

KV BILDUNGS
ZENTRUM
LUZERN



INSTITUT FÜR
WEITERBILDUNG IWB

Dreilindenstrasse 20
Postfach
6000 Luzern 6

Telefon 041 417 16 00
Telefax 041 417 16 01

iwb@kbz.ch
www.kbz.ch

KOMMUNIKATIONSPLANER/IN MIT EIDG. FACHAUSWEIS

(EHEMALS PLANER/IN MARKETINGKOMMUNIKATION)
DETAILBROSCHÜRE

KOMMUNIKATIONSPLANER/IN MIT EIDG. FACHAUSWEIS

(EHEMALS PLANER/IN MARKETINGKOMMUNIKATION)



Als Kommunikationsplaner/in mit eidg. Fachausweis verfügen Sie über fundierte Kenntnisse in der Konzeption und der Erarbeitung von Kommunikationsmassnahmen. Das umfangreiche Fachwissen kombiniert mit Ihrer Erfahrung erhöht die Karrierechancen als Kommunikationsprofi.



INHALT

WERDEN SIE KOMMUNIKATIONSPROFI!	4
UNSERE METHODIK	4
DAS KURSZIEL	5
DIE KURSTEILNEHMER/INNEN	5
DIE ANFORDERUNGEN	5
DAS BERUFSBILD	6
DIE ZULASSUNGSBEDINGUNGEN	7
TRÄGER DER PRÜFUNG	8
PRÜFUNGSFÄCHER/PRÜFUNGSDAUER	9
PRÜFUNGSTERMIN	9
STRUKTUR DES LEHRGANGS	10
KURSDAUER/KURSZEITEN	11
FÄCHERVERTEILUNG	12
STOFFÜBERSICHT	13
DIE DOZENTINNEN UND DOZENTEN	17
KURSLEISTUNGEN	18
KURSORGANISATION/KOSTEN	18
IWB-ZERTIFIKAT	18
INFORMATIONSSABEND	19
ANMELDUNG/AUSKUNFT	19

WERDEN SIE KOMMUNIKATIONSPROFI!

Seit rund 10 Jahren bietet das INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB diesen Bildungsgang an. In sieben von neun Kursen erzielten die Absolventen/-innen überdurchschnittliche Ergebnisse an eidgenössischen Prüfungen. Diese Erfolge führen wir auf die vielschichtige Weiterbildung mit hohem Praxisbezug zurück, auf Dozierende, die engagiert ihr Know-how und ihre Erfahrung einbringen, und auf genügend Zeit, um die Theorie anhand von Fallbeispielen zu erproben.

Mit den steigenden Anforderungen im Kommunikationsbereich hat sich auch das Berufsbild gewandelt. Aus dem Werbeassistenten wurde der Planer Marketingkommunikation. Die grosse Reform im Marketingbereich brachte einen weiteren Namenswechsel mit sich. Seit 2009 ist die offizielle Bezeichnung Kommunikationsplanerin oder Kommunikationsplaner mit eidg. Fachausweis.

Das IWB vermittelt Ihnen in diesem Lehrgang nicht nur das notwendige Wissen für die eidg. Prüfung. Darüber hinaus legen wir Wert darauf, dass Sie auch in der Praxis die hohen Anforderungen erfüllen und mit dem erworbenen Wissen zu einem kompetenten Ansprechpartner in Sachen Kommunikation werden.

UNSERE METHODIK

Unsere Dozenten bieten Ihnen neben Grundlagenreferaten und Lehrgesprächen zur Vermittlung der notwendigen Theorie einen abwechslungsreichen Unterricht mit Gruppen- und Einzelübungen, Präsentationen, der Erarbeitung von Fallstudien und Gruppendiskussionen. Diverse Betriebsbesichtigungen helfen Ihnen, die Theorie mit der Praxis zu verknüpfen. Zu jedem Thema erhalten Sie ein umfassendes, mit Praxisbeispielen und Checklisten angereichertes Kompendium.

DAS KURSZIEL

Sie werden zu einem Profi im Kommunikationsbereich mit Schwerpunkten in der Planung und Realisierung von Werbung/Media/Produktion. Dabei legen wir einerseits Wert darauf, dass Sie in Ihrer täglichen Arbeit das Zusammenspiel der verschiedenen Kommunikationsinstrumente erfolgreich einsetzen können. Andererseits bereiten wir Sie optimal auf die Zertifikatsprüfung und auf die eidgenössische Berufsprüfung vor.

