



## **Wegleitung und Prüfungsordnung**

- **Dipl. Event- und Sponsoringplaner/in**

## **Wegleitung**

### **1 Ausgangslage | Einleitung**

Der Schwerpunkt der OSDE Prüfung liegt auf einem hohen Praxisbezug und einem positiven Erlebnischarakter.

Teilnehmende Bildungsinstitute profitieren davon, dass eine eingespielte Organisation jährlich 2 bis 3 Prüfungen organisiert und einen gleichbleibenden Standard sicherstellt. Absolventen der Prüfung erhalten ein Diplom und somit eine Fahrkarte in die Berufswelt rund um Marketing, Verkauf, Kommunikation, Sponsoring und Event.

## **2 Zulassung | Ausschreibung | Prüfungsgebühr**

### **2.1 Die Prüfungszulassung erhält, wer:**

zum Zeitpunkt der Prüfung

- den 18. Geburtstag gefeiert hat
- zur Prüfung angemeldet ist
- die Prüfungsgebühr & Einschreibgebühr bezahlt hat
- die allgemeinen Prüfungsbedingungen akzeptiert

### **2.2 Zur Prüfung wird zugelassen, wer Bedingungen in 2.1 erfüllt, ungeachtet davon...**

- welche Nationalität, bzw. welchen Aufenthaltsstatus diese Person genießt.
- bei welchem Schulungsinstitut oder in welchem Land der Kandidat die Vorbereitung genossen hat.

### **2.3 Ausschreibung | Aufgebot | Einladung zur OSDE Prüfung**

Die Ausschreibung der Prüfung findet laufend statt und erfolgt mittels elektronischem Anmeldeformular, auf welchem auch die „Allgemeinen Prüfungsbedingungen“ akzeptiert werden müssen.

Der Anmeldeschluss ist 15 Tage vor dem jeweils nächstmöglichen Prüfungstermin. Später – also zwischen dem 15. Tag bis zum Tag vor der Prüfung eingehende Anmeldungen werden mit einer Gebühr belegt.

Das Prüfungssekretariat stellt sicher, dass die Anmeldung per Mail umgehend bestätigt wird und die Rechnung an den Kandidaten innert 14 Tage, zusammen mit den allgemeinen Informationen und Einladungen erfolgt. Informationen zur Prüfung ergehen via Email oder elektronischem Newsletter.

Die Anzahl der Kandidaten beträgt pro Prüfungsdurchführung maximal 300 Teilnehmer. Ein minimaler Bereich ist nicht definiert.

Der Kandidat erhält einen Reminder per E-Mail, dass er an die Prüfung zu erscheinen hat. Dies geschieht 7 Tage vor Prüfungsdatum.

## 2.4 Prüfungsgebühr

Die **Prüfungsgebühr** beträgt bis 15 Tage vor dem Prüfungstag **CHF 360.-**. Trifft die Anmeldung später ein, so kann die PK OSDE eine zusätzliche Prüfungsgebühr erheben, wenn weiterer Aufwand eintritt. Diese wird pauschal mit CHF 150.- verrechnet und ist ebenso vor Prüfungsbeginn zu bezahlen.

Für den Versand der Dokumente, der Rechnung, sowie des Diploms (bei positivem Entscheid) oder dem Einschreiben (bei negativem Entscheid) wird eine einmalige **Schreibgebühr von CHF 80.-** auf den Rechnungsbetrag erhoben.

Verlangt ein Kandidat eine Zweitausstellung seines Zertifikats wird ihm dieses gegen ein Entgelt von Fr. 250.— ausgestellt.

Tritt ein Kandidat von der Prüfung zurück, so erhält er bei Abmeldung bis 30 Tage vor dem Prüfungstag 50% des Prüfungsgeldes (die Schreibgebühr wird in keinem Fall rückerstattet) zurück, anschliessend wird keine Rückerstattung mehr vorgenommen.

Tritt ein Kandidat von der Prüfung zurück, so hat er dies in jedem Fall schriftlich und mittels Einschreiben zu machen – die 30 Tage vor dem Prüfungstag gelten ab Poststempel des eingeschriebenen Briefes.

Die PK OSDE hat aus administrativen Gründen die Frist der Rückzahlung von 90 Tagen, nach schriftlicher Prüfungsabmeldung.

Bei einer Neuanschreibung ist die Prüfungsgebühr wiederum neu zu zahlen.

