swiss TEXTILES

HÖHERE FACHPRÜFUNG
FASHIONDESIGNER/-IN

WEGLEITUNG
(ersetzt Wegleitung vom 19.1.2011)

Gültigkeitsdauer
Die Wegleitung gilt bis auf Widerruf.

Zweck
Die Wegleitung enthält Ausführungsbestimmungen und regelt Einzelheiten der eidg. Höheren Fachprüfung zur Fashiondesignerin / zum Fashiondesigner.

Grundlage
Prüfungsordnung über die eidg. höhere Fachprüfung der Fashiondesignerin / des Fashiondesigners.

Berufstitel
Absolventinnen und Absolventen der HFP sind berechtigt, den folgenden Titel zu führen (Prüfungsordnung, Art. 7.12)

- **Fashiondesignerin mit eidgenössischem Diplom/ Fashiondesigner mit eidgenössischem Diplom**
- **Fashiondesigner avec diplôme fédéral**
- **Fashiondesigner con diploma federale**

Bemerkung
Die Artikelhinweise in der Wegleitung beziehen sich auf die Prüfungsordnung (PO) über die Höhere Fachprüfung Fashiondesignerin und Fashiondesigner HFP.

SWISS TEXTILES
Textilverband Schweiz, Fédération textile suisse, Swiss textile federation
Beethovenstrasse 20, Postfach 2900, CH-8022 Zürich
T +41 44 289 79 79, F +41 44 289 79 80, zuerich@swisstextiles.ch, www.swisstextiles.ch

INHALT

1. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN 3
1.1. Der Beruf des Fashiondesigners 3

2. PRÜFUNGSORGANISATION UND PRÜFUNGSORGANE 3
2.1. Prüfungssprache 3
2.2. Termine und Dauer der HFP 3
2.3. Prüfungsexperten, Ausstandsbegehren 4

3. AUSSCHREIBUNG, ANMELDUNG UND ZULASSUNG 4
3.1. Publikation der Prüfungen 4
3.2. Anmeldung 4
3.3. Anerkennung von Prüfungsreglement und Wegleitung 4
3.4. Zulassung 4
3.5. Prüfungsgebühren 5

4. DURCHFÜHRUNG DER PRÜFUNG
4.1. Zugelassene Hilfsmittel 5
4.2. Rückgabe der Prüfungsarbeiten 5

5. TAXONOMIE 5
5.1. Gewichtung 6

6. PRÜFUNGSFÄCHER UND PRÜFUNGSSTOFF 6
6.1. Vorbereitung auf die Prüfung 6
6.2. Detailbeschrieb und Beurteilungskriterien 6
a) Fächerübergreifende Projektarbeit (berufsbegleitende Arbeit) 6
b) Fach 1 - Präsentation Projektarbeit; Kommunikation 8
c) Fach 2 - Betriebswirtschaft 9
- Teilgebiet Volkswirtschaft (Gewichtung/Faktor 1) 9
- Teilgebiet Unternehmungsführung (Gewichtung/Faktor 2) 10
- Teilgebiet Recht (Gewichtung/Faktor 1) 11
- Teilgebiet Mitarbeiterführung/Personalführung (Gewichtung/Faktor 2) 12
- Teilgebiet Marketing (Gewichtung/Faktor 3) 13
- Teilgebiet Rechnungswesen (Gewichtung/Faktor 2) 14
- Teilgebiet Beschaffung (Gewichtung/Faktor 2) 15
6.3. Gewichtung der Fächer für die Gesamtnote 16

7. INKRAFTTRETEN 16

- ALLGEMEINE BEDINUNGEN

1.1. Der Beruf des Fashiondesigners (PO Art. 1.1)

Fashiondesignerinnen und Fashiondesigner HFP arbeiten in der Bekleidungsindustrie und auch im Handel, beispielsweise für nationale oder internationale Modehäuser oder für Moderedaktionen und Trendbüros. Sie sind mitverantwortlich für Trendanalysen, Konzepte und Modellentwürfe und erstellen die entsprechenden technischen Unterlagen und Trendboards.

Ihre Aufgaben sind beispielsweise
- Trendresearch und –analyse
- Konzeptionelle Umsetzung innovativer Designideen in modische und marktgerechte Kollektionen oder Einzelstyles
- Erstellen von Modeskizzen mit technischen Ausarbeitungen
- Planung und Beschaffung von Mustermaterial, Entwicklung von Prototypen
- Enge Zusammenarbeit mit den Einkäufern, Schnitttechnikern und der Musterproduktion
- Druckentwicklung und Visualisierungen am PC
- Styling für Modezeitschriften

Diese Fähigkeiten sind an der HFP nachzuweisen.