DIE KURSTEILNEHMER/INNEN

Der Bildungsgang richtet sich an Nachwuchskräfte in Werbe- und Marketingabteilungen oder in Dienstleistungsfirmen der Kommunikationsbranche, deren Ziel es ist, eine fundierte und praxisnahe Ausbildung in Kommunikation zu erhalten. Pro Lehrgang werden maximal 20 Teilnehmende zugelassen.

DIE ANFORDERUNGEN

Spätestens bei Kursbeginn sollten Sie in Werbung, Public Relations, Marketing, Direktmarketing oder Verkauf im Sinne der Prüfungsordnung als Sachbearbeiterin oder Sachbearbeiter auf administrativer bzw. kaufmännischer Ebene mit eigenständigem Arbeiten an konkreten Fachaufgaben tätig sein. Auch möglich sind grafische oder konzeptionelle Tätigkeiten in den genannten Bereichen. Im Zweifelsfall lohnt sich ein Beratungsgespräch mit der Lehrgangsgleiterin.

Unerlässlich ist aber auch Ihr persönlicher Einsatz. Die Anforderungen für den Erhalt des eidg. Fachausweises sind sehr hoch. Fehlende Berufserfahrung können Sie durch Ihre Lernbereitschaft wettmachen. Generell müssen Sie bereit sein, sich regelmässig und intensiv mit dem vermittelten Stoff auseinander zu setzen. Es ist wichtig, dass Sie sich für die Lerngruppe und für Einzelarbeiten genügend Freiraum schaffen können.

DAS BERUFSBILD

Die Kommunikationsplanerin bzw. der Kommunikationsplaner hat Grundkenntnisse der klassischen Werbung, kennt die Zusammenhänge der Kommunikationsinstrumente in einer integrierten Kommunikationsstrategie und arbeitet eng mit dem/der Werbe- resp. Kommunikationsleiter/in oder dem/der Berater/in zusammen. Mit der Berufsprüfung soll sich der/die Kommunikationsplaner/in über folgende beruflichen Fähigkeiten und Kenntnisse ausweisen:

- Mitarbeit bei der Grundlagenbeschaffung, Planung und Koordination der beschlossenen Massnahmen, von der Realisation bis zur Auslieferung und Kontrolle bei sämtlichen geplanten Medien und Mitteln.
- Mitarbeit bei der Organisation und Durchführung von Public-Relations-, Event- und Sponsoring-, Direktmarketing- und Verkaufsförderungs-Projekten sowie Überwachung der Einhaltung von Zeitplänen und Budgets.
- Kontaktpflege zu internen und externen Partnern der Marktforschung, Gestaltung, Realisation, Produktion und Media.
- Kenntnisse der Techniken der Produktionsvorstufe, der Produktion sowie der Herstellung, der Medienplanung und deren Einsatzmöglichkeiten sowie der werberechtlichen Aspekte.
- Fachlich richtige, verständliche und fehlerfreie Ausdrucksweise in mündlicher und schriftlicher Form.

DIE ZULASSUNGSBEDINGUNGEN

Zur eidgenössischen Prüfung wird zugelassen, wer die MarKom Zulassungsprüfung oder eine gleichwertige Prüfung innerhalb der letzten 5 Jahre bestanden hat und

- a) über mindestens 2 Jahre Berufspraxis in den Bereichen Werbung, Public Relations, Marketing, Verkauf oder Direktmarketing verfügt und den Nachweis einer der nachstehenden Ausbildungen erbringt:
 - eidgenössisches Fähigkeitszeugnis als Kauffrau/Kaufmann
 - mindestens 3-jährige Grundbildung in einem grafischen Beruf
 - mindestens 3-jährige Grundbildung in einem Verkaufsberuf
 - Diplom einer vom BBT anerkannten Handelsmittelschule
 - Diplom einer kantonal anerkannten, mindestens 3-jährigen Diplom-Mittelschule
 - Maturität (alle Typen)
 - Diplom einer Höheren Fachprüfung für kaufmännische Berufe
 - Abschluss einer Hochschule oder Fachhochschule im kaufmännischen Bereich
 - Fachausweis für PR-Fachleute, Marketingfachleute, Verkaufsfachleute, Direktmarketing-Fachleuteoder
- b) über mindestens 3 Jahre Berufspraxis in den Bereichen Werbung, Public Relations, Marketing, Verkauf oder Direktmarketing verfügt.

