

**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

Plus Dual Degree Texterin/Texter mit Berufsprüfung  
zum eidg. Fachausweis

## Programmplan

CAS MarkWr-30  
Version 1 / 21.01.2022



## CAS Marketing Writer – UX Writing Nr. 30

Programmplan / Version 1 vom 21.01.2022 / 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><b>Teil 1.1:</b></p> <p><b>Sprache in Marketing und Werbung</b></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><b>Einführung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in den Lehrgang</li> <li>• Lehrmittel und E-Classroom</li> </ul> <p><b>Instrumente zur Analyse der Ausgangslage/Grundlagen der Produktpositionierung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelle der Marketingkommunikation</li> <li>• Anwendung ausgewählter Modelle zur strategischen Planung von persuasiven Texten</li> </ul> <p><b>Funktionsweise von persuasiven Texten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textpsychologie und -wirkung</li> <li>• Instrumente der Persuasion und Argumentation in persuasiven Texten</li> <li>• Strategien der Marketingkommunikation und ihre Umsetzung im Text</li> </ul>	<p>Mittwoch, 22. Juni 2022</p> <p>09.00-12.30 Uhr</p> <p>13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark</b> <b>8005 Zürich</b></p>	<b>Teil 1</b>	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	<b>Sozialtechniken der Marketingkommunikation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufmerksamkeit erregen</li> <li>• den Blick der Nutzer lenken</li> <li>• die Rezeption der Marketingbotschaft sichern</li> </ul> <b>Von guten Ideen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Einführung in den „kreativen Sprung“ als Grundlage von kreativer Werbung</li> <li>• Zur Strategie hinter einer guten Idee</li> <li>• Workshop «Analyse und Optimierung eines Werbeinserats anhand der Copyplattform»)» (ein eigener Laptop ist von Vorteil)</li> <li>• Kreative Umsetzungsideen und Konzepthierarchie</li> </ul>	Donnerstag, 23. Juni 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>	Teil 1	Mathias Held Marketing-Spezialist / Der Kreis  Katja Wölfel Senior Copywriter
	1 / total 3	<b>Von bewegenden Ideen; Fallstudie/praktische Arbeit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der relevante Verbrauchernutzen: zu Beobachtungen</li> <li>• Insights</li> <li>• Workshop: Wie man zu relevanten Botschaften kommt</li> <li>• (ein eigener Laptop von Vorteil)</li> </ul> FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beginn der Arbeit an der Fallstudie</li> <li>• Coaching durch die Dozenten</li> </ul> FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwischenpräsentation und Zwischenbesprechung</li> </ul>	Freitag, 24. Juni 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>	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	<b>Fertigstellung und Coaching</b> FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> <li>Fertigstellung der Studienarbeit</li> <li>Coaching durch die Dozenten</li> </ul> FALLSTUDIE: <ul style="list-style-type: none"> <li>Schlusspräsentation und Schlussbewertung</li> </ul> Ausblick auf den weiteren Lehrgang: Studienarbeit bzw. Projektarbeit im eigenen Unternehmen	Samstag, 25. Juni 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>	<b>Teil 1</b>	Katja Wölfel Senior Copywriter  Clint Reichenbach (Senior Marketing Manager, Swisscom)
<b>Studienarbeit 1 Swisscom</b>		Start der Studienarbeit Swisscom	Ab Samstag, 25. Juni 2022 <b>www.eclassroom.ch</b>		Clint Reichenbach Swisscom
<b>E-Classtest 1</b>	0,5 / total 4,5	Aufgabe: Analyse und Optimierung eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 1. Juli 2022 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	Silke Landtwing Mathias Held
<b>E-Classtest 2</b>	0,5 / total 5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 8. Juli 2022 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	Silke Landtwing Mathias Held
<b>E-Classtest 3</b>	0,5 / total 5,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Onlineinserats	Freitag-Abend, 12. August 2022 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	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
Debriefing Teil 1		<b>Virtuelle Sprechstunde</b> Ihr habt die Möglichkeit, mit der Studienleitung über den Unterricht, Studienarbeiten oder E-Classroom-Tests zu sprechen. Teilnahme auf eigenem Wunsch	Mittwoch-Abend, 31. August 2022 20.00-21.00 Uhr <b>GoToWebinar</b>	Teil 1	Experte der Text Akademie
<b>Teil 2.1:</b> <b>Vertiefung: Usability, User Experience und UX Writing</b> Dieser Teil vermittelt die Grundlagen in UX Writing.	1 / total 6,5	<b>UX Writing Teil 1 - Usability, User Experience und UX Writing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsgeschichte und Grundprinzipien</li> <li>• Grundlagen der Usability und User Experience in Sprache und Gestaltung</li> <li>• Anwendungsmöglichkeiten nutzungsoptimierter Texte</li> </ul> <b>Usability, User Experience und UX Writing in der Praxis</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• User Experience aus heutiger Sicht</li> <li>• Content Strategie: Von der Produktdefinition bis zur Produktion</li> <li>• Interface Design (Web und Apps)</li> </ul>	Freitag, 2. September 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>	Teil 2	Fiona Tinner UX Writer / Futureworks AG
	1 / total 7,5	<b>UX Writing Teil 2 - Usability, User Experience und UX Writing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Text-Konzept und Strategie</li> <li>• Gliederung und Struktur im UX Writing</li> <li>• Styleguide / Voice &amp; Tone</li> <li>• Optimierung der User Experience: SEO</li> <li>• A/B Testing: Inhalt optimieren</li> <li>• UX Workshop</li> </ul> <b>Lancierung der Studienarbeit 2 «UX Writing»</b>	Samstag, 3. September 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>	Teil 2	Fiona Tinner UX Writer / Futureworks AG
<b>Studienarbeit 2 UX Writing</b>		Start der Studienarbeit UX Writing	Ab Samstag, 3. September 2022 <b>www.eclassroom.ch</b>	Teil 2	Fiona Tinner Antonia Bekiaris