- PRÜFUNGSORGANISATION UND PRÜFUNGSORGANE

1.1. Prüfungssprache (PO Art. 3)

- Die übliche Prüfungssprache ist Deutsch.
- Wer in der Landessprache Französisch oder Italienisch geprüft werden will, hat dies bis zum publizierten Anmeldetermin zu melden.
- Die Prüfungsgebühr ist für die Kandidatinnen und Kandidaten aller Landessprachen gleich.

1.2. Termine und Dauer der HFP

Termine
Es gelten die Daten und Fristen gemäss Publikation nach PO Art. 3.1

Prüfungsdauer
Die Prüfungsteile beanspruchen die Kandidatin/den Kandidaten zeitlich wie folgt:

Die Kandidatin oder der Kandidat erhält den Auftrag für die fächerübergreifende Projektarbeit mindestens 3 Monate vor deren Präsentation. Für den überwachten Teil der Prüfung wird das Aufgebot mindestens 6 Wochen vorher verschickt.

Die Prüfung umfasst folgende Teile und dauert:

	Prüfungsteil	Art der Prüfung *mündlich/schriftlich/praktisch*	Zeit	Gewichtung
1	BWL	schriftlich und mündlich	7 h 10 Min.	20 % 10 %
2	Projektarbeit	selbständige Arbeit / Kollektionserstellung (schriftlich und praktisch)	9 Wochen*	50 %
3	Präsentation der PA	mündlich	15 Min.	20 %
		Total	127 h 25’	

*berufsbegleitend, ca. 120 h selbständige Arbeitsstunden innert 9 Wochen. Die Projektarbeit muss mindestens eine Woche vor der Präsentation zu einem vorab definierten Termin abgegeben werden.

1.3. Prüfungsexperten, Ausstandsbegehren

Die Prüfungskommission bestimmt die Prüfungsexperten (PO Art. 2.2)
Die Experten werden den Kandidatinnen und Kandidaten bei Vergabe der Aufgaben für die fächerübergreifende Projektarbeit bzw. mit dem Aufgebot zum überwachten Teil der Prüfung (= Fächer 1 und 2) bekannt gegeben.

Ausstandsbegehren gegen Experten müssen mindestens 14 Tage vor Beginn des überwachten Teils der Prüfung dem Präsidenten der Prüfungskommission schriftlich vorgebracht und begründet werden. Dieser entscheidet endgültig und trifft die notwendigen Anordnungen (PO Art. 4.14).

- AUSSCHREIBUNG, ANMELDUNG UND ZULASSUNG

1.1. Publikation der Prüfungen (PO Art. 3.1.)

Die Fachkurse für die Vorbereitung auf die HFP werden in den gleichen Organen wie die HFP publiziert.

1.2. Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt mit einem bei der STF Zürich erhältlichen Formular, das bei Anmeldung alle verlangten Angaben enthalten muss und dem die erforderlichen Unterlagen beizufügen sind.

1.3. Anerkennung von Prüfungsreglement und Wegleitung

Die Kandidatin/der Kandidat anerkennt durch ihre/seine Anmeldung die Prüfungsordnung und die vorliegende Wegleitung über die Höhere Fachprüfung.

1.4. Zulassung

Zur Prüfung wird zugelassen, wer:
a) das eidg. Fähigkeitszeugnis oder einen gleichwertigen Ausweis besitzt
b) und insgesamt mindestens 4 Jahre Berufspraxis im Modebereich vorweist, woran eine modisch-gestalterische Grundbildung (Sekundarstufe II) oder eine andere entsprechende Ausbildung angerechnet würde.

Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr nach Ziff. 3.41.
Über die Gleichwertigkeit von ausländischen Ausweisen und Diplomen entscheidet das SBFI. Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Bewerberin oder dem Bewerber mindestens drei Monate vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ab-lehnender Entscheid enthält eine Begründung und eine Rechtsmittelbelehrung.

1.5. Prüfungsgebühren

Die Prüfungsgebühr wird durch die Prüfungskommission bestimmt.

