

CAS Marketing Writer – AI Graphic Designer / UX Writing & Nr. 34

Sie nutzen die AI, Artificial Intelligence, für Ihre Ideenfindung und für die Marketingkreation. Sie arbeiten mit AI Graphic Design und prompten Kampagnenvorschläge mit AI-Tools wie ChatGPT und Midjourney.

Plus Dual Degree Texterin/Texter mit eidg. Fachausweis

Programm raster

CAS MarkWr-34
Version 4.1 / 5.04.2024 / TONI



CAS Marketing Writer – AI Graphic Designer / UX Writing Nr. 34

Programmplan / Version 4.1 vom 5.04.2024 / letzte Bearbeitung: Toni

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
<p>Teil 1.1:</p> <p>Sprache in Marketing und Werbung</p> <p>Dieser Teil befasst sich mit den Grundlagen der Werbe- und Marketingsprache, der Persuasion, der Usability und den entsprechenden psychologischen Hintergründen. Er behandelt das Verhältnis von Sprache und Emotion ebenso wie die Stilmittel und Darstellungsformen von Werbung und Marketing. Nach diesem Teil sind die Teilnehmer in der Lage, einen klassischen persuasiven bzw. interaktionsorientierten Text (z.B. Inserat, Direct Mail, Webtext) zu verfassen beziehungsweise eine Kampagne sprachlich zu beurteilen.</p>	1 / total 1	<p>Einführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in den Lehrgang • Lehrmittel und E-Classroom <p>Instrumente zur Analyse der Ausgangslage/Grundlagen der Produktpositionierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelle der Marketingkommunikation • Anwendung ausgewählter Modelle zur strategischen Planung von persuasiven Texten <p>Funktionsweise von persuasiven Texten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Textpsychologie und -wirkung • Instrumente der Persuasion und Argumentation in persuasiven Texten • Strategien der Marketingkommunikation und ihre Umsetzung im Text <p>Einführung in die heutigen Möglichkeiten der AI, Artificial Intelligence, im Texten und Gestalten in Werbeagenturen.</p> <p>Einführung in AI Graphic Design</p>	<p>Mittwoch, 19. Juni 2024</p> <p>09.00-12.30 Uhr</p> <p>13.30-17.00 Uhr</p> <p>Technopark Zürich (GoToWebinar/Video-Lekt.)</p>	Teil 1	Experte der Text Akademie

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
	1 / total 2	<p>Sozialtechniken der Marketingkommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufmerksamkeit erregen • den Blick der Nutzer lenken • die Rezeption der Marketingbotschaft sichern <p>Von guten Ideen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Einführung in den „kreativen Sprung“ als Grundlage von kreativer Werbung • Zur Strategie hinter einer guten Idee • Workshop «Analyse und Optimierung eines Werbeinserats anhand der Copyplattform)» (ein eigener Laptop ist von Vorteil) • Kreative Umsetzungsideen und Konzepthierarchie 	<p>Donnerstag, 20. Juni 2024</p> <p>09.00-12.30 Uhr</p> <p>13.30-17.00 Uhr</p> <p>Technopark Zürich (GoToWebinar/Video-Lekt.)</p>	Teil 1	<p>Mathias Held</p> <p>Marketing-Spezialist / Der Kreis</p> <p>Katja Wölfel</p> <p>Senior Copywriter</p>
	1 / total 3	<p>Von bewegenden Ideen; Fallstudie/praktische Arbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der relevante Verbrauchernutzen: zu Beobachtungen • Insights • Workshop: Wie man zu relevanten Botschaften kommt • (ein eigener Laptop von Vorteil) <p>FALLSTUDIE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beginn der Arbeit an der Fallstudie • Coaching durch die Dozenten <p>FALLSTUDIE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zwischenpräsentation und Zwischenbesprechung 	<p>Freitag, 21. Juni 2024</p> <p>09.00-12.30 Uhr</p> <p>13.30-17.00 Uhr</p> <p>Anwesenheitspflicht Technopark Zürich (notfalls Video-Lekt.)</p>	Teil 1	<p>Katja Wölfel</p> <p>Senior Copywriter</p>

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
	1 / total 4	Fertigstellung und Coaching FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> Fertigstellung der Studienarbeit Coaching durch die Dozenten FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> Schlusspräsentation und Schlussbewertung Ausblick auf den weiteren Lehrgang: Studienarbeit bzw. Projektarbeit im eigenen Unternehmen	Samstag, 22. Juni 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Anwesenheitspflicht Technopark Zürich (notfalls Video-Lekt.)	Teil 1	Katja Wölfel Senior Copywriter
Studienarbeit 1 Swisscom		Start der Studienarbeit Swisscom	Ab Samstag, 22. Juni 2024 www.eclassroom.ch		
E-Classtest 1	0,5 / total 4,5	Aufgabe: Analyse und Optimierung eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 5. Juli 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 2	0,5 / total 5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 9. August 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Silke Landtwing Mathias Held