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
<p><b>Teil 2.3:</b> <b>Vertiefung: Darstellungsformen und Kreativität</b></p> <p>Dieser Teil vertieft ausgewählte Bereich des persuasiven Schreibens:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>theoretische Grundlagen der Kreativität und Kreativitätstechniken</li> <li>Erzählen von Werbegeschichten und Brand Stories</li> </ul>	1 / total 8,5	<p><b>Darstellungsformen der Werbekommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>das Werbeinserat und seine Bestandteile</li> <li>Headlines und Copsys im Zusammenspiel</li> <li>Usability bei der Headline-Bild-Mechanik im Werbeinserat (und in anderen Formaten der Marketing- sowie Webkommunikation)</li> <li>Usability, User Experience und Interaktion in webgestützten Texten</li> </ul> <p><b>Darstellungsformen der Marketingkommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Werbebrief, Direct Mails und weitere Formate des Marketings in Print und Online</li> <li>die AIDA-Formel als Grundlage eines wirksamen Werbebriefs, Direct Mails und Webtexts</li> <li>von Kurz- zum Langtext: Newsletter und Advertorial («Publireportage»)</li> </ul>	<p>Freitag, 09. September 2022</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b></p>	<b>Teil 2</b>	<p>Experte der Text Akademie</p> <p>Christian Sidow Texter/Konzepter</p>
<p><b>Teil 2.2:</b> <b>Vertiefung: UX/UI Design</b></p> <p>Dieser Teil vermittelt die Grundlagen in UX Design.</p>	1 / total 9,5	<p><b>UX/UI Design</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was ist UX Design?</li> <li>UX Design Prozesse</li> <li>UX Design Methoden (Übungen)</li> <li>Gestaltungsprinzipien</li> <li>Reflexion</li> </ul>	<p>Samstag, 10. September 2022</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b></p>	<b>Teil 2</b>	<p>Marco Huber (UX/UI Designer, dreipol GmbH)</p>
E-Classtest 4	0,5 / total 10	Aufgabe: UX Writing	<p>Freitag-Abend, 16. September 2022</p> <p>18.30-22.00 Uhr</p> <p><a href="http://www.eclassroom.ch">www.eclassroom.ch</a></p>	<b>Teil 2</b>	<p>Silke Landtwing Mathias Held</p>