- DURCHFÜHRUNG DER PRÜFUNG

1.1. Zugelassene Hilfsmittel

Die Prüfungskommission bestimmt im Rahmen allgemeiner Anweisungen an die Kandidatin/den Kandidaten, welche Hilfsmittel an der Prüfung erforderlich und zugelassen sind. Das notwendige Material und die Formulare werden der Kandidatin/dem Kandidaten von den Prüfungsorganen zur Verfügung gestellt.
Die Kandidatin/der Kandidat sorgt für die Bereitstellung der Schreibutensilien,
Geräte und übrigen Hilfsmittel nach speziellen Anweisungen der Prüfungsorgane.

Die Prüfungsaufgaben sind mit den Prüfungsarbeiten an die Prüfungsorgane zurückzugeben. Sie bleiben Eigentum der Prüfungskommission und dürfen von der Kandidatin/dem Kandidaten weder zurückbehalten noch kopiert werden.
Die an der Prüfung erstellten Notizen (Entwürfe, Ausrechnungen etc.) sind den Prüfungsaufgaben beizufügen.
Die Experten/Expertinnen bewerten die Lösungen nach Inhalt und Form (Darstellung).

1.2. Rückgabe der Prüfungsarbeiten

Alle Diplomarbeiten bleiben für die Dauer von maximal einem Jahr zur Nutzung an der STF. Für Ausnahmen wie Bewerbungen oder Wettbewerbsteilnahmen u. ä. sind die Arbeiten 30 Tage nach der Diplomierung bzw. im Rekursfall nach Abschluss des Rekurses für die Absolventen/innen verfügbar. Die STF übernimmt keine Haftung für Lagerung, Vollständigkeit und Zustand der Diplomarbeit.

- TAXONOMIE

Grad der Komplexität ↑				C – Anwendung
				B – Verständnis
				A – Wissen

1.1. Gewichtung

Fächerübergreifende Projektarbeit
Gewichtung/Faktor gemäss Angaben pro Fach

Fach 1 Präsentation Projektarbeit
Gewichtung/Faktor gemäss Angaben pro Fach

Fach 2 Betriebswirtschaft
Mündliche Prüfung Betriebswirtschaft: Gewichtung/Faktor 3

A = 1 x Punktzahl
B = 2 x Punktzahl
C = 3 x Punktzahl

Schriftliche Prüfung: Gewichtung/Faktor gemäss Angaben pro Fach

Die Anzahl möglicher Punkte je Fragestellung wird ebenfalls entsprechend Zeitaufwand und Komplexität vorgegeben.

Alle Prüfungen der Betriebswirtschaftlichen Teilgebiete betragen 60 Minuten.

- PRÜFUNGSFÄCHER UND PRÜFUNGSSTOFF

1.1. Vorbereitung auf die Prüfung

Über die Vorbereitung auf die Höhere Fachprüfung der Fashiondesignerin/des Fashiondesigners enthält das Reglement keine Vorschriften. Damit die Prüfung erfolgreich bestanden werden kann, ist indessen eine gezielte, systematisch aufgebaute und gründliche Ausbildung unerlässlich. Die Schweizerische Textilfachschule STF führt im Auftrag des Trägerverbands TVS Textilverband Schweiz einen Vorbereitungskurs auf die Höhere Fachprüfung durch. Dieser Fachkurs ist berufsbegleitend konzipiert. Der/die Prüfungskandidat/-in hat somit Gelegenheit, neben der praktischen Ausbildung die Kenntnisse in jenen Stoffgebieten zu erlangen, die bei der Prüfung verlangt werden.

Die Teilnahme am Fachkurs gilt nicht als Voraussetzung für die Zulassung zur Höheren Fachprüfung.

Die Höhere Fachprüfung ist kein Abschlussexamen über den Besuch des Fachkurses.

Den Prüfungskandidaten/-innen wird empfohlen, sich regional in Arbeitsgruppen zusammenzuschliessen, um sich in Gruppenarbeit auf die Höhere Fachprüfung vorzubereiten.

1.2. Detailbeschrieb und Beurteilungskriterien

a) Fächerübergreifende Projektarbeit (berufsbegleitende Arbeit)
Schriftliche / praktische Prüfung

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat ist fähig, aus einem Trendthema einen Projektauftrag abzuleiten und daraus eine innovative, individuelle sowie marktgerechte Kollektion zu entwickeln.
Sie/er kennt die Verknüpfungen zwischen Design und Marketing, kann Segmente definieren und seine Kollektion kunden-oder zielgruppengerecht gestalten und visualisieren.
Bei der Lösung der Aufgaben muss ein persönlicher gestalterischer Ansatz entwickelt werden.

