

## Wegleitung zur Prüfungsordnung Höhere Fachprüfung für PR-Beraterinnen und PR-Berater

---

### 1. Allgemeines

Diese Wegleitung präzisiert die Prüfungsordnung in Bezug auf Aspekte von nachgeordneter Bedeutung. Die zwingenden Vorschriften der Prüfungsordnung bleiben in jedem Fall vorbehalten. Die aktuelle Fassung der Wegleitung ist jeweils im Internet publiziert. Änderungen der Wegleitung werden spätestens 12 Monate vor der Prüfung auf der Homepage der Prüfungskommission ([www.pr-ex.ch](http://www.pr-ex.ch) / PR-Berater) publiziert, wobei der Kandidatin und dem Kandidaten aus diesen Änderungen kein Nachteil erwachsen darf. Sie beinhaltet zudem ergänzende Informationen zur Prüfungsordnung mit Schwerpunkt Fachbeschreibungen, Taxonomie, etc. und soll der Kandidatin und dem Kandidaten den Prüfungsablauf und -inhalt transparent darstellen.

### 2. Berufsbild

Unter einer PR-Beraterin und einem PR-Berater wird eine Führungskraft auf dem Gebiet der Unternehmenskommunikation verstanden. Sie oder er zeichnet sich als Leiterin oder Leiter einer PR-Abteilung oder PR-Agentur, oder als Mandatsbetreuerin oder Mandatsbetreuer in einer PR-Abteilung oder PR-Agentur aus. Sie oder er ist in der Lage, basierend auf Leitbild und Strategie einer Unternehmung, Institution, Non-Profit-Organisation oder Behörde bei der Formulierung einer Kommunikationspolitik massgeblich mitzuarbeiten und diese in Verantwortung in PR-Massnahmen und PR-Mittel umzusetzen. Sie oder er ist in der Lage, komplexe Kommunikationsbedarfsanalysen für Unternehmungen, Behörden und Non-Profit-Organisationen oder für einzelne Produkte und Dienstleistungen zu erstellen. Sie oder er konzipiert, plant und zeichnet für PR-Aktivitäten nach innen und nach aussen verantwortlich, erarbeitet PR-Konzepte, welche die zu erreichenden Ziele und Dialoggruppen definieren, formuliert die Strategien und bestimmt die PR-Massnahmen und PR-Massnahmenpakete in ihrem zeitlichen Ablauf.

### 3. Anmeldung

*Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 3.2)*

- 3.1 Die Anmeldung ist unter Einhaltung der Vorgaben der Prüfungskommission innert der bekannt gegebenen Fristen einzureichen. Die verlangten Angaben sind wahrheitsgetreu und vollständig einzureichen.

- 3.2 Alle Unterlagen können in den Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch eingereicht werden. Ausweise und Arbeitszeugnisse in einer anderen Sprache sind in einer staatlich beglaubigten Übersetzung einzureichen.
- 3.3 Die Anmeldungsunterlagen werden Eigentum der Prüfungskommission und werden nicht zurückgegeben.
- 3.4 Mit der Anmeldung zur Prüfung anerkennt die Kandidatin und der Kandidat die Prüfungsordnung und die Wegleitung zur Prüfungsordnung.

#### **4. Zulassung**

*Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 3.3)*

- 4.1 Als Berufspraxis in leitender Funktion der Public Relations gelten:
- Anstellung als Leiterin/Leiter der Abteilung, welche in einem Unternehmen oder in einer Organisation mehrheitlich für Public Relations generell oder für eine PR-Spezialdisziplin zuständig ist.
  - Anstellung in einem Unternehmen der Kommunikationsbranche zwecks fachlicher oder personeller Führung von Beratungsmandaten im PR-Bereich, wobei die Mandate mindestens die Betreuung von Gesamtunternehmen oder die Abwicklung komplexer PR-Projekte umfassen müssen.
  - Stellung als Inhaber oder Leiterin/Leiter eines Unternehmens der Kommunikationsbranche mit Schwerpunkt Public Relations.
- 4.2 Stichtag bezüglich der Nachweisdauer einer Zeitperiode ist das Datum des Diplom-Kolloquiums.
- 4.3 Im Zweifelsfall kann gegen Entrichtung einer Gebühr ein verbindlicher Vorbescheid über die Erfüllung der Zulassungsbedingungen gem. Ziff. 3.3 der Prüfungsordnung eingeholt werden. Diese Abklärung ist rechtzeitig vor Beginn der Ausbildung zu treffen und mittels Gesuchsformular an das Prüfungssekretariat zuhanden der Prüfungskommission zu richten.