In der Prüfungsgebühr (CHF 360.-) und Schreibgebühr (CHF 80.-) wird folgende Leistung abgegolten:

- Ausschreibung und Einladung zur OSDE Prüfung, sowie deren Durchführung.
- Ausstellen sämtlicher Korrespondenz, insbesondere der Diplome und Notenblätter.
- Informationen zur Prüfung und zum Ablauf sowie Tipps zur Vorbereitung via Newsletter.
- Versand der Diplome, Notenblätter und Korrespondenz.

### 3 Wegleitung zu den Prüfungsinhalten mit Taxonomiestufen

#### 3.1 Event- und Sponsoringplaner/in

Dachinhalte	Grobziele zu erreichen durch die Prüfungskandidaten
1.) Marketingkonzeption	Der Kandidat kennt sich in den Basisbelangen des Marketing aus und kann sowohl in Detailkonzepten als auch im gesamten Marketingkonzept strukturiert denken, handeln und mittelschwere Problemstellungen in unterstützender Funktion lösen. Der Kandidat kann Marketingprobleme aus den Marketinginstrumenten bis K5 erstellen, beschreiben, gliedern und planen. Dies geschieht im einen Prüfungsteil, indem er operative Problemstellungen mit hohem Praxisbezug zu lösen hat. Insbesondere kennt sich der Kandidat im Bereich Event und Sponsoring vertieft aus.
2.) Wirtschaft & Gesellschaft	Das Kennen und Interpretieren der wirtschaftlichen Zusammenhänge und einzelner Elemente daraus hilft dem Kandidaten bei strukturierter Vorgehensweise im späteren beruflichen Alltag. Die Fächer Volks- und Betriebswirtschaft werden auf Basisniveau geprüft, ebenso das Fach Rechtskunde.

Nachstehende Taxonomien sind basierend auf den bloomschen Taxonomiestufen (siehe Anhang 1):

Hauptfächer	Grobziele zu erreichen durch die Prüfungskandidaten	Taxonomie--stufe
<b>1.) Marketingkonzeption</b>		
1.1. Marketingkonzeption	Aufgaben, Geschichte, Begriffe und Kennzahlen und -werte zu Marketing im Allgemeinen nennen.	K1
	Marketinginstrumente für alle Güterarten (4 und 7 P's) nennen und Erklären.	K1, K2
	Marken-, Preis-, Produkte-, Service- und Leistungskonditions-Konzepte erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.	K1, K2, K3, K4, K5
	Basis Konzeption nennen, erklären, erläutern und anwenden können.	K1, K2, K3, K4
	Dies für Konsumgüter, Investitionsgüter und Dienstleistungen	K1, K2
	Wichtigste Einflüsse auf Import- und Exportbedingungen für alle Güterarten nennen und erklären.	K1, K2
	Relevante Berufe in der Marketingbranche aufzählen und beschreiben.	K1, K2
1.2.) Marketingkonzept	Die einzelnen Schritte der Marketingkonzeptes nennen und erklären.	K1, K2
	Marketingstrategien nennen und erklären.	K1, K2
	Marktbearbeitungsstrategien (Wahl der Absatzwege und Kanäle) nennen und erklären.	K1, K2
	Marketingmassnahmenpläne erstellen, beschreiben, formulieren, gliedern und planen.	K1, K2, K3, K4, K5
	Grundlagen der Markt- und Marketingforschung nennen und erklären, interpretieren und berechnen.	K1, K2, K3