Über die Gleichwertigkeit von ausländischen Ausweisen und Diplomen entscheidet das BBT.

Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Kandidatin oder dem Kandidaten mindestens drei Monate vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid enthält eine Begründung und nennt die Rechtsmittelbelehrung.

Der Besuch und Abschluss einer Tagesschule mit einem mindestens sechsmonatigen Praktikum in den Bereichen Werbung, Kommunikation oder PR wird als Praxis anerkannt.

Kandidatinnen und Kandidaten, die eine andere eidgenössische Berufsprüfung bestanden haben, welche die MarKom Zulassungs-

prüfung obligatorisch voraussetzt, müssen letztere nicht wiederholen.

Stichtag bezüglich der Nachweisdauer ist der Beginn der Prüfung. Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr.

Im Zweifelsfalle empfehlen wir, die Zulassung zur Berufsprüfung vor Beginn des Vorbereitungskurses abzuklären. Weitere Informationen erteilt:

Prüfungssekretariat
Schweizer Werbung (SW/PS/FRP)
Kappelergasse 14
Postfach
8022 Zürich
Tel. 044 211 23 24
Fax 044 211 80 18
info@werbbepruefungen.ch
www.sw-ps.ch

TRÄGER DER PRÜFUNG

Folgende Berufsverbände bilden die Trägerorganisation der Berufs- und Höheren Fachprüfung:

- Schweizer Werbung (SW/PS)
- Fédération romande de publicité et de communication (FRP)

Die Organisationen sind in den jeweiligen Prüfungskommissionen vertreten. Die Tätigkeit wird durch das BBT, Bundesamt für Berufsbildung und Technologie, überwacht. Die Prüfung findet in der Regel jährlich statt.

PRÜFUNGSFÄCHER/PRÜFUNGSDAUER

Die Prüfung ist schriftlich und mündlich und umfasst die nachstehenden Fächer:

	Schriftlich Stunden	Mündlich Minuten
HAUPTFÄCHER		
Kommunikationsplanung/ Integrierte Kommunikation	4	25
Produktion	4	25
Media	4	25
NEBENFACH		
Werberecht/Werbewirtschaft	½	
TOTAL	12 ½	ca. 75

PRÜFUNGSTERMIN

Die Berufsprüfung findet in der Regel jedes Jahr im März/April statt und wird gesamtschweizerisch von der Prüfungskommission gemäss dem vom BBT genehmigten Prüfungsreglement durchgeführt.

STRUKTUR DES LEHRGANGS

KURSTEIL	DAUER	WANN	WAS	PRÜFUNGEN	TERMINE PRÜFUNGEN
Vorbereitungskurs <i>(für alle, die noch nicht über die MarKom Zulassungsprüfung verfügen)</i>	1 Semester	Start: Januar 2010/ August 2010, jeweils Dienstag und Donnerstag	Vorbereitungskurs für MarKom Zulassungsprüfung	MarKom Zulassungsprüfung	August 2010/ Januar 2011
Hauptkurs	3 Semester	Start: Oktober 2010, 1. Semester: jeweils Mittwoch und Samstag 2. und 3. Semester: jeweils Dienstag und Samstag	Hauptkurs zur Vorbereitung auf Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis	Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis	März/ April 2012

KURSDAUER/KURSZEITEN

DAUER

Vorbereitungskurs MarKom:
1 Semester (total ca. 142 Lektionen)

Hauptkurs:
3 Semester berufsbegleitend (total ca. 560 Lektionen)

BEGINN HAUPTKURS

Jeweils Mitte Oktober

KURSTAGE/-ZEITEN

1. Semester:
Jeweils Mittwoch, 17.45–21.00 Uhr/
Samstag, 8.00–11.30/13.10 Uhr

2. und 3. Semester:
Jeweils Dienstag, 17.45–21.00 Uhr/
Samstag, 8.00–11.30/13.10/16.00 Uhr

INTENSIVSEMINAR

3. Semester, 7½ Tage (obligatorisch)

1. Teil, 2 Tage (intern):
– schriftliche Probeprüfungen

2. Teil, 4 Tage (extern):
– Fallbesprechung Probeprüfung
– Fachrepetition
– Prüfungstechnik
– Prüfungspsychologie
– Stressbewältigung

3. Teil, 1½ Tage (intern):
– mündliche Probeprüfungen

FÄCHERVERTEILUNG

Lektionen zu 45 Minuten

SEMESTER	FÄCHER
1. und 2. Semester	– Kommunikationsplanung/ Integrierte Kommunikation – Produktion – Media – Werberecht und Werbewirtschaft – Rhetorik/Präsentationstechnik
3. Semester	– Vertiefung/Repetition aller Fächer – Refresher Marketinggrundlagen – Vorbereitung auf die Prüfung Prüfungen (obligatorisch) – Zwischenprüfung (s) 1. Semester – Zwischenprüfung (s) 2. Semester – Probeprüfung (s und m) 3. Semester

Legende: s = schriftliche Prüfungsfächer, m = mündliche Prüfungsfächer

Änderungen bleiben vorbehalten.