## 5. Rücktritt

Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 4.2)

- 5.1 Erfolgt ein Rücktritt aus einem anderen Grund als unter Ziff. 4.2 der Prüfungsordnung erwähnt, und liegt er nicht im Verantwortungsbereich der Prüfungskommission, werden folgende Beträge rückerstattet:

- bis 31 Tage vor dem ersten Prüfungstermin: 90 % der Prüfungsgebühr
- 30 Tage bis 1 Tag vor dem Prüfungstermin: 60 % der Prüfungsgebühr
- am Tag des ersten Prüfungstermins oder später: 0 % der Prüfungsgebühr

## 6. Prüfungsteile

Die Prüfung umfasst folgende anteilmässig gleich gewichtete Teile und dauert:

Prüfungsteil		Art der Prüfung	Dauer
<b>Grundlagenteile</b>			
1.	Psychologie/Kommunikation	mündlich	30 Minuten
2.	Volkswirtschaft/Betriebswirtschaft/Marketing	schriftlich	3 Stunden
3.	Politologie/Soziologie	mündlich	30 Minuten
4.	Recht	mündlich	30 Minuten
<b>Aufbauteile</b>			
5.	Media Relations	schriftlich	4 Stunden
6.	Spezialdisziplinen der PR	schriftlich	4 Stunden
7.	Marketingkommunikation	mündlich	30 Minuten
8.	PR für NPO und öffentliche Hand	mündlich	30 Minuten
<b>Diplomarbeit / Kolloquium</b>			
9.	Diplomarbeit	schriftlich	6 Monate
10.	Präsentation Diplomarbeit	mündlich	20 Minuten
11.	Diskussion Diplomarbeit	mündlich	20 Minuten
12.	Fachgespräch	mündlich	20 Minuten
<b>Total: 14 Stunden 30 Minuten (exkl. Diplomarbeit)</b>			

Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 5.1)

- 6.1 Nachfolgend (Ziff. 7) wird für jeden einzelnen Prüfungsteil der Prüfungsstoff in Form von Lernzielen umschrieben. Grundsätzlich richten sich die Expertinnen und Experten bei der Aufgabenstellung nach den Anforderungen der Berufspraxis. Prüfungsaufgaben und -fragen prüfen in erster Linie die Fähigkeit zur Anwendung der Fachkenntnisse auf konkrete, praxisbezogene Situationen.

- 6.2 Die nachfolgend aufgeführten Prüfungsteile (1-12) beschreiben das in diesem Sinne an der Prüfung geforderte Wissen. In der Art der Aufgabenstellung sind die Expertinnen und Experten grundsätzlich frei. Es ist nicht zwingend, dass in jeder Prüfungsaufgabe oder -frage immer alle einzelnen Punkte der Beschriebe der Prüfungsteile behandelt werden. Fächerübergreifende Fragestellungen sind möglich.
- 6.3 An der schriftlichen sowie mündlichen Prüfung ist das Verwenden von Kursunterlagen, Fachbüchern, Checklisten, etc. nicht gestattet. Als Hilfsmittel sind batteriebetriebene Kleinrechenmaschinen ohne Textspeichermöglichkeiten zugelassen. Die Kandidatinnen und Kandidaten erhalten mit dem Prüfungsaufgebot bezüglich zugelassener Hilfsmittel genaue Instruktionen. Alle im Aufgebot nicht explizit genannten Hilfsmittel sind nicht zugelassen.

## 7. Prüfungsstoff

### Grundlagenteile

- 7.1 **Psychologie / Kommunikation** (mündlich - 30 Minuten)  
*Die für die PR-Beratung relevanten psychologischen Mechanismen und Kommunikationsprozesse verstehen und beschreiben.*

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
<b>Wahrnehmung</b> (objektbezogen und soziale Wahrnehmung)	
Die Wahrnehmung als aktiven Prozess der Informationsaufnahme und -verarbeitung darlegen.	K 4
Die Phänomene der selektiven und subjektiven Wahrnehmung darlegen und ihre Auswirkungen analysieren.	K 4
Die Grundgesetze der Gestaltwahrnehmung erklären und ihre Bedeutung für die formale Gestaltung von PR-Mitteln begründen.	K 2
Die aufmerksamkeitssteuernden und wahrnehmungsfördernden Massnahmen schildern.	K 2
Die Vorteile der Bildkommunikation erklären.	K 2
Den Ursprung und die Gefahren fehlerhafter Personenbeurteilungen erkennen und analysieren.	K 4
<b>Lernen/Gedächtnis</b>	
Die Lernprinzipien unterscheiden, nach denen Einstellungen und Verhaltensweisen erworben werden.	K 3
Die Einstellungen und deren Funktionen erklären und die Möglichkeiten von Einstellungsveränderungen erkennen.	K 4
Das Funktionieren von Lernprinzipien im PR- und Führungsalltag darlegen.	K 4
Die Bedeutung lern- und gedächtnispsychologischer Erkenntnisse für die Informationsvermittlung einordnen.	K 2

