

**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-27  
Version 23 /22. Okt. 2020



## CAS Marketing Writer – UX Writing Nr. 27

Programmplan / Version 23 vom 22. Okt. 2020 / 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>Theorie 1:</b> Instrumente zur Analyse der Ausgangslage/Grundlagen der Produktpositionierung:</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>Theorie 2:</b> Funktionsweise von persuasiven Texten</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, 2. Dezember 2020</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	<p><b>Theorie 3:</b> Sozialtechniken der Marketingkommunikation:</p> <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> <p><b>Praxis 1:</b> Von guten Ideen</p> <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>	<p>Donnerstag, 3. Dezember 2020</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark 8005 Zürich</b></p>	<b>Teil 1</b>	<p>Mathias Held</p> <p>Marketing-Spezialist / Der Kreis</p> <p>Katja Wölfel</p> <p>Senior Copywriter / Branders Group AG</p>
	1 / total 3	<p><b>Praxis 2:</b> Von bewegenden Ideen; Fallstudie/praktische Arbeit</p> <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> <p>FALLSTUDIE:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beginn der Arbeit an der Fallstudie</li> <li>• Coaching durch die Dozenten</li> </ul> <p>FALLSTUDIE:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwischenpräsentation und Zwischenbesprechung</li> </ul>	<p>Freitag, 4. Dezember 2020</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark 8005 Zürich</b></p>	<b>Teil 1</b>	<p>Katja Wölfel</p> <p>Senior Copywriter / Branders Group AG</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	<b>Praxis 2:</b> Fertigstellung und Coaching  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, 5. Dezember 2020  09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr  <b>Technopark            8005 Zürich</b>	<b>Teil 1</b>	Katja Wölfel Senior Copywriter / Branders Group AG
<b>E-Classtest 1</b>	0,5 / total 4,5	Aufgabe: Analyse und Optimierung eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 11. Dezember 2020  18.30-22.00 Uhr  <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	Tutorin: Julia Dieziger Silke Landtwing Mathias Held
<b>E-Classtest 2</b>	0,5 / total 5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbeinserats	Freitag-Abend, 8. Januar 2021  18.30-22.00 Uhr  <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	Tutorin: Julia Dieziger Silke Landtwing Mathias Held
<b>E-Classtest 3</b>	0,5 / total 5,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Onlineinserats	Freitag-Abend, 15. Januar 2021  18.30-22.00 Uhr  <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	Tutorin: Julia Dieziger 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 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>Theorie 4:</b> UX Writing Teil 1 - Usability, User Experience und UX Writing <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>Vertiefung 1:</b> Usability, User Experience und UX Writing in der Praxis <ul style="list-style-type: none"> <li>• User Experience aus heutiger Sicht</li> <li>• Trends und Best Practice im UX Writing</li> <li>• Interface Design (Web und Apps)</li> <li>• aktuelle Anwendungsbeispiele</li> </ul>	Freitag, 29. Januar 2021 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark            8005 Zürich</b>	<b>Teil 2</b>	Fiona Tinner UX Writer / Futureworks AG
	1 / total 7,5	<b>Vertiefung 1:</b> UX Writing Teil 2 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept und Interaction Design</li> <li>• Visual Design: Typografie</li> <li>• Code und Growth Hacking</li> </ul> <b>Praxis 3: Prototyping</b>	Samstag, 30. Januar 2021 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark            8005 Zürich</b>	<b>Teil 2</b>	Fiona Tinner UX Writer / Futureworks AG
<b>E-Classtest 4</b>	0,5 / total 8	Aufgabe: UX Writing	Freitag-Abend, 12. Februar 2021 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 1</b>	Tutorin: Julia Dieziger Silke Landtwin Mathias Held

