

Pharma-Assistentin EFZ/  
Pharma-Assistent EFZ

# Fachlehrplan Verkaufsförderung (Kompetenz 10)

Version März 2007

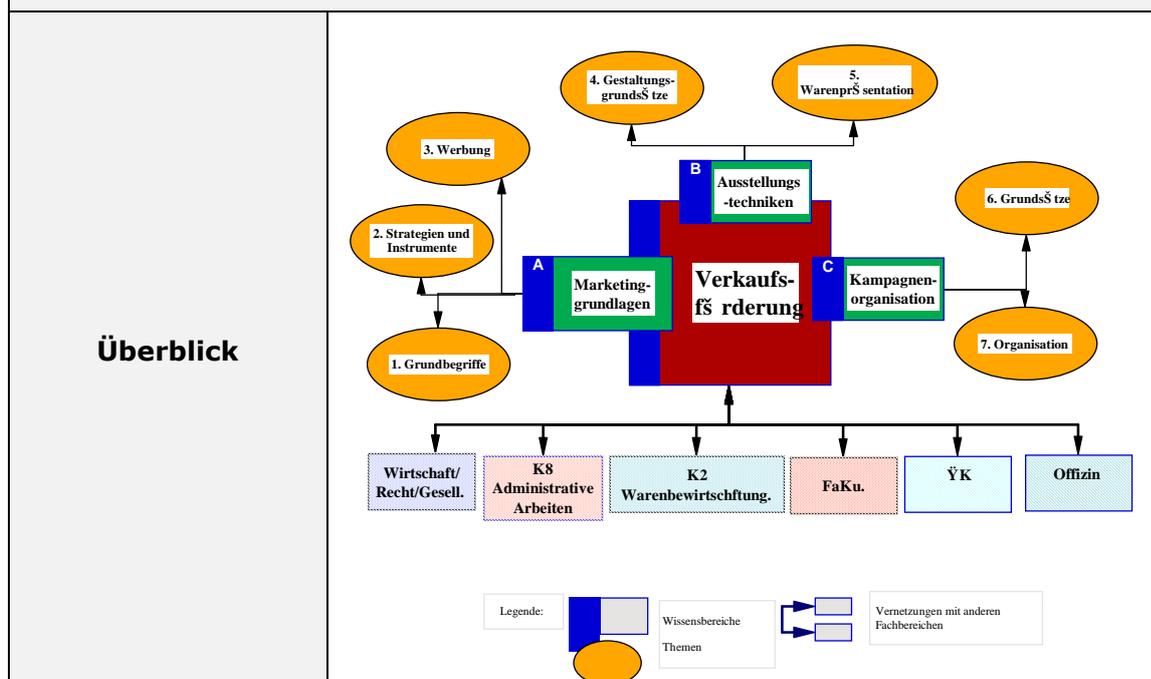
Der Lehrplan ist ein Dokument, welches im Verlauf der Umsetzung von den Lehrkräften kritisch überprüft werden muss. Rückmeldungen und Änderungsvorschläge werden gerne entgegen genommen.

Autor:        Erich Mattes  
Mitarbeit:    Gianni Ghisla, Luca Bausch

# 1. Überblick

<b>Fachbereich</b>	<b>Verkaufsförderung (Kompetenz 10)</b>
<b>Wissensbereiche</b>	a) Gestaltung OCT-Ausstellung, Verkaufstheke, Schaufenster b) Zusammenarbeit mit Firmen c) Durchführung von Kampagnen
<b>Ausbildungsjahr</b>	III
<b>Stundendotation</b>	<b>40</b>
<b>Bezugskompetenzen und -situationen</b>	10.1, 10.2., 10.3.
<b>Didaktische Orientierungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Fachbereich Warenbewirtschaftung entspricht der Kompetenz 2, die wie folgt umschrieben ist: Die Pharma-Assistentin/der Pharma-Assistent kennt die Techniken und Grundsätze der Verkaufsförderung und kann sie im Apothekenbereich umsetzen</li> <li>• Der Fachbereich hat einen starken praxisorientierten Charakter. Die Vermittlung der notwendigen begrifflichen und theoretischen Grundsätze geschieht deshalb gezielt situationsorientiert. Die drei vorgesehenen Wissensbereiche a) Gestaltung OCT-Ausstellung, Verkaufstheke, Schaufenster, b) Zusammenarbeit mit Firmen c) Durchführung von Kampagnen entsprechen deshalb je einer spezifischen beruflichen Situation aus der Kompetenz 10.</li> <li>• ...</li> </ul>