Informationsziel:
Kollektion entwickeln, die von der Idee bis zur Vermarktung schlüssig ist, neue Technologien ebenso reflektiert wie gesellschaftlich relevante Trendthemen.

Die Bedürfnisse der Kollektion in Bezug auf Qualitäten, Preise, Menge, technische Angaben und Produktionsstandort festlegen und dokumentieren.
Dreidimensionale Umsetzungen von eigenen Modellentwürfen ableiten und fachgerecht als Prototypen realisieren.

B - Mappenaufbau:
- Allgemeine Gestaltung und Gestaltungselemente
- Stimmungsbild / Hinführung zum Thema
- Logischer Aufbau / Struktur und Informationsgehalt
- Stilistische Übereinstimmung mit dem Entwurfsthema /Konzept
- Dokumentation der Verknüpfung von Design, Marketing und
- betriebswirtschaftlichen Faktoren der Kollektion

C - Kollektionskonzept:
- Kreativer und innovativer Ansatz der Lösung
- Überzeugender persönlicher Ansatz der Lösung
- Originalität und Neuigkeitswert der Ideen
- Entwicklung und Darstellung des Konzeptes
- Verknüpfungen zwischen Design und Marketing
- Klarheit der Marktpositionierung
- Bezug zu gesellschaftlich-modisch relevanten Trends
- Basisidee mit logischer stilistischer Umsetzung
- Stilgefühl, Linienführung und Proportionengefühl
- Innovative und umfangreiche Detailideen

A - Figurine:
- allgemeine Darstellung
- Proportion
- Zeichentechnik
- Übereinstimmung mit den Entwurfsthemen

C - Farbkonzept:
- Harmonien / Kontraste / Farbrhythmus
- Farbaussage / Inspiration / Herleitung
- Umsetzung in Styles / Gesamtwirkung
- Trendbezug / Modernität
- Stimmigkeit zu Kundenbedürfnis und Konzept
- Varianten der Komposition

C - Materialkonzept:
- Qualität der Farbaussage
- Vielfalt von Motiv / Textur / Materialität
- Trendbezug / Modernität
- Übereinstimmung zum Entwurf
- Visuelle Darstellung
- Quellen / Preissegment

A - technische Zeichnungen:
- Proportionsgefühl und technisches Verständnis
- Sauberkeit und Lesbarkeit
- Technische Produktbeschreibung und Beschriftung
- Darstellung von Detailideen

B - Zielgruppe:
- Potenzial und Kundenkenntnis

- realistisches Preissegment / Verkaufbarkeit
- schriftliche und visuelle Definition des Kundenprofils

B - Modethemen:

- Inspirationsquelle
- Bezug zu gesellschaftlich-modisch relevanten Trends
- Materialwahl
- Farbkonzept
- Umsetzung der Themen

B - Prototypen:

- Durchdachte und innovative 3d-Entwurfsumsetzung
- Konzeptgerechte verarbeitungstechnische Umsetzung
- Passform
- Materialeinsatz
- Trageeigenschaften
- Korrektur- Erkenntnisse
- Modellbeschreibung mit Stückliste, Fertigmasstabelle
- Detailbeschreibung

A - Produktdaten:

- Korrektheit
- Vollständigkeit
- Qualität und Quantität der Informationen

b) Fach 1 - Präsentation Projektarbeit; Kommunikation
Referat und mündliche Prüfung

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat kann eine Kommunikations-Situation anhand von geeigneten Kriterien analysieren und die entsprechende Planung zur Vorbereitung einer Präsentation strukturieren

Informationsziel:
Ideen, Konzepte und Produkte innovativ und zielgruppengerecht mit dem Einsatz von unterschiedlichen Medien visualisieren und mündlich präsentieren.

Kollektionspräsentation:
A - Sprache

A - Einsatz von Medien

B - Auftreten

B - Präsentationsablauf

C - Konzeptsicherheit

C - Präsentationsinhalt

C - Gesamteindruck der Kollektion

c) Fach 2 - Betriebswirtschaft
Schriftliche und mündliche Prüfung

Teilgebiet Volkswirtschaft (Gewichtung/Faktor 1)

Richtziel:
Die Kandidatin/der Kandidat kann das Zusammenspiel der Akteure (Unternehmen, Haushalte, Staat, Ausland, Finanzdienstleister) sowie Marktmechanismen verstehen.
Phänomene der Konjunktur im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang verstehen.

