kommentieren:
 - Einbettung der Bildungsmaßnahme(n) in die Betriebsstrategie und eventuelle Veränderungsprozesse, gegebenenfalls direkter Anlass
 - weiteres Systemumfeld, inkl. bildungspolitischer Kontext
 - Ermittlung des Bedarfs
 - Kalkulation der Bildungsmaßnahme, Darstellung des langfristig generierten resp. intendierten Mehrwerts
 - Verhandlung mit Auftraggeber/in, Abgrenzung der Verantwortlichkeiten
 - interne Ausschreibung der Bildungsmaßnahme
 - kurze, persönliche Evaluation der auf das „interne Marketing“ bezogenen Prozesse
- Wenn es sich um öffentliche Bildungsangebote handelt, sind die folgenden Aspekte darzustellen und zu kommentieren:
 - Marktumfeld und Positionierung der Bildungsinstitution
 - Marktanalyse und Positionierung des Angebots, USPs
 - Bei einzelnen Angeboten: Einbettung in das Angebots-Portfolio der Organisationseinheit
 - Einordnung der Kommunikationsmaßnahmen in die übergeordneten Kommunikationsstrategien der Organisation
 - kurz- und mittelfristige Kalkulation der Kommunikationsmaßnahmen
 - kurz- und mittelfristige Erfolgskriterien für die Marketing- oder Kommunikationsstrategie
 - kurze, persönliche Evaluation der Marketing- oder Kommunikationsstrategie

Der Kompetenznachweis wird nach den hier aufgeführten **Kriterien** beurteilt. Er gilt als erfüllt, wenn alle relevanten Kriterien – entweder für die innerbetriebliche Positionierung der Bildungsmaßnahme oder in Bezug auf das Marketing eines öffentlichen Angebots – erfüllt sind.

- Die in den Richtlinien aufgeführten Punkte wurden berücksichtigt.
- Die Darstellung zeigt die folgenden Fähigkeiten und Haltungen des Kandidaten oder der Kandidatin:
 - Relevante Trends und Entwicklungen erkennen, evtl. Potenzial für innovative Bildungsangebote identifizieren.
 - Veränderungsprozesse in Bezug auf sich abzeichnenden Bildungsbedarf und Bildungsbedürfnisse analysieren und mit passenden Bildungsangeboten darauf reagieren.
 - Bildungsangebote in einem Umfeld positionieren.
 - Risiken einschätzen.

- Kommunikationskanäle gezielt auswählen und wirkungsvoll nutzen.
- adressatengerecht schriftlich kommunizieren.
- Kommunikationsmittel attraktiv gestalten, resp. ihre Gestaltung mit klaren Kriterien beurteilen.
- Die kurz- und mittelfristige Wertschöpfung von Bildungsangeboten kalkulieren und überzeugend darstellen.

Die Ausbildungs- oder Modulleitung beurteilt den Kompetenznachweis, entscheidet, ob dieser den definierten Richtlinien und Kriterien entspricht und formuliert einen kurzen schriftlichen Kommentar.

Bei einer negativen Entscheidung kann der/die Kandidat/in den Kompetenznachweis ein Mal überarbeiten und nochmals zur Beurteilung einreichen.

Wird auch die überarbeitete Fassung von der Ausbildungs- oder Modulleitung nicht angenommen, muss für die neuerliche Einreichung eines Kompetenznachweises ein anderer Praxisfall dargestellt und evaluiert werden.