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
E-Classtest 3	0,5 / total 5,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Onlineinserats	Freitag-Abend, 16. August 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Silke Landtwing Mathias Held
Debriefing Teil 1		Virtuelle Sprechstunde Ihr habt die Möglichkeit, mit der Studienleitung über den Unterricht, Studienarbeiten oder E-Classroom-Tests zu sprechen. Teilnahme auf eigenen Wunsch	Mittwoch-Abend, 28. August 2024 20.00-21.00 Uhr GoToWebinar	Teil 1	Experte der Text Akademie
Teil 2.1: Vertiefung: Usability, User Experience und UX Writing Dieser Teil vermittelt die Grundlagen in UX Writing.	1 / total 6,5	UX Writing Teil 1 - Usability, User Experience und UX Writing <ul style="list-style-type: none"> Begriffsgeschichte und Grundprinzipien Grundlagen der Usability und User Experience in Sprache und Gestaltung Anwendungsmöglichkeiten nutzungsoptimierter Texte Usability, User Experience und UX Writing in der Praxis <ul style="list-style-type: none"> User Experience aus heutiger Sicht Content Strategie: Von der Produktdefinition bis zur Produktvision Interface Design (Web und Apps) 	Freitag, 30. August 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark Zürich (GoToWebinar/Video-Lekt.)ar	Teil 2	Kira Leuthold UX Writer / Futureworks AG

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
	1 / total 7,5	UX Writing Teil 2 - Usability, User Experience und UX Writing <ul style="list-style-type: none"> • Text-Konzept und Strategie • Gliederung und Struktur im UX Writing • Styleguide / Voice & Tone • Optimierung der User Experience: SEO • A/B Testing: Inhalt optimieren • UX Workshop Lancierung der Studienarbeit 2 «UX Writing»	Samstag, 31. August 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark Zürich (GoToWebinar/Video-Lekt.)	Teil 2	Kira Leuthold UX Writer / Futureworks AG
Studienarbeit 2 UX Writing		Start der Studienarbeit UX Writing	Ab Samstag, 31. August 2024 www.eclassroom.ch	Teil 2	Kira Leuthold Antonia Bekiaris
Teil 2.3: UX Design mit AI Dieser Teil vermittelt die Grundlagen in UX Design.	1 / total 8,5	UX Design Teil 1 / AI Graphic Design <ul style="list-style-type: none"> • Was ist UX Design? • UX Design Prozesse • UX Design Methoden (Übungen) • Was ist AI Graphic Design? 	Freitag, 6. September 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark Zürich (GoToWebinar/Video-Lekt.)	Teil 2	Marco Huber (UX/UI Designer, drei-pol GmbH)
	1 / total 9,5	UX Design Teil 2 / AI Graphic Design <ul style="list-style-type: none"> • UX Design Methoden (Übungen) • Wireframing • Gestaltungsprinzipien • Reflexion 	Samstag, 7. September 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark Zürich (GoToWebinar/Video-Lekt.)	Teil 2	Marco Huber (UX/UI Designer, drei-pol GmbH)

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
E-Classtest 4	0,5 / total 10	Aufgabe: UX Writing	Freitag-Abend, 13. September 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Silke Landtwing Mathias Held
Teil 2.3: Vertiefung: Darstellungsformen und Kreativität Dieser Teil vertieft ausgewählte Bereich des persuasiven Schreibens: <ul style="list-style-type: none"> theoretische Grundlagen der Kreativität und Kreativitätstechniken Erzählen von Werbegeschichten und Brand Stories 	1 / total 11	Darstellungsformen der Werbekommunikation <ul style="list-style-type: none"> das Werbeinserat und seine Bestandteile Headlines und Copys im Zusammenspiel Usability bei der Headline-Bild-Mechanik im Werbeinserat (und in anderen Formaten der Marketing- sowie Webkommunikation) Usability, User Experience und Interaktion in webgestützten Texten Darstellungsformen der Marketingkommunikation <ul style="list-style-type: none"> Werbebrief, Direct Mails und weitere Formate des Marketings in Print und Online die AIDA-Formel als Grundlage eines wirksamen Werbebriefs, Direct Mails und Webtexts von Kurz- zum Langtext: Newsletter und Advertorial («Publireportage») 	Freitag, 20. September 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr NUR ONLINE über GoTo-Webinar	Teil 2	Experte der Text Akademie Christian Sidow Texter/Konzepter (ok Inhalt)
E-Classtest 5	0,5 / total 11,5	Aufgabe: UX Design & AI Graphic Design Inseratekampagne B2C mittels ChatGPT/Midjourney / DALL.E 2	Freitag-Abend, 27. September 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Silke Landtwing Mathias Held

