

D-M5: Das Bildungsangebot im Umfeld positionieren

Handlungskompetenz

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

Kompetenzen

Entwicklungen und Trends auf der wirtschafts-, kultur-, gesellschafts- und bildungspolitischen Ebene verfolgen

Ausbildungsleiter/innen verfolgen Entwicklungen und Trends auf der wirtschafts-, kultur-, gesellschafts- und bildungspolitischen Ebene, insbesondere jene, welche direkte oder indirekte Folgen für den Bildungsbereich haben können. Sie informieren sich über verschiedene Medien, nehmen an relevanten Informations- und Diskussionsveranstaltungen teil und pflegen ein persönliches Netzwerk.

Das Bildungsangebot auf Trends und Entwicklungen auf der wirtschafts-, gesellschafts- und bildungspolitischen Ebene ausrichten

Ausbildungsleiter/innen richten das Bildungsangebot – im Bezug auf Bildungsziele, -inhalte und -formen – auf sich abzeichnende Trends und Entwicklungen auf den Ebenen der Wirtschaft, der Gesellschaft und der Bildungspolitik aus.

Das Bildungsangebot auf Entwicklungsstrategien der Organisation und auf damit verbundene Veränderungsprozesse abstimmen

Ausbildungsleiter/innen – in Zusammenarbeit mit den massgeblichen Stellen der Organisation – stimmen das Bildungsangebot mit der längerfristigen strategischen Ausrichtung der Organisation und mit mittelfristigen Entwicklungszielen ab. Sie bereiten auf Wechsel vor und unterstützen Veränderungsprozesse mit gezielten Bildungsmaßnahmen.

Marketing- und Kommunikationsmassnahmen planen und überwachen

Ausbildungsleiter/innen – evtl. in Zusammenarbeit mit Fachpersonen – planen Marketing- und Kommunikationsmassnahmen für Produkte und Dienstleistungen ihrer Organisationseinheit. Sie stützen sich dabei auf die Marketing- und Kommunikationsstrategie der Organisation und auf vorhandene Marketingkonzepte, und sie nutzen die zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle. Sie formulieren Aufträge für Kommunikations- oder Verkaufsförderungsmaßnahmen zur Vergabe an externe Stellen oder Personen.

Ressourcen

Kenntnisse (bez. Umfeld, Richtlinien, Theorien, Modelle und Methoden)

- *Gesellschaftliches Umfeld*: Orientierungswissen in den Bereichen der Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft, aktuelle Trends
- *Sozio-ökonomisches Umfeld*: Orientierungswissen zu gesellschaftlichen Trends und sozio-ökonomischen Entwicklungstendenzen
- *Schweizerisches Bildungssystem*: Bildungs- und bildungspolitische Strukturen in der Schweiz und Europa, Gesetzliche Rahmen, Formen und Nutzungsweisen der öffentlichen Subventionierung der Bildung, aktuelle Trends
- *Bildungsumfeld*: Strukturen des spezifischen Umfelds (Verbände, OdAs, etc.), insbesondere im Bezug auf Bildungs- und Qualifikationsstrukturen, Trends und aktuelle Entwicklungen
- *Bildungsmarkt*: Entwicklungen und Trends, relevante Teilmärkte, Konkurrenzsituation
- *Organisation und organisationelles Umfeld*: Detaillierte Kenntnis der eigenen Produkte und Dienstleistungen
- *Rahmenbedingungen*: übergeordnete Marketingstrategien der Organisation
- *Theorien und Modelle*: Grundbegriffe des Marketings (Marktanalyse, relevante Marktkennzahlen, USP, etc.), Grundbegriffe der Statistik
- *Methoden und Abläufe*: Faktoren und Aufbau eines Marketingkonzepts, Funktionen und Wirkungsweisen verschiedener Kommunikations- und Werbemittel (inkl. Online-Kommunikation / Werbung), Kalkulation von Bildungsmaßnahmen, Vertragswesen (Werkverträge, externe Aufträge, rechtliche Konsequenzen), Konventionen für Offertstellungen im Rahmen von Ausschreibungen und Mandaten der öffentlichen Hand
- *Parameter und Kriterien* im Bezug auf Aufbau und grafische Gestaltung von Werbemitteln (versch. Print-Produkte, elektronische Medien, Events), Kennzahlen zur Evaluation von Kommunikationsmassnahmen, auch bezüglich längerfristiger Resultate