Informationsziel:
Das Marktmodell auf konkrete Fragestellungen anwenden.
Volkswirtschaftliche Aspekte im nationalen und internationalen Kontext beschreiben.
Auf aktuelle wirtschaftspolitische Probleme eingehen und Lösungsansätze aufzeigen.

1. Volkswirtschaftliche Begriffe, Grundlagen:
A - Volkswirtschaftliche Begriffe
- Bedürfnisse, Güter und Produktionsfaktoren erklären
- Entwicklung der Wirtschaftssektoren erkennen
- Der ökonomische Entscheid und die Opportunitätskosten erklären

B - Ziele der Wirtschaftspolitik
- Ziele der Wirtschaftspolitik kennen und verstehen

2. Märkte
A - Grundlegende Mechanismen der Markttheorie und der Preisbildung
- Wichtigste Marktformen identifizieren
- Elastizitätsbegriffe (elastisch und unelastisch)beschreiben
- Grundsätzliche Möglichkeiten der Preisbildung benennen

B - Grundlegende Mechanismen der Markttheorie und der Preisbildung
- Grundüberlegungen der Markttheorie erläutern
- Angebots- und Nachfragediagramm darlegen
- Angebotsüberschuss, Nachfrageüberschuss erläutern

C - Grundlegende Mechanismen der Markttheorie und der Preisbildung
- Verschiebungen der Angebots- bzw. Nachfragekurve einschätzen

3. Der wirtschaftliche Kreislauf
B - Der wirtschaftliche Kreislauf
- Den einfachen und den erweiterten Wirtschaftskreislauf verstehen
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung aus Sicht der Produktionsseite, Verteilungsseite und Verwendungsseite erklären

4. Geld
A - Die Arten des Geldes, Möglichkeiten der Behebung von Störungen des Geldwertes
- Funktionen des Geldes erklären
- Geldmengen M1, M2, M3 verstehen
- Mögliche Gründe benennen, die zu Störungen des Geldwertes führen

B - Die Arten des Geldes erklären, Möglichkeiten der Behebung von Störungen des Geldwertes aufzeigen
- Geldschöpfung und -vernichtung erläutern
- Möglichkeiten aufzeigen, wie Störungen des Geldwertes behoben werden können

5. Konjunktur

A - Konjunkturbeeinflussung

- Möglichkeiten der Konjunkturbeeinflussung durch den Staat kennen und die Auswirkungen beschreiben (monetäre und fiskalpolitische Massnahmen)
- Konjunkturzyklus beschreiben
- Ziele und Träger der Konjunkturpolitik aufzählen

B - Folgen

- Folgen von konjunkturellen Schwankungen grundsätzlich bei starkem resp. schwachem Wachstum darlegen

C - Strategien

- Konjunkturstrategie (z.B. Keynesianismus, Monetarismus) und deren Instrumente einschätzen und vergleichen

6. Globalisierung

B - Grundlagen und Funktionsweise der Aussenwirtschaftspolitik

- Internationaler Handels-, Dienstleistungs-, Zahlungs- und Kapitalverkehr erläutern(inkl. Beispiele, wie das funktioniert)

7. Internationale Organisationen

A - Internationale Organisationen

- EU, EWR, GATT, WTO, OPEC, IWF, Weltbank, OECD usw. unterscheiden und benennen
- Wichtigste internationale Zusammenschlüsse, deren Entwicklung und Bedeutung für die Weltwirtschaft im allgemeinen und für die Schweiz im besonderen beschreiben

<u>Teilgebiet Unternehmungsführung (Gewichtung/Faktor 2)</u>

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kann Methoden zur Untersuchung verschiedenster betrieblicher Fragestellungen anwenden.
Unternehmen in seinen Grundformen erkennen, den Sinn solcher Strukturen verstehen und für Kleinbetriebe selbst gestalten.
Die Stellung der Unternehmungen in der weiteren Umwelt, die Wechselwirkungen zwischen Unternehmung und Umwelt sowie die entstandenen Zielkonflikte erkennen.

Informationsziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kann betriebswirtschaftliche Konzepte der Problemlösung erarbeiten. Für ein Unternehmen eine geeignete Organisationsstruktur gestalten und in geeigneter Form festhalten.