Das Detailprogramm erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer jeweils ca. 4 Wochen vor Semesterbeginn.

STOFFÜBERSICHT

Basis Prüfungswegleitung

HAUPTFÄCHER

KOMMUNIKATIONSPLANUNG/INTEGRIERTE KOMMUNIKATION (PRÜFUNGSDAUER: SCHRIFTLICH 4 STUNDEN/ MÜNDLICH 25 MINUTEN)

- Grundlegende Kenntnisse über das Marketing und dessen Instrumente.
- Möglichkeiten der Datenbeschaffung sowie die Erhebungsmethoden der Marktforschung und ihre Einsatzmöglichkeiten aufzeigen. Kenntnisse über die Sekundärdatenquellen wie IHA, Nielsen, WEMF usw. und deren Interpretation erklären.
- Einsatzmöglichkeiten der Kommunikationsinstrumente wie die klassische Werbung, die Verkaufsförderung, das Direkt Marketing, die Public Relations, die Verkaufsförderung, das Internet sowie Sponsoring, Events und Messen und deren Zusammenwirken kennen.
- Die Kommunikationsinstrumente im Rahmen eines Konzeptes richtig einsetzen.
- Ergänzung klassischer Werbemaßnahmen durch Massnahmen in angrenzenden Bereichen (z. B. VF, POS, PPR, Event, Sponsoring, Internet, Messen usw.).
- Erstellen einer Kommunikations- bzw. Werbestrategie und des entsprechenden Konzeptes.
- Fehlende oder unvollständige Inhalte einer Kommunikationsstrategie erkennen und sinnvoll ergänzen.
- Zielgruppen für die klassische Werbung bzw. andere Kommunikationsinstrumente beschreiben bzw. unvollständige Zielgruppen ergänzen.
- Definition einer aussagekräftigen Positionierung.
- Werbeziele bzw. Ziele für andere Kommunikationsinstrumente formulieren.
- Inhalte einer Copyplattform kennen.
- Briefings an agentur- oder betriebsinterne Spezialisten wie z. B. Gestalter, Texter, Mediaplaner usw. erstellen.
- Formulierung von Briefings an externe Spezialisten wie z. B. Illustratoren, Fotografen oder an Spezialisten aus den Bereichen PR, VF, Messebau, Verpackung, Screendesign usw.

- Beurteilen und Bewerten von vorliegenden Massnahmen, inkl. Verbesserungsvorschlägen.
- Massnahmenvorschläge weiterentwickeln, verfeinern, ergänzen, bewerten.
- Festlegen der Umsetzungsschritte ab Präsentation für die vorgesehenen Massnahmen bezüglich Reihenfolge, Dauer, Zuständigkeiten usw., exkl. Erstellung von Produktions- und/oder Mediaplänen.
- Erstellen von Kommunikationsbudgets, Gewichtung und Verteilung der Mittel auf die verschiedenen Instrumente.
- Honorierungsmodelle und Spezialistenansätze kennen sowie zeitliche Koordination der verschiedenen Kommunikationsmassnahmen aufzeigen.
- Zeitliche Koordination der verschiedenen Kommunikationsmassnahmen aufzeigen.