Teil, Titel, Inhaltsübersicht	Präsenz- und Kontaktunterricht in Tagen	Lernziele, Hauptthemen	Unterrichts-Termine Ort des Unterrichts	Teil (Modul)	Dozenten und Examinatoren alphabetisch
<p><b>Teil 2.2:</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 9	<p><b>Vertiefung 2:</b> Darstellungsformen der Werbekommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Werbeinserat und seine Bestandteile</li> <li>• Headlines und Copys 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>Vertiefung 3:</b> Darstellungsformen der Marketingkommunikation</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, 19. Februar 2021</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark</b>  <b>8005 Zürich</b></p>	<b>Teil 2</b>	<p>Experte der Text Akademie</p> <p>Christian Sidow          Texter/Konzepter</p>
<p><b>Teil 2.3:</b>  <b>Vertiefung: Kreativität und Storytelling</b></p>	1/ total 10	<p><b>Vertiefung 4:</b> Kreativität als Grundlage einer jeden erfolgreichen Marketingkommunikation</p> <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> <p><b>Vertiefung 5:</b> Storytelling in der Marketingkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wortspiele und -reime</li> <li>• Kreative Grundlagen des Storytellings</li> <li>• Literarisches Schreiben</li> </ul>	<p>Freitag, 26. Februar 2021</p> <p>09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr</p> <p><b>Technopark</b>  <b>8005 Zürich</b></p>	<b>Teil 2</b>	<p>Experte der Text Akademie</p> <p>Andri Perl          Schriftsteller, Rapper</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, 5. März 2021 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 1	Tutorin: Julia Dieziger Silke Landtwing Mathias Held
<b>Teil 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>Vertiefung 6:</b> Sprachliche Erfordernisse in Web- und Social Media-Texten <ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimale Rezeption von Webtexten: Usability und inhaltliche Strukturierung</li> <li>• der Aufbau von Webtexten gemäss AIDA</li> <li>• strategisches Texten fürs Web: Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung</li> <li>• Navigationselemente, Tags und Metatags</li> </ul> <b>Präsentation:</b> FALLSTUDIE (Teilnahme obligatorisch) Würdigung und Diskussion der Studienarbeit 1	Freitag, 12. März 2021 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark</b> <b>8005 Zürich</b>  <b>Nachmittag: Swiscom-Tower</b> <b>Hardturmstrasse 3, Zürich</b> 13.30-17.00 Uhr	Teil 2	Experte der Text Akademie  Clint Reichenbach (Senior Marketing Manager, Swiscom)
E-Classtest 6	0,5 / total 12	Aufgabe: Konzeption und Texten eines Werbebriefs/Directmails	Freitag-Abend, 19. März 2021 18.30-22.00 Uhr www.eclassroom.ch	Teil 2	Tutorin: Julia Dieziger 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 2.5:</b> <b>Vertiefung: UX Design</b> Dieser Teil vermittelt die Grundlagen in UX Design.	1 / total 13	<b>Vertiefung 7: UX Design</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was ist UX Design?</li> <li>Strategie, Projektumfang und Funktionalitäten</li> <li>Struktur, Interface und Visual Design</li> <li>5 Phasen der Produkt-Entwicklung: Analyse, Strategie, Architektur, Interaktion und Ästhetik</li> <li>Dialoggestaltung: 7 Grundsätze</li> </ul> <b>Praxis 5: UX Design App Analyse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Best Practice</li> <li>Praxis-Arbeit: Analysiere deine Lieblings-App</li> </ul>	Freitag, 26. März 2021 09.00-12.30 Uhr 13.30-17.00 Uhr <b>Technopark</b> <b>8005 Zürich</b>	<b>Teil 2</b>	Johannes Hoffmann UX Designer / Soda Studios AG
<b>E-Classtest 7</b>	0,5 / total 13,5	Aufgabe: Konzeption und Texten eines klassischen Webtextes	Freitag-Abend, 9. April 2021 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 2</b>	Tutorin: Julia Dieziger Silke Landtwing Mathias Held
<b>E-Classtest 8</b>	0,5 / total 14	Konzeption und Texten eines Advertorials (Publireportage)	Freitag-Abend, 16. April 2021 18.30-22.00 Uhr <b>www.eclassroom.ch</b>	<b>Teil 2</b>	Tutorin: Julia Dieziger 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, 30. April 2021 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, 21. Mai 2021					

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., 5. Dezember 2020 Abgabe Booklet und Datei: Mo., 1. März 2021 Abgabe PDF der Präsentation: Do., 11. März 2021 Präsentation: Fr., 12. März 2021	Katja Wölfel / Clint Reichenbach
Teil 2	Studienarbeit 2: «UX Writing» Praxisaufgabe im Nachfeld zum Stoff von Teil 2: Abfassen von UX-optimierten Webtexten.	Start: Fr., 29. Januar 2021 Abgabe: Mo., 15. März 2021	Experte der Text Akademie