Fähigkeiten (kognitive Fähigkeiten, praktische Fertigkeiten, relationale Fähigkeiten)

- *Kognitive Fähigkeiten*: logisches und vernetztes Denken (Entwicklungsprognosen ableiten), relevante Trends und Entwicklungen erkennen, Potenzial für innovative Angebote erkennen, Intuitionen überprüfen, Informationen interpretieren und Handlungsbedarf identifizieren, verschiedene Meinungen abwägen und sich eine eigene Meinung bilden

Bedarfs- und Bedürfnisanalysen durchführen

Ausbildungsleiter/innen ermitteln den Bildungsbedarf sowie die individuellen Bildungsbedürfnisse einer potenziellen Lernergruppe. Auf dieser Grundlage entwickeln sie Vorschläge für bedarfs- und bedürfnisgerechte kollektive und/oder individuelle Bildungsmassnahmen. Sie berücksichtigen dabei die Gegebenheiten und Rahmenbedingungen der spezifischen Situation.

Offerten erstellen und mit Auftraggeber/innen verhandeln

Ausbildungsleiter/innen ermitteln die Bedürfnisse und Wünsche von potenziellen Auftraggeber/innen und erstellen zweckgerichtete und transparente Offerten für Kurse oder für andere Bildungsdienstleistungen. Sie berücksichtigen bei der Offertstellung die Vorgaben der Auftraggeber/innen bezüglich Produkt- oder Angebotsgestaltung sowie die Prinzipien der professionellen Ethik. Sie verhandeln mit den potenziellen Auftraggeber/innen und zielen dabei auf ein für beide Teile befriedigendes Preis-/Leistungsverhältnis.

Die eigene Organisation gegen aussen vertreten

Ausbildungsleiter/innen vertreten ihre Organisation bei überinstitutionellen Veranstaltungen, Entwicklungsprojekten oder Informationsanlässen sowie gegenüber Organisationen der Arbeitswelt und öffentlichen Stellen. Sie informieren zutreffend und adressatengerecht über die Produkte und Dienstleistungen der Organisation.

- *Vorgehensweisen*: Marktanalysen durchführen, Marketingkonzept erstellen, Erfolgskriterien für Kommunikationsmassnahmen definieren, Bedarfs- und Bedürfnisabklärungen vornehmen, Bildungsmassnahmen nach verschiedenen Modellen kalkulieren, Wirtschaftlichkeit eines Bildungsangebots errechnen (auch langfristig), Kalkulationen an veränderte Bedingungen anpassen, transparente Offerten erstellen und begründen, Verträge als Auftraggeber/in und als Auftragnehmer/in aufsetzen und überprüfen, sich zu einem Thema orientieren
- *Arbeitsorganisation*: Strategien, Konzepte und Massnahmen aufeinander abstimmen
- *Didaktisch-methodisches Know-how*: Präsentationstechnik
- *IKT-Fähigkeiten*: Effizienter Umgang mit IKT (Textverarbeitung, evtl. Grundzüge des Online-Publishing), Präsentationen, effiziente und zuverlässige Informationssuche im Internet
- *Sprachliche Fähigkeiten*: Adressatengerechte und attraktive Texte schreiben, die eigene Meinung effektiv begründen
- *Relationale Fähigkeiten*: mit Fachpersonen zusammenarbeiten (Aufgaben abgrenzen, Rollen klären, klares Briefing), Verhandlungen mit Auftraggeber/innen und Auftragnehmer/innen führen (Argumentieren, Vertrauen schaffen, etc.), persönliche Kontakte mit Kolleg/innen und Personen aus dem weiteren Arbeitsumfeld pflegen, seine Rolle in der ausser- und überinstitutionellen Zusammenarbeit flexibel und wirkungsvoll gestalten

Haltungen

- Souveränes Auftreten
- Intuition
- Flexibilität und Kreativität (Anpassen an veränderte Bedingungen)
- Risikomanagement
- Überzeugt sein von den eigenen Produkten/Dienstleistungen
- Loyalität gegenüber Arbeit-/Auftraggeber/innen
- Klarheit über die eigenen Fähigkeiten
- Offenheit
- Neugierde
- Kooperative Haltung
- Initiative