

FORSCHUNGSSTELLE
SPRACHE

IN STORYTELLING UND
CONTENT MARKETING

STIFTUNG SCHWEIZERISCHE
TEXTAKADEMIE

SPRACHE UND MULTIMEDIA
TEXTEN FÜR KI & CHATBOTS
CORPCOM UND MARKETING

CAS Marketing Writer – UX Writing

Texten, Redigieren und Gestalten für Digital Business und Print

Programmplan

CAS MarkWr-24
Version 14 / 11.02.2019



CAS Marketing Writer – Texterin/Texter Nr. 24

Programmplan / Version 14 vom 11. Februar 2019 / letzte Bearbeitung: RKO

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
<p>Teil 1: Sprache und Usability 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>Theorie 1: 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>Theorie 2: 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>Mittwoch, 26. Juni 2019</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p>Technopark 8005 Zürich</p>	Teil 1	

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>Theorie 3: Sozialtechniken der Marketingkommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufmerksamkeit erregen • den Blick der Nutzer lenken • die Rezeption der Marketingbotschaft sichern <p>Praxis 1: 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 Werbeinse-rats anhand der Copyplattform)» (ein eigener Laptop ist von Vorteil) • Kreative Umsetzungsideen und Konzepthierarchie 	<p>Donnerstag, 27. Juni 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich</p>	Teil 1	Katja Wölfel Senior Copywriter
	1 / total 3	<p>Praxis 2: Von bewegenden Ideen; Fallstudie/praktische Arbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Der relevante Verbrauchernutzen: zu Beobachtungen und Insights ○ Workshop: Wie man zu relevanten Botschaften kommt (ein eigener Laptop von Vorteil) ○ FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> ○ Beginn der Arbeit an der Fallstudie ○ Coaching durch die Dozenten ○ FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> ○ Zwischenpräsentation und Zwischenbesprechung 	<p>Freitag, 28. Juni 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich</p>	Teil 1	Katja Wölfel Senior Copywriter

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
	1 / total 4	Praxis 3: Fertigstellung und Coaching <ul style="list-style-type: none"> • 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, 29. Juni 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich	Teil 1	Katja Wölfel Senior Copywriter
E-Classtest 1	0,5 / total 4,5	Aufgabe: Analyse und Optimierung eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 5. Juli 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Tutorin: Julia Diezinger Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 2	0,5 / total 5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 12. Juli 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Tutorin: Julia Diezinger Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 3	0,5 / total 5,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Onlineinserats	Freitag-Abend, 9. August 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Tutorin: Julia Diezinger Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 4	0,5 / total 6,0	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Flyers für den Einsatz im Kundenkontakt	Freitag-Abend, 16. August 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Tutorin: Julia Diezinger 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 2.1: Vertiefung: UX Writing Dieser Teil vertieft die Kenntnisse in UX Writing.	1 / total 7	Theorie 4: 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 Vertiefung 1: Usability, User Experience und UX Writing in der Praxis <ul style="list-style-type: none"> User Experience aus heutiger Sicht Trends und Best Practice im UX Writing Interface Design (Web und Apps) aktuelle Anwendungsbeispiele 	Freitag, 6. September 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich	Teil 2	Simon Kümin UX Writer
Teil 2.2: Vertiefung: Sozialtechniken 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 8	Vertiefung 1: Darstellungsformen der Werbekommunikation <ul style="list-style-type: none"> das Werbeeinset und seine Bestandteile Headlines und Copys im Zusammenspiel Usability bei der Headline-Bild-Mechanik im Werbeeinset (und in anderen Formaten der Marketing- sowie Webkommunikation) Usability, User Experience und Interaktion in webgestützten Texten Vertiefung 3: 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, 13. September 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich	Teil 2	Christian Sidow Texter/Konzepter

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
E-Classtest 5	0,5 / total 9,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbebriefs/Directmails	Freitag-Abend, 13. September 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Tutorin: Julia Diezinger Silke Landtwing Mathias Held
	1/ total 9	Vertiefung 4: 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 Vertiefung 5: Storytelling in der Marketingkommunikation <ul style="list-style-type: none"> Wortspiele und -reime Kreative Grundlagen des Storytellings Werbegeschichten und Brand Stories: dos und dont's 	Freitag, 20. September 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich	Teil 2	Simon Libsig Autor, Slam-Poet, Kolumnist
E-Classtest 6	0,5 / total 11	Aufgabe: Konzeption und Texten eines klassischen Webtextes	Freitag-Abend, 27. September 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Tutorin: Julia Diezinger Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 7	0,5 / total 12,5	Konzeption und Texten eines Advertorials (Publireportage)	Freitag-Abend, 4. Oktober 2019 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Tutorin: Julia Diezinger 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 2.3: 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 10,5	Vertiefung 6: Sprachliche Erfordernisse in Web- und Social Media-Texten <ul style="list-style-type: none"> • Optimale Rezeption von Webtexten: Usability und inhaltliche Strukturierung • der Aufbau von Webtexten gemäss AIDA • strategisches Texten fürs Web: Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung • Navigationselemente, Tags und Metatags Präsentation: FALLSTUDIE (Teilnahme obligatorisch) Würdigung und Diskussion der Studienarbeit 1	Freitag, 4. Oktober 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich Nachmittag: Swisscom-Tower Hardturmstrasse 3, Zürich 13.30-17.00 Uhr	Teil 2	Clint Reichenbach (Senior Marketing Manager, Swisscom)
Teil 2.4: Vertiefung Podcast	1/ total 12	Herstellung von Podcasts – dein Text als Hördatei <ul style="list-style-type: none"> • sprachliche Anforderungen an Hörtexte • Elemente des Radiospots Vodcast / Podcast	Freitag, 25. Oktober 2019 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich	Teil 2	Marcel Hähni Radio-Kolumnist, Medien- und Kommunikationstrainer

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 13,5	Halbtag 1: Schriftliche Teilprüfung 1 (2.5 Std.) Halbtag 2: Schriftliche Teilprüfung 2 (2.5 Std.) Halbtag 2: Fachprüfung (1 Std.)	Freitag, 1. November 2019 09.00-11.30 Uhr 13.00-15.30 Uhr 16.00-17.00 Uhr Technopark 8005 Zürich	Teil 3	Expertenteam der Text Akademie
Abschlussabend: Freitag, 22. November 2019					

Teil / Modul	Lernziele, Hauptthemen	Startdatum / Abgabedatum	Betreuer
Teil 1	Studienarbeit 1: «Werbekampagne» 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., 29. Juni 2019 Abgabe Booklet und Datei: Mo., 30. September 2019 Abgabe PDF der Präsentation: Do., 10. Oktober 2019 Präsentation: Fr., 11. Oktober 2019	Katja Wölfel mit Franco Item
Teil 2	Studienarbeit 2: «UX Writing» Praxisaufgabe im Nachfeld zum Stoff von Teil 2: Abfassen von UX-optimierten Webtexten	Start: Fr., 30. August 2019 Abgabe: Mo., 14. Oktober 2019	Simon Kümin