## INHALTE



	<b>III</b>
<b>Kenntnisse</b>	<b>A) MARKETINGSGRUNDLAGEN</b> <b>1. Grundbegriffe</b> <b>2. Strategien und Instrumente</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing-Mix</li></ul> <b>3. Werbung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Werbung, Werbeziele, Werbestrategien</li><li>• Werbebotschaft (AIDA-Regel)</li></ul>
	<b>B) AUSSTELLUNGSTECHNIKEN</b> <b>4. Gestaltungsgrundsätze</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundsätze der Warenvorlage und Produktvorführung (Frontplätze, Begleitplätze, Rückenplätze)</li><li>• Hilfsmittel der Warenpräsentation und -vorlage (Einrichtungskonzept, Stilrichtungen, Raum, Material, Farbe, Mobiliar, Warenträger, Beleuchtung, Effekte)</li><li>• Gestaltungsgrundsätze für Schaufenster und Verkaufstheken</li></ul> <b>5. Warenpräsentation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundsätze der Warenpräsentation (Kaufanreize schaffen, Musterexemplare ausstellen, Warengruppen, Zielgruppen, Warenpräsentation mit Thema bzw. Leitmotiv, Aktionsplatz, Zweitplatzierungen, verkaufsaktive Produkte in verkaufsschwachen Zonen, visuelle Wahrnehmung, Sichtzone, Griffzone, Bück- und Reckzone, Warenträger, Blockbildung)</li></ul> <b>C) KAMPAGNENORGANISATION</b> <b>6. Grundsätze</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Zielgruppe</li><li>• Werbezeitpunkt, -budget, kosten</li><li>• Werbemittel, -träger</li></ul> <b>7. Organisation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Verkaufsförderungsmassnahmen (äusserer Eindruck des Geschäfts, Verkaufsraumgestaltung, Warenpräsentation)</li><li>• Konzeption von Gesundheits- und Verkaufsförderungskampagnen</li></ul>

<b>Fähigkeiten</b>	<p>Insbesondere, die Fähigkeit,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundkenntnisse zur Warenpräsentation und die Gestaltungsgrundsätze mit Sinn für Ästhetik auf die spezifischen räumlichen Bedingungen einer Apotheke und zielgruppengerecht sowie attraktiv anzuwenden;</li> <li>• mit Handelsvertretern und Firmen situationsgerecht und zielgerichtet zu kommunizieren;</li> <li>• sich an der Entwicklung von Konzepten für Verkaufsförderungskampagnen zu beteiligen und diese nach bestimmten Vorgaben zu organisieren.</li> </ul>
<b>Haltungen</b>	<p>Die Haltungen betreffen insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offenheit, Kontaktfreude und Einfühlungsvermögen gegenüber verschiedenen Kundentypologien</li> <li>• Sinn für Ästhetik und Kreativität</li> <li>• Selbstsicherheit und Verantwortungsbewusstsein</li> </ul>

## 2. Querverbindungen

<b>Erwartungen an andere Fach- / Wissensbereiche</b>		
<b>Inhalte</b> (Kurze Beschreibung v.a. von Kenntnissen und Fähigkeiten)	<b>Fachbereich</b> (Wo sollten die Inhalte behandelt werden?)	<b>Zeitliche Sequenzierung</b> (Wann sollten die Inhalte behandelt werden?)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsmodelle, Sprachregister, usw., Informationsverarbeitung →</li> <li>• Ethische Grundsätze →</li> <li>• Vorgehensweise Bestellvorgang via Handelsvertreter, Lagerbestandesaufnahme, Bestellrhythmus, Kontrollen, Zahlungs- und Lieferbedingungen →</li> <li>• Kreditorenbuchhaltung →</li> <li>• Produktekenntnisse →</li> <li>• Verkaufsstrategien →</li> <li>• Verkaufsgespräch →</li> </ul>	<p>Lokale Landessprache WRG / K11</p> <p>Warenb. (K2) Admin. Arbeiten (K8) FAKU / Offizin Einf. Verkauf (K5) Kompl. Ber. (K9)</p>	<p>1. bis 4. Sem. 3. bis 4. Sem.</p> <p>1. bis 2. Sem. 1. bis 2. Sem. Laufend 1. bis 4. Sem 4. bis 5. Sem.</p>
<b>Erwartungen von anderen Fach- und Wissensbereichen</b>		
<b>Inhalte</b> (Kurze Beschreibung v.a. von Kenntnissen und Fähigkeiten)	<b>Fachbereich</b> (Wer erwartet die Behandlung dieser Inhalte?)	<b>Zeitliche Sequenzierung</b> (Wann sollten die Inhalte behandelt werden?)
Genrell ←	Offizin	