<b>Motivation</b>	
Die Motivation als komplexes psychisches Geschehen analysieren.	<b>K 4</b>
Die Grundlage menschlicher Motive erkennen und ihre Bedeutung im Rahmen kommunikativer Beeinflussungsprozesse ableiten.	<b>K 4</b>
Die Mechanismen der Arbeitszufriedenheit identifizieren und die Möglichkeiten der Mitarbeitermotivation umschreiben.	<b>K 4</b>
<b>Kommunikation</b>	
Die gängigen Modelle und Grundlagen der zwischenmenschlichen Kommunikation darlegen und ableiten.	<b>K 4</b>
Die gesprächsfördernden Kommunikationsformen erläutern.	<b>K 2</b>
Die Kommunikation als Führungsaufgabe zuordnen.	<b>K 4</b>
Die Elemente der Überzeugungsarbeit darlegen.	<b>K 4</b>
Die Prinzipien des sachbezogenen Verhandeln beschreiben.	<b>K 2</b>
Die Ursachen, Formen und Folgen von Konflikten identifizieren und die Grundstrategien der Konfliktbewältigung ableiten.	<b>K 4</b>

## 7.2 Volkswirtschaft / Betriebswirtschaft / Marketing (schriftlich - 3 Stunden)

*Volkswirtschaft: Die grundlegenden Faktoren und Mechanismen einer Volkswirtschaft verstehen und beschreiben.*

*Betriebswirtschaft: Die Strukturen und Aufgaben ausgewählter Funktionsbereiche verstehen und beschreiben.*

*Marketing: Strukturen und Aufgaben des Marketings verstehen und beschreiben. Marketing anhand von konkreten Beispielen innerhalb des Unternehmens und im Vergleich zu den PR einordnen.*

<i>Die Kandidatin/der Kandidat kann...</i>	<i>Taxonomie</i>
<b>Volkswirtschaft</b>	
Die Theorie der Wirtschaftsordnungen (Markt- und Planwirtschaft) erklären.	<b>K 2</b>
Die schweizerische Wirtschaftsordnung beschreiben.	<b>K 2</b>
Die schweizerischen Produktionsfaktoren Arbeit, Boden, Realkapital einordnen.	<b>K 1</b>
In der Mikroökonomie den Gütermarkt (Konsumverhalten, Unternehmenstheorie, Preise), den Arbeitsmarkt, den Bodenmarkt und Investitionsgütermarkt beschreiben. In der Makroökonomie das Geld (Nationalbank, Geldmenge, Geldpolitik, Inflation), das Volkseinkommen und die nationale Buchhaltung, die Aussenwirtschaft (Zahlungsbilanz, Wechselkurse, Integration) einordnen.	<b>K 4</b>
Den Staat bezüglich Finanzen, Wirtschaftspolitik, Konjunktur, Wachstum, Umwelt erläutern.	<b>K 3</b>
<b>Betriebswirtschaft</b>	
Die betriebswirtschaftlichen Grundbegriffe (Bedürfnisse, Modelle, Unternehmenskategorien) einordnen.	<b>K 2</b>

Den Unternehmensablauf hinsichtlich Beschaffung (Einkauf, Transport, Lager), Produktion (Trends, Kostentheorie) und Absatz (Marketing, Preispolitik aus Angebot und Nachfrage) beschreiben.	<b>K 3</b>
Den Unternehmensaufbau wie Organisation (horizontale/vertikale Gliederung, Matrix, Begriffe), Finanzierung (Beteiligungs-, Innen und Kreditfinanzierungsformen) sowie Investition (Sicherheit, Rendite, Liquidität bzw. Flexibilität) bestimmen.	<b>K 4</b>
Das Rechnungswesen wie Finanzbuchhaltung (Bilanz, Erfolgsrechnung), die Kennzahlen für Stabilität, Rentabilität und Liquidität darlegen.	<b>K 4</b>
<b>Marketing</b>	
Das Marketing als Denkansatz, als Strategie und als Unternehmensfunktion beschreiben und anhand von Beispielen darlegen.	<b>K 4</b>
Die Aufgaben und die Bedeutung der einzelnen Bestandteile des Marketing-Mix: Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation anhand von konkreten Fallbeispielen darstellen.	<b>K 4</b>
Die Schnittstellen, Überschneidungen und die Abgrenzung von Marketing und PR definieren und anhand von Fallbeispielen auf die Praxis erläutern.	<b>K 4</b>

### 7.3 Politologie / Soziologie (mündlich - 30 Minuten)

*Politologie: Die Eigenschaften, Prozesse und Komponenten des politischen Systems in der Schweiz sowie deren historische Entwicklung beschreiben.*

*Soziologie: Das Funktionieren der Gesellschaft verstehen sowie gesellschaftliche Prozesse beschreiben.*