1. Die Stellung der Unternehmungen

B - Die Stellung der Unternehmungen in der weiteren Umwelt, die Wechselwirkungen zwischen Unternehmung und Umwelt sowie die entstandenen Zielkonflikte erkennen

- Umweltsphären und Anspruchsgruppen eines Unternehmens
- BWL versus VWL
- Ökonomisches Prinzip
- Stakeholder und Shareholder Management

2. Problemlösungs- und Entscheidungsprozesse

C - Probleme mit Problemlösungs- und Entscheidungsmethodik analysieren und Lösungen erarbeiten

- Techniken der Problemanalyse und -lösung
- Standortanalyse durchführen

3. Organisation (Strategie, Struktur, Kultur)
B - Die wichtigsten betrieblichen Abläufe und Strukturen beschreiben sowie Vorgänge in den einzelnen Funktionsbereichen im unternehmerischen Zusammenhang verstehen
- Normatives, Strategisches und Operatives Management

4. Gestaltungsaspekte der Organisation
C - Aufgaben mithilfe der Techniken der Aufgabenanalyse untersuchen
- Aufbau- und Ablauforganisation

5. Aufbauorganisation
B - Für ein Unternehmen eine geeignete Organisationsstruktur gestalten und in geeigneter Form festhalten
- Verschiedene Darstellungsformen der Aufbauorganisation, wie Organigramm und Funktionsdiagramm anwenden und aus den grafischen Darstellungen die Leitungsbeziehungen interpretieren
- Modelle der Leitungsorganisation umschreiben

C - Für ein Unternehmen eine geeignete Organisationsstruktur gestalten und in geeigneter Form festhalten
- Prozessorganisation aufbauen
- Massnahmen treffen, um Organisationswiderständen zu begegnen

6. Veränderungsprozesse
B - Für ein Unternehmen eine geeignete Organisationsstruktur gestalten und in geeigneter Form festhalten
- Einsatz von Change Management Instrumenten und Prozessen

<u>Teilgebiet Recht (Gewichtung/Faktor 1)</u>

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat erweitert das Verständnis für kaufmännisches und unternehmerisches Handeln um die rechtliche Sicht.

Informationsziel:
Rechtliche Probleme des betrieblichen Alltages erkennen und einschätzen.

1. Aufbau der Rechtsordnung
A - Rechtliche Probleme des betrieblichen Alltages erkennen und einschätzen
- öffentliches Recht/ privates Recht
- Merkmale Unterscheidung; wichtige Teilgebiete; Bedeutung der Unterscheidung

2. Obligationen
A - Wichtigste Grundsätze des allgemeinen Teils des OR sowie des Vertragsrechtes umschreiben
- Obligationen aus Vertrag
- Ausservertragliche Obligation
- Unerlaubte Handlung und Ungerechtfertigte Bereicherung

3. Personenrecht
B - Die dazu benötigten Rechtsquellen interpretieren und auf entsprechende Problemstellungen anwenden

C - Personenrecht:
- Natürliche Personen: Rechtsfähigkeit, Handlungsfähigkeit (Urteilsfähigkeit und Mündigkeit) einstufen
- Persönlichkeitsschutz als Begriff bewerten
- Juristische Personen; Begriff, Arten, Rechtsfähigkeit, Handlungsfähigkeit beschreiben
- Verein

4. Verträge

B - Die dazu benötigten Rechtsquellen interpretieren und auf entsprechende Problemstellungen anwenden
- Vertrag allgemein; Begriff/Merkmale, Vertragsfähigkeit, Vertragsformen, Antrag, Annahme samt Widerruf, Nichtigkeit, Anfechtbarkeit wegen Willensmängeln (Irrtum, Täuschung, Drohung, Übervorteilung) unterscheiden
- Ausgewählte Vertragstypen kennen, insbesondere Kaufvertrag, Arbeitsverträge und Verträge auf Gebrauchsüberlassung, Auftrag

C - Die dazu benötigten Rechtsquellen interpretieren und auf entsprechende Problemstellungen anwenden
- Kaufvertrag: gesetzliche Form, Inhalt, wichtigste Rechte und Pflichten kennen und anwenden (insbesondere Übergang von Nutzen und Gefahr, Vertragsverletzungen und deren Folgen wie Annahmeverzug, Übergabeverzug, mangelhafte Sache, Zahlungsverzug)