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 10,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Flyers für den Einsatz im Kundenkontakt	Freitag-Abend, 23. September 2022 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Tell 1	Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 6	0,5 / total 12	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbebriefs/Directmails	Freitag-Abend, 30. September 2022 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Tell 2	Silke Landtwing Mathias Held
E-Classtest 7	0,5 / total 13,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines klassischen Webtextes	Freitag-Abend, 7. Oktober 2022 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Tell 2	Silke Landtwing Mathias Held
<b>Tell 2.4:</b> <b>Vertiefung Web Writing und SEO</b> Dieser Teil vertieft im Anschluss an die Vertiefung UX Writing die Kenntnisse in Web Writing und Suchmaschinenoptimierung (SEO).	1 / total 11,5	<b>Suchmaschinenoptimierung (SEO – strategisches Texten für Webseiten)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SEO und Webseiten-Struktur</li> <li>• Keyword-Strategie und -Findung</li> <li>• Content-Optimierung: Meta-Angaben im Quelltext</li> </ul> <b>Präsentation:</b> FALLSTUDIE (Teilnahme obligatorisch) Würdigung und Diskussion der Studienarbeit 1	Freitag, 14. Oktober 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>  <b>Nachmittag:</b> <b>Swisscom, Maschinenstrasse 10, 8005 Zürich</b> 13.30-17.00 Uhr	Tell 2	Asta Breitenmoser (Texterin, SEO-Spezialistin)  Clint Reichenbach (Senior Marketing Manager, Swisscom)

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 13	<b>Kreativität als Grundlage einer jeden erfolgreichen Marketingkommunikation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Grundlagen von Kreativität</li> <li>• Ideenfindung und Kreativitätstechniken in der Praxis</li> <li>• Humor und Pointe in der Werbegeschichte</li> <li>• Brand Stories</li> </ul> <b>Storytelling in der Marketingkommunikation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wortspiele und -reime</li> <li>• Kreative Grundlagen des Storytellings</li> <li>• Literarisches Schreiben</li> </ul>	Freitag, 21. Oktober 2022 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark Zürich / GoToWebinar</b>	Teil 2	Andri Perl Schriftsteller, Dramaturg
Debriefing Teil 2		<b>Virtuelle Sprechstunde</b> Ihr habt die Möglichkeit, mit der Studienleitung über den Unterricht, Studienarbeiten oder E-Classroom-Tests zu sprechen. Teilnahme auf eigenen Wunsch	Donnerstag-Abend, 27. Oktober 2022 20.00-21.00 Uhr <b>GoToWebinar</b>	Teil 2	Experte der Text Akademie
E-Classtest 8	0,5 / total 14	Konzeption und Texten eines Advertorials (Publireportage)	Freitag-Abend, 28. Oktober 2022 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	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
<b>Teil 3:</b> <b>CAS-Prüfungen</b> 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 15	Halbtag 1: Schriftliche Teilprüfung 1 (2.5 Std.) Halbtag 2: Schriftliche Teilprüfung 2 (2.5 Std.) Halbtag 2: Fachprüfung (1 Std.)	Freitag, 4. November 2022 09.00-11.30 Uhr 13.00-15.30 Uhr 16.00-17.00 Uhr <b>GoToWebinar</b>	<b>Teil 3</b>	Expertenteam der Text Akademie
Abschlussabend: Freitag, 25. November 2022					

## 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., 25. Juni 2022 Abgabe Booklet und Datei: Mo., 26. September 2022 Abgabe PDF der Präsentation: Do., 13. Oktober 2022 Präsentation: Fr., 14. Oktober 2022	Katja Wölfel / Clint Reichenbach
Teil 2	Studienarbeit 2: «UX Writing» Praxisaufgabe im Nachfeld zum Stoff von Teil 2: Abfassen von UX-optimierten Webtexten.	Start: Sa., 3. September 2022 Abgabe: Mo., 24. Oktober 2022	Antonia Bekiaris