1.3.) Werbung	<p>Aufgaben der Werbung nennen und erklären.</p> <p>Bestandteile des Werbekonzeptes erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p> <p>Mediengattungen kategorisieren und mögliche Medien nennen und erklären.</p> <p>Werbe-Massnahmen für ein bestimmtes Fallbeispiel planen. Grundzüge des Werberechts (inkl. Heilmittelgesetz) erklären.</p> <p>Relevante Berufe in der Werbebranche nennen und charakterisieren.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2, K3, K4, K5</p> <p>K1, K2</p> <p>K5</p> <p>K1, K2</p>
1.4.) Verkaufsförderung	<p>Aufgaben, Funktionen und Arten der Verkaufsförderung nennen und erklären.</p> <p>Bestandteile des Verkaufsförderungskonzept erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p> <p>Die Zielgruppen (Einsatz und Ebenen) der Verkaufsförderung nennen und erklären.</p> <p>Bestandteile des Schulungskonzepten rundum die Verkaufsförderung erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2, K3, K4, K5</p> <p>K1, K2</p> <p>K5</p>
1.5.) Vertrieb (Verkauf/Distribution)	<p>Aufgaben, Funktionen und Arten des persönlichen Verkaufes nennen und erklären.</p> <p>Bestandteile und Gliederung des Vertriebs-/Verkaufsplanungskonzeptes nennen und erklären.</p> <p>Aufgaben, Funktionen und Arten des Vertriebes in den Bereichen Verkauf und Distribution nennen und erklären.</p> <p>Relevante Berufe aus dem Vertrieb nennen und charakterisieren.</p> <p>Bestandteile des Distributionskonzept erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2</p> <p>K5</p> <p>K1, K2</p> <p>K5</p>
1.6.) Event/Sponsoring	<p>Bestandteile des Event- und Sponsoringkonzeptes erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p> <p>Eventarten und Sponsoringmöglichkeiten kategorisieren nennen und erklären.</p> <p>Eventmassnahmen strukturiert und fallbezogen konzipieren, planen und kontrollieren.</p> <p>Werbe- und allgemeine Kommunikationsmassnahmen Massnahmen für ein bestimmtes Fallbeispiel planen.</p> <p>Die wesentlichen Sponsoringarten kennen und beschreiben.</p> <p>Ein Sponsoringkonzept fallbezogen konzipieren.</p> <p>Die relevanten Kontrollmöglichkeiten im Bereich Sponsoring kennen und erläutern.</p> <p>Grundzüge des Rechts im Bereich Event- und Sponsoring</p>	<p>K1, K2, K3</p> <p>K1, K2</p> <p>K1, K2, K3, K4, K5</p> <p>K1, K2, K3, K4</p> <p>K1, K2</p> <p>K1, K2, K3, K4, K5</p> <p>K1, K2</p> <p>K1, K2, K3</p>

	<p>erklären und fallbezogen anwenden.</p> <p>Relevante Berufe in der Event- und Sponsoring-Branche nennen und charakterisieren.</p> <p>Kooperationsmöglichkeiten für Sponsoring und Event kennen und nennen.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1</p>
1.7.) (P)PR	<p>Unterschied von unternehmens- (PR) und leistungs-/produktbezogener (PPR) erklären.</p> <p>Bestandteile eines PR-/PPR-Konzeptes erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p> <p>PR-/PPR-Arten und –Möglichkeiten kategorisieren nennen und erklären.</p> <p>PR-/PPR-Massnahmen für ein bestimmtes Fallbeispiel planen.</p> <p>Relevante Berufe in der PR-Branche nennen und charakterisieren.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2, K3, K4, K5</p> <p>K1, K2</p> <p>K5</p> <p>K1, K2</p>
<b>2.) Wirtschaft &amp; Gesellschaft</b>	<p>Grundfunktionen, Zwecke und Ziele von Unternehmen erklären.</p> <p>Unternehmensformen, - charakteren und -eigenschaften nennen. (Gesellschaftsrecht)</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1</p>
2.1.) Betriebswirtschaftslehre	<p>Organisationsstrukturen (Aufbau) und Organisationsumsetzung (Ablauf), Produktmanagement und Reorganisation nennen und erklären.</p> <p>Grundlagen der Rechnungslegung und Unternehmensrechnung erklären.</p> <p>Unterschiede zwischen Finanz- und Betriebsbuchhaltung erklären.</p> <p>Einfache Teilkostenrechnungssysteme (DB-Rechnung) erläutern und fallbezogen gliedern und erarbeiten.</p> <p>Grundzügen des Kalkulationswesens und Controlling nennen.</p> <p>Persönliche Arbeitstechnik, Zeitmanagement, Protokollführung und Briefing erklären können.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2</p> <p>K2</p> <p>K2</p> <p>K1, K2, K3, K4, K5</p> <p>K1</p> <p>K2</p>
2.2.) Volkswirtschaftslehre	<p>Aufgaben der Volkswirtschaft und deren daran beteiligten Personen und Organisationen nennen und beschreiben.</p> <p>Unterschied zwischen Mikro- und Makroökonomie sowie Minimum- und Maximums-prinzip, Trade-off und Opportunitätskosten, einzelne Wirtschaftssektoren, Arten der Arbeitslosigkeit und involvierter staatlicher und privater Organisationen nennen und erklären.</p> <p>Einfacher und erweiterter Wirtschaftskreislauf, Wirtschaftssektoren, Entwicklung des Bruttoinlandproduktes (BIP), Konjunkturzyklus, Maslow-Pyramide und Angebots- und Nachfragekurve darstellen und erklären.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2</p> <p>K1, K2</p>
2.3.) Rechtskunde	<p>Grundlagen der Rechtsordnung und Rechtsquellen (Gesetztes Recht, Richterrecht und Gewohnheitsrecht) nennen und erklären.</p> <p>Gesellschaftsrecht und -formen wird in BWL mit abgedeckt.</p> <p>Immaterialgüterrecht nennen und erklären.</p>	<p>K1, K2</p> <p>K1, K2</p> <p>K1, K2</p>