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
<b>Politologie</b>	
Die Interdependenz von Gesellschafts-, Staats-, Rechts- und Wirtschaftsordnungen beschreiben.	<b>K 5</b>
Die bedeutenden Ideologien und politischen Grundströmungen in ihrer historischen Entwicklung einordnen.	<b>K 2</b>
Die wichtigsten Staats- und Regierungsformen kennen.	<b>K 1</b>
Den Aufbau der schweizerischen Eidgenossenschaft und die wichtigsten Aufgabenbereiche von Bund, Kantonen und Gemeinden beschreiben.	<b>K 2</b>
Die politischen Rechte und Pflichten von Schweizer Bürgerinnen und Bürger formulieren.	<b>K 3</b>
Die politischen Entscheidungs- und Gesetzgebungsprozesse des schweizerischen politischen Systems darlegen.	<b>K 4</b>
Die Funktion, Organisation und die Ziele der politischen Akteure (Parteien, Verbände, Institutionen, etc.) in der Schweiz beschreiben.	<b>K 4</b>
Die wichtigsten europäischen und internationalen Organisationen und ihre Zielsetzungen kennen (EU, Europarat, OECD, UNO, WTO, etc.).	<b>K 1</b>
Die Entwicklung und den aktuellen Stand der schweizerischen Beziehungen zu diesen Organisationen einordnen.	<b>K 2</b>

<b>Soziologie</b>	
Die Definitionsmerkmale und Funktionen der Soziologie erläutern.	<b>K 2</b>
Die Grundmuster des gesellschaftlichen, aufeinander bezogenen Denkens und Handelns der Menschen sowie die Bedeutung gesellschaftlicher Institutionen darlegen.	<b>K 4</b>
Die Bedeutung von gesellschaftlichen Wertvorstellungen und Normen für das Verhalten von Individuen und sozialen Gruppen ausführen.	<b>K 3</b>
Das Konzept der sozialen Rollen, die individuelle Rollenvielfalt und das Entstehen von Rollenkonflikten umschreiben.	<b>K 3</b>
Das Funktionieren von sozialen Gruppen und die Bedeutung formeller und informeller Strukturen innerhalb von Organisationen entwickeln.	<b>K 3</b>
Den Ablauf von Sozialisationsprozessen und deren gesellschaftliche Bedeutung bestimmen.	<b>K 3</b>
Die kulturellen Prägungen von gesellschaftlichen Strukturen, sozialen Schichten und demografischen Merkmalsgruppen unterscheiden.	<b>K 3</b>
Die Charakteristiken und typischen Entwicklungsprozesse moderner Gesellschaften beschreiben und den sozialen Wandel in wichtigen Lebensbereichen (Familie, Arbeit, Freizeit, usw.) analysieren.	<b>K 4</b>

#### 7.4 **Recht** (mündlich - 30 Minuten)

Die schweizerische Rechtsordnung in den für die PR-Beratung relevante, nachfolgend näher umschriebene Bereiche kennen und anhand von praxisnahen Beispielen erläutern.

<i>Die Kandidatin/der Kandidat kann...</i>	<i>Taxonomie</i>
Zwischen öffentlichem Recht und Privatrecht unterscheiden und einfache Rechtsfragen zu einem dieser Bereiche einordnen sowie die Konsequenzen der Zuordnung für die Art der Behandlung der Rechtsfragen erläutern.	<b>K 2</b>
Im Obligationenrecht – soweit sie in einer PR-Agentur oder in einer PR-Abteilung relevant sein können – die Grundzüge - des Vertragsrechtes (OR 1-40); - des Kaufvertrages (OR 184-238); - des Arbeitsvertrages (OR 310-341) und des Arbeitsgesetzes; - des Werkvertrages (OR 363-393) - des Auftrages (OR 394-418), insbesondere die Abgrenzung der bei den Vertragstypen sowie die Kenntnisse typischer Vertragsverhältnisse zwischen Kunden und Agenturen auf der Basis von OR und BPRA-Standardvertrag; - des Aktienrechtes (OR 620-763) sowie detaillierte Kenntnisse der nach aussen zu publizierenden Informationen ausführen.	<b>K 3</b>
Das Persönlichkeitsrecht bezüglich Begriff/Formen der Persönlichkeit, Datenschutz und Gegendarstellungsrecht im Detail begründen.	<b>K 3</b>
Das Medienrecht bezüglich Presse-/Meinungsäusserungsfreiheit, Impressumspflicht und Kaskadenhaftung erläutern.	<b>K 2</b>

Das Immaterialgüterrecht bezüglich Urheberrecht (Begriff des Werkes, Umfang der Rechte) und Markenschutz (Begriff, Umfang der Rechte) einordnen.	<b>K 3</b>
Das Wettbewerbsrecht bezüglich UWG (Gesetz über den unlauteren Wettbewerb, Kartellgesetz), den Begriff unlauterer Wettbewerb, wichtige Tatbestände sowie Rechtsschutz einordnen.	<b>K 3</b>
Das Werberecht bezüglich Werbeverbot und -einschränkungen, den Anforderungen an vergleichende Werbung sowie Sponsoring-Richtlinien der SRG idée suisse erklären.	<b>K 2</b>

### Aufbauteile

#### 7.5 **Media Relations** (schriftlich - 4 Stunden)

*Die Funktion und Wirkung der Massenmedien in der Informationsgesellschaft verstehen und erläutern sowie Zustand und Entwicklungen der schweizerischen und europäischen Medienlandschaft kennen.*

*Den Umgang und die Beziehungspflege mit den Massenmedien verstehen und kennen.*

*Eine Ausgangslage mit gesamtschweizerischem oder internationalem Kontext analysieren, kommentieren und praxisnah umsetzen.*