5. Gesellschaftsrecht

B - Gesellschaftsrecht
- Grundlagen: Unterscheidung Einzelunternehmung- Gesellschaft, Begriff der Gesellschaft, Einleitung Gesellschaftsformen, allgemeine Unterscheidungskriterien /- Merkmale kennen
- Personengesellschaften, Kollektiv- und Kommanditgesellschaft: Gründungsvorgang erläutern, Unterschiede bezüglich Mitgliederstellung, Haftung, Geschäftsführung, Vertretung präzisieren
- AG/ GmbH/Genossenschaften/einfache Gesellschaft: Begriff und Zweck, Mitglieder, Haftung, Organisation, Firma

C - Konkrete rechtliche Probleme analysieren, Lösungen vorschlagen und beurteilen

6. Immaterialgüterrecht

C - Immaterialgüterrecht
- Grundlagen Immaterialgüterrecht
- Begriff „Immaterialgüterrechte“ und Zweck
- Marken-, Patent-, Design und Urheberrechte Registrierung von Schutzrechten beim IGE

<u>Teilgebiet Mitarbeiterführung/Personalführung (Gewichtung/Faktor 2)</u>

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat ist fähig, Führungstheorien anzuwenden sowie Vor- bzw. Nachteile zu beurteilen.

Informationsziel:
Methoden zur Ausübung der Führungsfunktion in konkreten Situationen anwenden

1. Strategisch denken und steuern

A - Die wesentlichen Gesetzmässigkeiten zwischenmenschlicher Beziehungen im Arbeitseinsatz aufzeigen können
- Strategisch denken und steuern
- Modelle der Kommunikation

2. Motivationstheorien
B - Die Bedürfnisschichten nach Maslow, die Motivationstheorie (Zwei-Faktoren-Modell) nach Herzberg sowie ihren Einfluss auf die Personalführung und das Betriebsklima darstellen und erklären
- Das eigene Führungsverhalten analysieren
- Selbstentwicklung planen – Reflexion

3. Methoden zur Ausübung der Führungsfunktion
B - Methoden zur Ausübung der Führungsfunktion in konkreten Situationen anwenden
- Direkte Führung von Mitarbeitern erläutern
- Situative Führung darlegen
- Mitarbeitende mithilfe geeigneter Vorgehensweisen beurteilen
- Vor- und Nachteile der verschiedenen Management-by-Formen formulieren (Management by Objectives; Management by Results, Management by Delegations etc.)

C - Methoden zur Ausübung der Führungsfunktion in konkreten Situationen anwenden
- Zielvereinbarungen erstellen
- Die Einführung und Instruktion neuer Mitarbeiter vorbereiten und durchführen
- Begriff, Ziel und Zweck der Mitarbeiterqualifikation beschreiben, die wichtigsten Verfahren anwenden und ein Qualifikationsgespräch führen
- Vor- und Nachteile von 360°-Beurteilungen kennen

4. Das Individuum in der Gruppe
C - Lösungsorientiert Gruppenprozesse gestalten
- Gruppendynamik und Rollenverhalten
- Entwicklungsphasen und Vorgänge in Gruppen sowie ihren Einfluss auf den Einzelnen analysieren und erklären
- Lösungsorientiert Gruppenprozesse gestalten
- Alpha-/Beta-/Gamma-/ Omega- Positionen bewerten

<u>Teilgebiet Marketing (Gewichtung/Faktor 3)</u>

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat erkennt die Grundlagen des Marketings und erarbeitet beispielhafte Marketingaktionen, -strategien und –konzepte.
Sie / er ist in der Lage konstruktiv mit Verkauf und Marketingabteilung zusammenzuarbeiten.

Informationsziel:
Die marktorientierte Denkweise im Unternehmen formulieren und entwickeln.
Marketing als unternehmerisches Instrument anwenden.

1. Die marktorientierte Denkweise
C - Die marktorientierte Denkweise im Unternehmen formulieren und entwickeln
- Märkte und Konsum
- Investition
- Unternehmensphilosophie

2. Marketing als unternehmerisches Instrument
C - Marketing als unternehmerisches Instrument anwenden
- Integriertes Marketing
- CRM Customer Relationship Management
- Instrumente des Konsumgütermarketings
- Marketingziele
- Marketingkonzept
- Segmente der Textilwirtschaft

3. Interkulturelle Besonderheiten in Märkten
B - Interkulturelle Besonderheiten in Märkten analysieren und beim Marketingkonzept berücksichtigen
- Merkmale verschiedener Kulturen / Religionen kennen

4. Marktsegmente und Strategien
C - Marktsegmente analysieren, relevante Strategien entwickeln und i.S. Produktmanagement verantwortlich und kooperativ konkretisieren
- Marketing Instrumente
- Segmentierung
- Marktforschung
- SWOT-Analyse
- Portfolioanalyse

5. Strategische Lösungsoptionen
C - Strategische Lösungsoptionen für unvorhersehbare Probleme entwickeln
- Teilstrategien
- Strategien im Marketing

<u>Teilgebiet Rechnungswesen (Gewichtung/Faktor 2)</u>

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat kennt die grundlegenden Strukturen des Rechnungswesens und kann sie als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen verwenden.