PRODUKTION

**(PRÜFUNGSDAUER: SCHRIFTLICH 4 STUNDEN/
MÜNDLICH 25 MINUTEN)**

- Arbeitsabläufe und -mittel bei der Gestaltung, der Vorlagenerstellung und Datenübermittlung im Printbereich kennen.
- Erstellen von Briefings, Offertanfragen und Aufträgen an interne und externe Partner wie Gestalter, Fotografen, Texter, Übersetzer usw.
- Aktuelle Produktionsmittel und Arbeitsabläufe in der Vorstufe kennen und über deren Anwendung Bescheid wissen.
- Unterschiede der Produktionsmittel im Printbereich aufzeigen und diese auch richtig einsetzen.
- Produktionsmöglichkeiten auch in den Bereichen Direkt Marketing, Messebau und Verkaufsförderung (POS) kennen.
- Produktionsabläufe, Qualitätsmerkmale und Unterschiede bei den AV- und elektronischen Medien wie TV/Kinospots, Internet etc. kennen.
- Erstellen von Briefings, Offertanfragen und Aufträgen an die entsprechenden Produzenten im Print-, Mailing-, Verpackungs-, AV- und elektronische Medien-, sowie dem Messe-Bereich.
- Offerten auf ihre Richtigkeit und Attraktivität prüfen, vergleichen und Empfehlung abgeben.
- Qualitätsbeurteilungen bei vorliegenden Produkten und Produktionen.

- Einige mögliche Auftragnehmer aus den wichtigsten Bereichen kennen.
- Termin- oder Ablaufpläne mit den entsprechenden Schritten, dem notwendigen Zeitbedarf und den Zuständigkeiten erstellen können.

MEDIA

**(PRÜFUNGSDAUER: SCHRIFTLICH 4 STUNDEN/
MÜNDLICH 25 MINUTEN)**

- Kenntnisse der Medienlandschaft und ihre Besonderheiten.
- Medienforschungen der einzelnen Mediagattungen sowie deren methodischen Eckpfeiler kennen und interpretieren zu wissen.
- Kenntnisse der Werbemittelforschung bzw. Werbewirkungsforschung.
- Inhalte einer Mediakonzeption kennen und Mediakonzepte aufgrund eines bestehenden Kommunikationskonzeptes erarbeiten.
- Mediastrategie-Modelle kennen, erklären können und Konsequenzen auf die Medienwahl und den Medieneinsatz ableiten.
- Kommunikationszielgruppen in Mediazielgruppen umwandeln, sowohl soziodemografisch, psychografisch wie auch konsumbezogen.
- Quantitative und qualitative Mediaziele entsprechend den Kommunikationszielen ableiten und begründen.
- Kriterien für einen Intermediavergleich kennen und einen solchen auch entsprechend aufstellen können.
- Einsatzmöglichkeiten der Medien kennen und berechnen.
- Online und Offline-Planungsinstrumente (z. B. Media-Computerläufe) kennen und einsetzen können.
- Dokumentationen der einzelnen Medien und Angebote lesen und richtig einsetzen.
- Konkrete Kosten- und Einsatzberechnungen erstellen.
- Verschiedene Kontrollmöglichkeiten kennen und interpretieren.
- Key Players im Schweizer Medienmarkt kennen und wissen, was für Informationen, Planungsdaten wie auch Serviceleistungen von ihnen erhältlich sind.

NEBENFACH

WERBERECHT UND WERBEWIRTSCHAFT

(PRÜFUNGSDAUER: SCHRIFTLICH 30 MINUTEN)

- Internationale und nationale Organisationen sowie Verbände aufzählen und beschreiben.
- Allgemeine Geschäftsbedingungen beschreiben und erklären.
- Rabatte, Kommissionen erläutern und begründen.
- Arbeitsgrundsätze und Honorarordnungen beschreiben und interpretieren.
- Werbestatistik (allgemeine Kenntnisse) beschreiben und interpretieren.
- Gebot der Wahrheit, Verbote der Irreführung und Herabsetzung erklären und erläutern.
- Gerichte und Selbstkontrolle benennen und erklären.
- Begriff des Werkes erklären und erläutern sowie deren Schutzdauer benennen.
- Verwendung von Werken in der Werbung erklären und erläutern.
- Rechte an Name, Bild, Stimme erklären und aufzeigen.
- Privat- und Öffentlichkeitssphäre sowie deren Anwendung in der Werbung erklären, erläutern, interpretieren und unterscheiden.
- Werbeverbote für Heilmittel, Alkohol, Tabak benennen und beschreiben.
- Schranken bei Lotterien, Preisbekanntgabe erklären und erläutern.
- Schranken bei Radio und Fernsehen benennen, erklären und erläutern.
- Schranken bei der Aussenwerbung benennen, erklären und erläutern.

Zusätzlich bietet das IWB einen Refresher zur Aufarbeitung der Marketinggrundlagen an:

- Kenntnisse über das Marketingsystem, die Marketinginstrumente und deren Zusammenhänge.
- Vertiefte Kenntnisse über die Aufgaben und Ziele der Marketingkommunikation als Instrument des Marketingsystems.
- Kenntnisse über die Grundlagen der Marktforschung, der Beschaffung und der Interpretation von Basisdaten.