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
Aufgrund einer komplexen Ausgangslage im Bereich Media Relations eine Strategie und Umsetzungsmassnahmen entwickeln.	<b>K 5</b>
Die Medienlandschaft der Schweiz (im Detail) und Europas (im Überblick) interpretieren.	<b>K 3</b>
Die Bedeutung, Möglichkeiten und Grenzen der Medien für Gesellschaft und Demokratie erläutern.	<b>K 3</b>
Die Wirkungen der Medien definieren.	<b>K 5</b>
Die technischen Entwicklungen im Medienbereich beschreiben.	<b>K 2</b>
Die Vorgehensweisen zum Aufbau langfristiger Beziehungen und zur situativen Interaktion mit Medien und Medienschaften anwenden.	<b>K 3</b>
Die Arbeitsweise und Arbeitsumstände einzelner Mediengruppen (Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen, usw.) vergleichen.	<b>K 2</b>
Aufgrund einer Ausgangslage verschiedene Arten von redaktionellen Texten für Medienempfänger verfassen und redigieren.	<b>K 5</b>

#### 7.6 **Spezialdisziplinen der PR** (schriftlich - 4 Stunden)

*Vier wichtige Teilbereiche der PR kennen und einordnen, ihre jeweiligen Ziele, Aufgaben und Wirkungsweisen darlegen sowie die spezifischen Methoden und Instrumente praxisnah anwenden.*

*Eine gegebene Ausgangslage analysieren, das Kernproblem erfassen und im Gesamtzusammenhang darstellen. Praxisgerechte Lösungen folgerichtig herleiten und in stringenter Form präsentieren.*

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
Auf der Grundlage einer vorgegebenen, komplexen Ausgangslage ein Konzept entwerfen, wobei der fachliche Schwerpunkt in einer der vier nachfolgenden Disziplinen liegt: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Public Affairs / Issue Management (stakeholderorientiert)</li> <li>- Finanz-PR / Investor Relations (kapitalmarktorientiert)</li> <li>- Krisen- und Konflikt-PR (prozessorientiert)</li> <li>- Interne PR (mitarbeitende- bzw. mitgliederorientiert)</li> </ul>	<b>K 6</b>

### 7.7 Marketingkommunikation (mündlich - 30 Minuten)

Grundlagen, Begriffe und Funktionen der Marketingkommunikation verstehen und an konkreten Beispielen anwenden.

Aufgrund von Marketingzielen eine Kommunikationsstrategie mit sinnvollem Massnahmenmix entwickeln.

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
Die Massnahmen der Marketing-Kommunikation aufgrund von Marketingzielen oder -zielgruppen ausarbeiten.	<b>K 5</b>
Die Begriffe und Methoden in der integrierten Kommunikation erklären.	<b>K 2</b>
Die Aufgaben und Projektorganisation im Bereich Marketing-Kommunikation erläutern.	<b>K 2</b>
Die Möglichkeiten und Grenzen integrierter Kommunikation anhand spezifischer Fragestellungen darlegen.	<b>K 4</b>
Die Instrumente und Methoden der Produkte-PR analysieren und auf konkrete Fälle ableiten.	<b>K 4</b>

### 7.8 PR für NPO und öffentliche Hand (mündlich - 30 Minuten)

Die Eigenheiten von PR für nicht-kommerzielle Organisationen kennen und einordnen, ihre Methoden und Instrumente praxisnah anwenden.

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
Auf der Grundlage von konkreten Fällen Situationen analysieren, Strategien entwerfen und Massnahmen vorschlagen, wobei der fachliche Schwerpunkt in einem der nachfolgenden Bereiche liegt: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Staatliche und parastaatliche Strukturen</li> <li>- Gemeinnützige Organisationen im Bereich Soziales, Kultur, Sport oder Politik</li> </ul>	<b>K 5</b>
Die Aufgaben in den Bereichen Direct Marketing und Verkaufsförderung beschreiben.	<b>K 2</b>
Die Aufgaben und Ziele von Sponsoring darlegen.	<b>K 4</b>

### Diplomarbeit / Kolloquium

7.9 **Diplomarbeit** (schriftlich - 6 Monate)

7.10 **Präsentation Diplomarbeit** (mündlich - 20 Minuten)

7.11 **Diskussion Diplomarbeit** (mündlich - 20 Minuten)

7.12 **Fachgespräch** (mündlich - 20 Minuten)

*Eine für PR relevante Fragestellung auswählen, diese nach Genehmigung des Themas durch die Prüfungskommission in Form einer schriftlichen Arbeit entwickeln und ausführen.*

*Präsentation und Vertretung sowie kontradiktorische Diskussion der Diplomarbeit im Rahmen eines Kolloquiums.*

*Führen eines Fachgesprächs zu aktuellen Fragen, die in Zusammenhang mit dem gesamten Prüfungsstoff stehen.*