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
E-Classtest 6	0,5 / total 12	Aufgabe: UX Design & AI Graphic Design Flyer gestalten mittels ChatGPT/Midjourney / DALL.E 2	Freitag-Abend, 4. Oktober 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Silke Landtwing Mathias Held
Teil 2.4: Vertiefung Web Writing und SEO Dieser Teil vertieft im Anschluss an die Vertiefung UX Writing die Kenntnisse in Web Writing und Suchmaschinenoptimierung (SEO).	1 / total 13	Suchmaschinenoptimierung (SEO – strategisches Texten für Webseiten) <ul style="list-style-type: none"> • SEO und Webseiten-Struktur • Keyword-Strategie und -Findung • Content-Optimierung: Meta-Angaben im Quelltext Präsentation: FALLSTUDIE (Teilnahme obligatorisch) <ul style="list-style-type: none"> • Würdigung und Diskussion der Studienarbeit 1 	Freitag, 11. Oktober 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark Zürich Nachmittag: Swisscom, Maschinenstrasse 10, 8005 Zürich 13.30-17.00 Uhr	Teil 2	Asta Breitenmoser (Texterin, SEO-Spezialistin)

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
Teil 2.4: Vertiefung: Kreativität und Storytelling	1/ total 14	Kreativität als Grundlage einer jeden erfolgreichen Marketingkommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen von Kreativität • Ideenfindung und Kreativitätstechniken in der Praxis • Humor und Pointe in der Werbegeschichte • Brand Stories Storytelling in der Marketingkommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Wortspiele und -reime • Kreative Grundlagen des Storytellings • Literarisches Schreiben 	Freitag, 18. Oktober 2024 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark Zürich / GoToWebinar	Teil 2	Andri Perl Schriftsteller, Rapper (auf der Reise!)
Debriefing Teil 2		Virtuelle Sprechstunde Ihr habt die Möglichkeit, mit der Studienleitung über den Unterricht, Studienarbeiten oder E-Classroom-Tests zu sprechen. Teilnahme auf eigenen Wunsch	Donnerstag-Abend, 24. Oktober 2024 20.00-21.00 Uhr GoToWebinar	Teil 2	Experte der Text Akademie
E-Classtest 7	0,5 / total 14,5	Aufgabe: UX Design & AI Graphic Design Inseratekampagne B2B mittels ChatGPT/Midjourney / DALL.E 2	Freitag-Abend, 25. Oktober 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 8	0,5 / total 15	Konzeption und Texten eines Advertorials (Publireportage)	Freitag-Abend, 1. November 2024 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Silke Landtwing Mathias Held

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
Teil 3: CAS-Prüfungen Die CAS-Prüfung beinhaltet zwei schriftliche Prüfungen sowie eine Fachprüfung. Grundlage für die Zulassung zu den CAS-Prüfungen sind zwei Studienarbeiten, die von den Teilnehmern im Anschluss an Teil 1 beziehungsweise Teil 2 eingereicht werden.	1/ total 16	Halbtag 1: Schriftliche Teilprüfung 1 (2.5 Std.) Halbtag 2: Schriftliche Teilprüfung 2 (2.5 Std.) Halbtag 2: Fachprüfung (1 Std.)	Freitag, 8. November 2024 09.00-11.30 Uhr 13.00-15.30 Uhr 16.00-17.00 Uhr GoToWebinar	Teil 3	Expertenteam der Text Akademie
Abschlussabend: Freitag, 24. November 2023					

Studienarbeiten

Teil / Modul	Lernziele, Hauptthemen	Startdatum / Abgabedatum	Betreuer
Teil 1	Studienarbeit 1: «Werbekampagne Swisscom» Praxisaufgabe im Nachfeld zum Stoff von Teil 1: Strategie, Konzeption und Umsetzung einer Kampagne. Inkl. PDF-Präsentation. Wird mit Laptop der Text Akademie präsentiert.	Start: Sa., 22. Juni 2024 Abgabe Datei über Upload: Mo., 30. September 2024 Abgabe PDF der Präsentation per Mail: Do., 17. Oktober 2024 Präsentation: Fr., 18. Oktober 2024	Katja Wölfel
Teil 2	Studienarbeit 2: «UX Writing» Praxisaufgabe im Nachfeld zum Stoff von Teil 2: Abfassen von UX-optimierten Webtexten.	Start: Sa., 31. August 2024 Abgabe: Mo., 21. Oktober 2024	Antonia Bekiaris Kira Leuthold