# Prüfungsordnung

## 4 Prüfungsorganisation

Durchführendes Organ der Prüfung ist eine Prüfungskommission, die Prüfung und deren Durchführung regelt. Ngn. **PK OSDE**

Die PK OSDE konstituiert sich wie folgt:

### 4.1 Prüfungsleitung

- **Fachvorstand Dachinhalt Marketingkonzeption**
- **Fachvorstand Dachinhalt Marketinginstrumente**
- **Fachvorstand Dachinhalt Wirtschaft**
- **Fachvorstand Event- und Sponsoring**
- **Fachvorstand Onlinemedien**

### 4.2 Prüfungssekretariat

Die PK OSDE trifft sich in regelmässigen Abständen und plant die Prüfungsdurchführungen auf Grund der Haupt- und Nebenaufgaben und nimmt die Verantwortung wahr.

Bei Abstimmungen gilt die Stimme der Prüfungsleitung je 2 Stimmen,.

Es werden pro Jahr 3 regulative Sitzungen, eine Notenkonferenz, sowie die jeweiligen Prüfungstage als Pflichttermine der PK OSDE angesehen.



## 5 Prüfungselemente

### 5.1 OSDE Prüfungselemente Event- und Sponsoringplaner/in

Dachinhalte	Hauptfächer	Art der Prüfung
1.) Marketingkonzeption	1.1.) Marketinggrundlagen 1.2.) Marketingkonzept 1.3.) Kommunikation 1.4.) Verkaufsförderung 1.5.) Event- und Sponsoring 1.6.) (P)PR	1/2 der Theoriefragen schriftlich
2.) Wirtschaft & Gesellschaft	2.1) Betriebswirtschaftslehre 2.2) Volkswirtschaftslehre 2.3) Rechtskunde 2.4) Selbstmanagement 2.5) Social Media	1/2 der Theoriefragen schriftlich

Art der Prüfung	Begriffsdefinition   -beschreibung
Theoriefragen - Multiple-Choice - Single Choice - Reihenfolge - Textzuweisung - Lückentext - Kommentar - Nennungen - Beschreibungen - Berechnungen	Fragenstellung erfolgt auf Papierbogen, welche theoretisches Wissen (K1, K2) abfragen und Anwendungsansätze (K3) in Form von Erklärungen und Beschreibungen beinhalten können.  Die Gewichtung der Dachinhalte ist zu gleichen Teilen (je 1/3) genormt.  Die gesamte Punktezahl für die Theoriefragen beträgt 120 Punkte. Die Punkte sind auf die zwei Dachinhalte wie folgt verteilt: - Dachinhalt 1: 60 Punkte - Dachinhalt 2: 60 Punkte

## 6 Ablauf der Prüfung

### 6.1 Datum und Zeitablauf der Prüfung

Das Prüfungsdatum ist immer an einem Samstag in den Monaten Februar/Juni/Juli (1. Halbjahr) und November/Dezember (2. Halbjahr). Die Ausschreibung der Prüfungsdaten und -orte erfolgt jeweils bis 3 Monate vor dem Prüfungstag.