Die Kandidatin/der Kandidat kann...	Taxonomie
Das gewählte Thema in einer frei wählbaren Form, wie z.B. als konzeptionelle oder strategische Untersuchung, vergleichende Arbeit (zeitlich, geografisch, sachlich, etc.) oder angewandte PR-Forschung umsetzen.	<b>K 6</b>
Ihre/seine Diplomarbeit praxisorientiert (und mit technischen Hilfsmitteln) präsentieren.	<b>K 6</b>
Ihre/seine Diplomarbeit in einer kontradiktorischen Form verteidigen und erläutern.	<b>K 6</b>
Ein Fachgespräch zu aktuellen, PR-relevanten Fragen führen.	<b>K 6</b>

## 8. Beurteilung / Notengebung

### 8.1 Allgemeines

*Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 6.1)*

8.1.1 Die Trägerschaft ist bestrebt, die Qualität ihrer Höheren Fachprüfung auf hohem Niveau zu halten. Folgende Hinweise und Anregungen werden empfohlen:

- Sicherstellen, dass die Informationen und Aufgaben in der Fallstudie mit den Lösungen übereinstimmen und verzahnt sind (fallbezogen lösen, was verlangt ist).
- Der Lösungsansatz sowie ein «fil rouge» müssen konkret ersichtlich sein.
- Einfache Aufgaben mit wenig Punkten auch einfach lösen (Zeitmanagement).
- Realistische, aktuelle Rahmenbedingungen berücksichtigen bzw. voraussetzen.

- Unterscheiden zwischen Begründung und Beschreibung:  
*Begründung*: warum ist etwas vorschlage und wieso ich es als richtig erachten, d.h. aus welchen Gründen ich mir davon einen Nutzen verspreche  
- *Beschreibung*: was ich vorschlage sowie wie und wo ich es umsetzen werde  
Begründungen und Beschreibungen immer fallbezogen formulieren.
- Auf vollständigen Lösungsansatz Wert legen (z.B. inkl. Verantwortlichkeiten, Zeit- und Massnahmenplanung mit was, wie, wann, wer, wie viel).
- Um die Lösung zu vervollständigen, können gegebenenfalls Annahmen getroffen werden (Annahmen klar als solche bezeichnen).

## 8.2 Beurteilung

*Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 6.2)*

- 8.2.1 Die Beurteilung der Notenwerte ist aus Ziff. 6 der Prüfungsordnung ersichtlich. Ergänzend dazu dient der Punkteschlüssel, welcher bei der Leistungsbeurteilung zur Notengebung angewendet wird.

92 bis	100	Punkte	Note	6.0
83 bis	91	Punkte	Note	5.5
74 bis	82	Punkte	Note	5.0
65 bis	73	Punkte	Note	4.5
55 bis	64	Punkte	Note	4.0
45 bis	54	Punkte	Note	3.5
36 bis	44	Punkte	Note	3.0
27 bis	35	Punkte	Note	2.5
18 bis	26	Punkte	Note	2.0
09 bis	17	Punkte	Note	1.5
00 bis	08	Punkte	Note	1.0

Pro Positionsnote werden maximal 100 Punkte vergeben, wobei die Unterteilung in Teilaufgaben einer Gewichtung gleichkommt. Die Unterteilung und Gewichtung wird durch die Expertinnen und Experten in Abstimmung mit der Prüfungskommission vorgenommen und auf der schriftlichen Aufgabe bekannt gegeben. Das Total der erreichten Punktzahl ergibt die Positionsnote. Es sind nur halbe Notenwerte zulässig.

- 8.2.2 Die Diplomarbeit zählt für die Bewertung vierfach. Dabei werden gemäss nachfolgenden Regeln vier gleichwertige Teilnoten erteilt.

Bei der Notengebung für die **schriftliche Arbeit** werden der wissenschaftliche Gehalt (bzw. die Realisierbarkeit bei praktischen Arbeiten), die Kreativität, der Aufbau, die Aufbereitung sowie die Darstellung beurteilt. Die Diplomarbeit darf nicht mehr als 60'000 Zeichen (inkl. Leerzeichen und Anhänge) umfassen und ist in 5-facher Ausfertigung einzureichen. Die Details werden von der Prüfungskommission festgelegt und publiziert.

Bei der Notengebung für die **Präsentation** werden die Qualität der Umsetzung der schriftlichen Arbeit, die Kreativität, die Didaktik und der Hilfsmitelesatz bewertet. Die Prüfungskommission gibt rechtzeitig bekannt, welche Hilfsmittel eingesetzt werden können und welche von der Prüfungsleitung zur Verfügung gestellt werden.

Bei der **Diskussion** der **Diplomarbeit** wird beurteilt, wie die Kandidatin oder der Kandidat kritische Fragen zur Arbeit beantworten kann, wie konstruktiv sie und er auf Feedback reagiert und wie sie und er argumentativ und rhetorisch auftritt.