DIE DOZENTINNEN UND DOZENTEN

Damit Sie möglichst viel für Ihre Arbeit profitieren, dozieren in diesem Bildungsgang ausgewiesene Profis aus der Praxis. Das garantiert Ihnen in jedem Fach fundiertes Wissen verbunden mit aktuellsten Tipps und Trends. Im neuen Lehrgang wirken folgende Dozentinnen und Dozenten mit:

INTEGRIERTE

KOMMUNIKATION

Direkt Marketing:	Eduard Häusler, Schweizer Agrarmedien GmbH
Verkaufsförderung/ Messe-Marketing:	Sandra Rogger, Marketingplanerin/ Ausbilderin mit eidg. Fachausweis
Sponsoring/Events:	Christine Brodbeck, eidg. dipl. Kommunikationsleiterin
PR:	Andrea Rüedi-Diethelm, PR-Beraterin

KOMMUNIKATIONS- PLANUNG

Peter Rüeegger, Marketingleiter

MEDIA

Konzeption:	Beatrice Suter, KommunikationsWerkstatt GmbH
Print:	Cesare Patella, Publicitas AG
Aussenwerbung:	Gabriela Berger/Massimo Bonotto, APG Affichage
Radio:	Claudia Sieber, mediapro GmbH
TV:	Daniel Bigler, Publisuisse SA
Kino:	Daniel Huber, Cinecom/Publicitas AG
Internet:	Markus Schärer, Web 2.0-Experte
Leserschaftsforschung:	Urs Wolfensberger, WEMF

PRODUKTION

Print:	Christoph A. Hug, Carpentier AG
Prepress/Internet:	Andreas Hnilicka, Nc AG
Verpackung:	Marcel Melion, SCA Packaging AG
AV-Medien:	Ralph Eichenberger, Szenografie

WERBERECHT

Dr. iur. Yvette Kovacs, Advokaturbüro Kovacs

WERBEWIRTSCHAFT

Peter Gilli, Agon Marketing-Service GmbH

MARKETING- REFRESHER

Marianne Klaus, Medela AG

MODERATION/ PRÄSENTATION:

Andrea Helfenstein Kopp, Erwachsenenbildnerin

KURSLEISTUNGEN

- ca. 560 Lektionen
- umfangreiche und praxisbezogene Kursdokumentation
- diverse Betriebsbesichtigungen
- Zwischenprüfungen und Probeprüfungen (obligatorisch)
- Standortbestimmung nach den Zwischenprüfungen
- Intensivseminar (ohne Hotelkosten)

KURSOrganisation/KOSTEN

TEILNEHMERZAHL

Maximal 20 Personen

KURSORTE

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20/Landenbergstrasse 37
Luzern

KURSKOSTEN/PRÜFUNGSgebÜHR

Gemäss aktuellem KursInfo und www.kbz.ch

Das Kursgeld wird semesterweise in Rechnung gestellt.

IWB-ZERTIFIKAT

Am Schluss des Lehrganges wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein Zertifikat des INSTITUTS FÜR WEITERBILDUNG IWB ausgestellt, welches von der Teilnahme an den Kursen (inkl. Repetitorium) und vom Bestehen der internen Zwischen- bzw. Probeprüfungen abhängig ist.

INFORMATIONsABEND

ZEITPUNKT

Gemäss aktuellem KursInfo und www.kbz.ch

ORT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20
6006 Luzern

INHALT

- Zulassungsbedingungen
- Kursinhalt, Aufbau und Kosten
- Prüfungsformen und Termine
- Fachausweis
- Kursleistungen
- Möglichkeit für persönliche Fragen

ANMELDUNG/AUSKUNFT

Schriftlich mit der Anmeldekarte, die Sie im aktuellen KursInfo finden, oder online unter www.kbz.ch.

ADMINISTRATIVE AUSKUNFT

INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20
6000 Luzern 6
Telefon 041 417 16 23
Telefax 041 417 16 01
iwb@kbz.ch
www.kbz.ch

FACHLICHE AUSKUNFT

Beatrice Suter, Lehrgangsheiterin,
Telefon 041 660 96 19
E-Mail: suter@kommunikationswerkstatt.ch

Luzern, August 2009

NOTIZEN

NOTIZEN

NOTIZEN