Informationsziel:
Die Finanzbuchhaltung eines Unternehmens verstehen.
Die Kostenstruktur eines Unternehmens mithilfe der Methoden der Betriebsbuchhaltung analysieren.

1. Die Finanzbuchhaltung
B - Die Finanzbuchhaltung eines Unternehmens verstehen
- Erfolgsrechnung
- Bilanz

2. Bilanz- und Erfolgsanalyse
B - Den Abschluss eines Unternehmens anhand von Kennzahlen analysieren.

3. Kalkulation in Handelsbetrieben
C - Anhand der Resultate des Rechnungswesens Kalkulationen für Handelsbetriebe erstellen.

4. Einführung Betriebsbuchhaltung
B - Die Kostenstruktur eines Unternehmens mithilfe der Methoden der Betriebsbuchhaltung analysieren
- Betriebsabrechnungsbogen

5. Kalkulation in Produktionsbetrieben
C - Kosten von Artikelgruppen und Spezialanfertigungen anhand der Resultate der Betriebsbuchhaltung definieren.

6. Teilkostenrechnung
C - Teilkostenrechnungen erstellen und zur Beurteilung führungsspezifischer betriebswirtschaftlicher Probleme anwenden.
- Break-Even Analyse

Teilgebiet Beschaffung (Gewichtung/Faktor 2)

Richtziel:
Die Kandidatin / der Kandidat erkennt die Problematik der Beschaffung und kann die Grundsätze erklären.

Informationsziel:
Die Kandidatin / der Kandidat kann die Bedürfnisse der Kollektion in Bezug auf Qualitäten, Preise, Menge, Dienstleistungen Dritter, Produktionsstandort und Transport festgelegen und erläutern.
Den Aufbau der Termine in der Lieferkette von der Materialrecherche bis zum fertigen Modell planen und organisieren.

1. Teilgebiet Auslandproduktion
A - Die unterschiedlichen Formen der Konfektionsbetriebe verstehen und definieren
- Unterschiedliche Produzententypen

B - Die Produkt-und betriebsspezifischen Kriterien für die Auslandproduktion unterscheiden und erklären
- Produzententypen in CH, EU, FO vergleichen
- Produktdefinition: Qualität, Preis, Menge
- Auswahl des geografischen Raumes

C - Produktionsstandorte und Produktionsbetriebe auswählen und bewerten
- Aktuelle Informationen beschaffen zu Transportzeit und Kosten
- Kriterien für Nachhaltigkeit definieren

C - Unterschiede Systeme zwischen vertikaler und horizontaler Beschaffung und deren Vor- und Nachteile formulieren

2. Planung/Beschaffung
A - Unterschiedlichen Stoffhersteller beurteilen und unterscheiden
- Unterschiedliche Stoffhersteller unterscheiden an Hand von Produktdefinition: Qualität, Preis, Menge

B - Die Materialbeschaffung in der Produktionskette strukturieren und erläutern

C - Dienstleistungen an Fachmessen und über Agenten in diversen geografischen Regionen prüfen und vergleichen
- Dienstleistungen Dritter und Zutaten auf Messen und Agenturen beschaffen
- Messedaten

C - Eine Kollektionsentwicklung planen und organisieren an Hand von Kollektionsübersichten, Musterkollektionen und Eckdaten im Verkauf
- Eine Kollektionsplanung entwickeln und präzisieren an Hand von Terminen und Eckdaten, Material- und Preisangaben, Mengen- und Produktionszeiten

1.3. Gewichtung der Fächer für die Gesamtnote

Die Gewichtung der drei Fachbereiche wird folgendermassen aufgeteilt:

Fächerübergreifende Projektarbeit	50 %
Fach 1 Präsentation	20 %
Fach 2 Betriebswirtschaft	30 %

- INKRAFTTRETEN

Diese Wegleitung tritt am 1.1.2015 in Kraft.

Zürich, ……

Prüfungskommission Fashiondesign HFP

Sonja Amport
Präsidentin