Im Rahmen eines offenen **Fachgesprächs** wird beurteilt, ob die Kandidatin oder der Kandidat Fragestellungen aus dem gesamten Prüfungsstoff im Rahmen einer aktuellen Diskussion kontrovers diskutieren kann. Dabei werden das Fachwissen, dessen Vernetzung sowie die argumentative und rhetorische Auftritt bewertet.

### 8.3 Taxonomiestufen

Verwendet werden die unten aufgeführten Taxonomiestufen (in Anlehnung an Bloom). Für die Grundlagen- und Aufbaufächer sowie Diplomarbeit und Kolloquium gelten die Stufen K1 bis K6.

<b>Taxonomiestufe</b>	<b>Inhalt</b>	<b>Beschreibung</b>
<b>K1 Wissen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktenwissen</li> <li>• Kennen</li> </ul>	Aufzeichnen von Teilantworten, abfragen und wieder erkennen	Die Kandidatin/der Kandidat gibt wieder, was sie/er vorher gelernt hat: Zum Beispiel Bezeichnungen, Zusammenhänge, Daten, Lösungsschritte, Abfolgen. Probleme werden durch Assoziation oder automatisch, routinemässig gelöst. Der Prüfungsstoff muss auswendig gelernt oder geübt werden.
<b>K2 Verständnis</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen, mit eigenen Worten begründen</li> </ul>	Übersetzen, interpretieren und fort-schreiben	Die Kandidatin/der Kandidat erklärt zum Beispiel einen Begriff, eine Formel oder einen Sachverhalt. Das Verständnis zeigt sich darin, dass sie/er das Gelernte auch in einem Kontext präsent hat, der sich von jenem unterscheidet, in welchem gelernt worden ist. So kann sie/er zum Beispiel einen Sachverhalt auch umgangssprachlich erläutern oder den Zusammenhang grafisch darstellen.
<b>K3 Anwendung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsetzung eindimen-sionaler Lerninhalte</li> <li>• Beispiele aus eigener Praxis</li> </ul>	Anwendung in Situa-tionen, die neu sind, unüblich oder einen neuen Blickwinkel für Studierende haben	Die Kandidatin/der Kandidat wendet etwas Gelerntes in einer neuen Situation an. Diese Anwendungssituation ist vorher im Unterricht nicht vorgekommen.

<b>K4 Analyse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zerlegen in Einzelteile</li> <li>• Fallstudien-Torsos</li> </ul>	In Teile herunter brechen, in Formen herunter brechen	Die Kandidatin/der Kandidat zerlegt Probleme, Situationen, Ausgangslagen, Lösungen, Verfahren oder anderes in deren Bestandteile. Dabei muss sie/er in komplexen Sachverhalten die Aufbauprinzipien oder inneren Strukturen entdecken. Sie/er erkennt Zusammenhänge. Die Aufgabe ist neu.
<b>K5 Synthese</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vernetzen; fachübergreifend darstellen</li> <li>• Optimieren; Projektaufgaben</li> </ul>	Elemente zu einem Muster kombinieren, das vorher nicht klar war	Die Kandidatin/der Kandidat zeigt eine konstruktive Leistung. Sie/er muss verschiedene Teile zusammenfügen, die sie/er noch nicht zusammen erlebt oder gesehen hat. Aus ihrer/seiner Sicht muss eine schöpferische Leistung erbracht werden. Das Neue kann in der bisherigen Zivilisation, Kultur oder Wissenschaft schon vorhanden sein; es ist aber noch nicht in der bisherigen Erfahrung im Unterricht oder in der sonstigen Kenntnis der Kandidatin/des Kandidaten präsent.
<b>K6 Beurteilung</b> Entspricht K4 mit zusätzlicher Bewertung durch die Kandidatin/den Kandidaten	bezogen auf einen Kriterienkatalog und angeben warum	Die Kandidatin/der Kandidat beurteilt Probleme, Situationen, Ausgangslagen, Lösungen, Ansätze, ein Verfahren oder etwas Ähnliches – insgesamt in Hinsicht auf dessen Zweckmässigkeit oder innere Struktur. Das Objekt der Beurteilung ist komplex, es beinhaltet mehrere Elemente. Sie/er kennt zum Beispiel das Modell, dessen Bestandteile und darüber hinaus noch die Qualitätsangemessenheit, die innere Stimmigkeit oder Funktionstüchtigkeit. Darüber hinaus muss sie/er sich ein Urteil bilden, um die Aufgabe richtig lösen zu können. Das Urteil gilt dem ganzen Objekt. Zur Beurteilung gehört auch das Begründen; man muss sagen können, warum etwas besser ist.