Zeit	Teil	Klassifizierung	Dachinhalt	Charakter	Art	Zeitdauer
09.00 09.15		Türöffnung Begrüssung				
09:30 – 11:30	1	Theorie	1 und 2	- Multiple-Choice - Single Choice	Schriftlich, Papier*	120 Minuten, ohne Pause
11:30 – 12:30 Mittagessen						
12:30- 13:50  14:10- 15:30	2	Fallstudien 1 + 2  Pause  Fallstudien 3 + 4	  1 + 2	4 Fallstudien mit Praxisbezug	Werkstattprüfung*  Schriftlich, Papier	4 x 45 Minuten,  mit 30 Minuten Pause

\* Schriftlich, Papier; die nötigen Dokumente werden dem Kandidaten in verschlossenen Umschlägen zu Beginn der Prüfungszeit ausgehändigt. Eingesammelt werden diese nach Ablauf der Prüfungszeit.

*Das Programm und dessen Ablauf kann bei grosser Nachfrage auch entsprechend aufgeteilt werden, dass für parallel laufende Prüfungen der praktische Teil am Morgen und der theoretische Teil am Nachmittag stattfindet. Also umgekehrt als in obenstehender Grafik abgebildet.*

Der Prüfungsort wird immer publiziert. Die PK OSDE ist dafür besorgt, dass sich die Prüfung auf einen gut eingeführten Standort in der Schweiz konzentriert und dort auch für die Durchführung verbleibt, da auf Grund der Werkstattprüfung die Rahmenbedingungen nicht einfach sind.

## 7. Allgemeine Prüfungsbedingungen

Diese werden auf der Website [www.osde.ch](http://www.osde.ch) publiziert. Sie gelten als Teil der Anmeldegrundlage und fassen das hier vorliegende Konzept in den wichtigsten Punkten zusammen.

Separat ausgelegt und publiziert (ebenso auf der Website von [www.osde.ch](http://www.osde.ch)) wird die Wegleitung zu den Prüfungsinhalten (2.).

### 7.1 Erlaubte Hilfsmittel:

- Theorie: Taschenrechner ohne Textspeicherfunktion, Schreibzeug/-gerät welches dokumentensicher ist, Lineal, Geometrisches Dreieck, Korrekturband oder - flüssigkeit:
- Fallstudien: Keine Hilfsmittel zugelassen, ausser die im Theorieteil erwähnten.  
  
Alle relevanten Informationen zur praktischen Lösungsfindung werden abgegeben.
- Diverses:
  - Essen und Getränke sind während der Prüfung erlaubt, dürfen jedoch nicht auf dem Tisch aufbewahrt werden.
  - Der Prüfungsraum darf während der Prüfung nicht verlassen werden.
  - Gehörschutz ist erlaubt.
  - Gummimatten für geometrisches Linienziehen sind nicht erlaubt.
  - Mobilphone, Smartwatches, Laptop oder Tablets sind während der Prüfung nicht erlaubt.
  - Den Kandidat/innen steht genügend Papier zur Verfügung.

## **7.2 Beschwerden**

Kandidat/innen, die den negativen Entscheid der Prüfungskommission (Nichterteilung des Diploms) anfechten möchten, haben einige Regeln zu beachten. Auf Beschwerden, welche die folgenden Punkte nicht erfüllen, wird nicht eingetreten:

### **7.2.1 Beschwerdefrist**

Beschwerden sind innert 30 Tagen nach Erhalt des Entscheides der Prüfungskommission im Doppel bei der Prüfungskommission der OSDE-Diplom-Prüfung eingeschrieben einzureichen.

### **7.2.2 Inhalt und Form der Beschwerde**

Die Beschwerdeschrift hat klare Anträge (Rechtsbegehren) zu enthalten und muss die Unterschrift der/des Beschwerdeführers/in tragen. Der angefochtene Entscheid der Prüfungskommission ist, ebenso wie die Beschwerdeschrift im Doppel beizulegen. Die Anträge sind im Einzelnen konkret zu begründen. Subjektive Eindrücke, Vermutungen oder Interpretationen bar jeder Praxis und Theorie genügen nicht als Beschwerdegründe. Verfahrensfehler oder Willkür betreffend Prüfungsablauf oder Notengebung müssen glaubhaft gemacht werden.

### **7.2.3 Verfahrenskosten und weiteres Verfahren**

Die Prüfungskommission bestätigt den Eingang der Beschwerde und verlangt einen Kostenvorschuss zur Deckung der mutmasslichen Verfahrenskosten in der Höhe von CHF 500.-. Kann die Beschwerde gutgeheissen werden, wird dieser Kostenvorschuss vollumfänglich rückerstattet. Über das weitere Verfahren wird der/die Beschwerdeführer/in jeweils durch die Prüfungskommission informiert, wenn ein neues Stadium eintritt.