## 9. Zeitlicher Ablauf

Die Höhere Fachprüfung für PR-Beraterin/PR-Berater wird terminlich wie folgt gegliedert:

<i>Ausschreibung:</i>	<i>Mitte November des Jahres X-2</i>
<i>Anmeldung:</i>	<i>Mitte Januar des Jahres X-1</i>
<i>Zulassung:</i>	<i>anfangs Februar des Jahres X-1</i>
<i>Aufgebot Grundlagenfächer:</i>	<i>anfangs März des Jahres X-1</i>
<i>Prüfung Grundlagenfächer:</i>	<i>Mitte April des Jahres X-1</i>
<i>Aufgebot Aufbaufächer:</i>	<i>anfangs März des Jahres X</i>
<i>Prüfung Aufbaufächer:</i>	<i>Mitte April des Jahres X</i>
<i>Disposition Diplomarbeit:</i>	<i>Ende Oktober des Jahres X-1</i>
<i>Abgabe Diplomarbeit:</i>	<i>Mitte Juni des Jahres X</i>
<i>Diplom-Kolloquium:</i>	<i>Ende August des Jahres X</i>
<i>Bekanntgabe Prüfungsergebnis:</i>	<i>Mitte September des Jahres X</i>

Diese Angaben sind Zielgrössen, von denen je nach Kalendersituation (Wochen- und Feiertage, Ferien, etc.) abgewichen werden kann. Massgeblich sind in jedem Fall die offiziell publizierten Daten für die jeweilige Prüfung. Für die Fristen sind im Übrigen die Vorschriften der Prüfungsordnung bestimmend.

Die Diplomarbeit muss im gleichen Jahr wie die Prüfung der Aufbaufächer eingereicht werden. Wird im entsprechenden Jahr keine Diplomarbeit eingereicht, so ist die gesamte Prüfung zu wiederholen.

Die Prüfungskommission kann auf rechtzeitig eingereichtes und begründetes Gesuch hin das Absolvieren sämtlicher Prüfungsteile im gleichen Jahr bewilligen (Grundlagen- und Aufbaufächer Mitte April, Diplom-Kolloquium Ende August).

## 10. Beschwerderecht

*Ergänzende Angaben zur Prüfungsordnung (Ziff. 7.3)*

- 10.1 Beschwerden sind innert 30 Tagen nach Erhalt des Entscheides der Prüfungskommission im Doppel beim BBT Bundesamt für Berufsbildung und Technologie, Ressort Recht, Effingerstrasse 27, 3003 Bern einzureichen.

- 10.2 Die Beschwerde muss inhaltlich und formal den Anforderungen des BBT genügen. Ein aktuelles Merkblatt ist unter [www.bbt.admin.ch](http://www.bbt.admin.ch) erhältlich. Die Beschwerdeschrift hat klare Rechtsbegehren (Anträge) zu enthalten und muss die Unterschrift der Beschwerdeführerin und des Beschwerdeführers tragen. Der angefochtene Prüfungsentscheid ist der Beschwerde beizulegen. Die Anträge sind im Einzelnen konkret zu begründen. Subjektive Eindrücke genügen nicht als Beschwerdegründe. Verfahrensfehler oder Willkür betreffend Prüfungsablauf oder Notengebung müssen glaubhaft gemacht werden. Fehlbeurteilungen der Leistung müssen belegt werden. Als Unterlagen dienen den Kandidatinnen und Kandidaten die Aufgaben, welche sie anlässlich der schriftlichen Prüfung erhalten haben sowie eine Kopie ihrer Lösung. Die durch die Kandidatinnen und Kandidaten abgegebenen Lösungen sowie die Prüfungsbewertungen und -gesprächsnotizen bleiben Eigentum der Prüfungskommission. Kopien der Lösungen der schriftlichen Prüfung werden nur an Kandidatinnen und Kandidaten abgegeben, welche die Prüfung nicht bestanden haben und Beschwerde einreichen wollen.
- 10.3 Beschwerden gegen einzelne Noten sind ausgeschlossen, sofern die Prüfung in ihrer Gesamtheit als bestanden bewertet wird.
- 10.4 Auf Beschwerden, die den Anforderungen gemäss Merkblatt BBT nicht entsprechen, wird nicht eingetreten.
- 10.5 Das BBT bestätigt den Eingang der Beschwerde und verlangt einen Kostenvorschuss zur Deckung der mutmasslichen Verfahrenskosten. Kann die Beschwerde gutgeheissen werden, wird dieser Kostenvorschuss rückerstattet. Wird die Beschwerde im Verlauf des Verfahrens zurückgezogen, wird der Kostenvorschuss abzüglich einer Bearbeitungsgebühr rückerstattet. Endet das Verfahren mit einem abweisenden Bescheid des BBT, übersteigen die Verfahrenskosten den Vorschuss in der Regel nicht.
- 10.6 Über das weitere Verfahren wird die Beschwerdeführerin oder der Beschwerdeführer jeweils durch das BBT informiert, wenn ein neues Stadium eintritt.

Prüfungskommission  
Schweizerischer Public Relations Verband SPRV  
Prüfungsleitung/Sekretariat  
Bälliz 62 / Postfach 2221  
3601 Thun

Telefon 033 221 54 56  
E-Mail [pk@sprv.ch](mailto:pk@sprv.ch)  
Internet [www.pr-ex.ch](http://www.pr-ex.ch) / PR-Berater  
[www.sprv.ch](http://www.sprv.ch)

Zürich, 29. August 2008 mes