## 8 Notengebung

### 8.2 Notengebung

Die Prüfungen werden innert 30 Tagen korrigiert und dem/der Kandidat/in das Prüfungsergebnis schriftlich (im negativen Fall per Einschreiben) mitgeteilt.

Die Aufteilung über die Prüfungsteile sieht wie folgt aus – es ergibt sich nur eine Gesamtnote:

Dachinhalt 1) Marketing	60 Punkte
Dachinhalt 2) Wirtschaft & Gesellschaft	60 Punkte
<b>Total</b>	<b>120 Punkte</b>
Fallstudie Marketing Analyse und Planung	40 Punkte
Fallstudie Marketingkommunikation und PR	40 Punkte
Fallstudie Event	40 Punkte
Fallstudie Sponsoring	40 Punkte
<b>Total</b>	<b>160 Punkte</b>

#### Notenraster

Es werden Noten zwischen 1.0 und 6.0 vergeben, dabei ist die Note 6.0 die bestmögliche Leistung. Alle Noten werden jeweils auf eine Dezimalstelle gerundet.

Die Note jedes Prüfungsteils wird ermittelt, indem die effektiv erreichte Punktzahl mit der maximal möglichen Punktzahl verglichen wird.

Die Prüfung ist bestanden, wenn die drei folgenden Bedingungen erfüllt werden:

- Der Durchschnitt in den Prüfungsteilen erzielten Noten beträgt mindestens 4.0.
- In höchstens zwei Prüfungsteilen wird eine Note unter 4.0 erreicht.
- Keine Note liegt unter 3.0.

Die Prüfung gilt als nicht bestanden, wenn die Kandidatin oder der Kandidat:

- sich nicht rechtzeitig abmeldet
- ohne entschuldbaren Grund nicht dazu antritt
- ohne entschuldbaren Grund nach Beginn zurücktritt
- von der Prüfung ausgeschlossen werden muss

## Anhang 1

### Taxonomie der kognitiven Lernziele (nach Bloom)

zunehmende Komplexität	<b>K1 Wissen:</b> Informationen wiedergeben und in gleichartigen Situationen abrufen.	<b>Zum Beispiel:</b> Die Lernenden zählen die fünf wichtigsten Gegenstände der persönlichen Schutzausrüstung (Schutzbrille, Sicherheitsschuhe, Handschuhe, Schutzhelm, Gehörschutz) auf.
	<b>K2 Verstehen:</b> Informationen nicht nur wiedergeben, sondern auch mit eigenen Worten erklären.	Die Lernenden erklären vor welchen grundsätzlichen Risiken die fünf wichtigsten Gegenstände der persönlichen Schutzausrüstung (Schutzbrille, Sicherheitsschuhe, Handschuhe, Schutzhelm, Gehörschutz) schützen.
	<b>K3 Anwendung:</b> Informationen über Sachverhalte in verschiedenen Situationen brauchen.	Die Lernenden wenden bei einem vorhersehbaren Risiko geeignete Gegenstände der persönlichen Schutzausrüstung zum Schutz ihrer Gesundheit fachgerecht an.
	<b>K4 Analyse:</b> Sachverhalte in Einzelemente gliedern, die Beziehung zwischen Elementen aufdecken und Strukturmerkmale herausfinden.	Die Lernenden erkennen in einer vorgegebenen Arbeitssituation die Ursachen für bedeutende Gesundheitsgefährdungen und können diese in eigenen Worten beschreiben.
	<b>K5 Synthese:</b> Einzelne Elemente eines Sachverhalts kombinieren und zu einem Ganzen zusammenfügen.	Die Lernenden schützen ihre Gesundheit in einer vorgegebenen Arbeitssituation, indem sie darin enthaltene Gefährdungen selbstständig identifizieren, geeignete Schutzmassnahmen wählen und umsetzen.
	<b>K6 Bewertung:</b> Bestimmte Informationen und Sachverhalte nach bestimmten Kriterien beurteilen.	Die Lernenden sind in der Lage selbständig ein Arbeitszeitmodell für einen angebrachten Schichtbetrieb in einem Unternehmen ihrer Wahl zu entwickeln, und seine Vor- und Nachteile aus gesundheitlicher und betriebswirtschaftlicher Sicht allgemeinverständlich darzustellen.