

Lehrplan

1. Allgemeine Bildungsziele

- Der Sprachunterricht befähigt Lernende, sich im eigenen Land und in der Welt sprachlich zurechtzufinden, die eigene Persönlichkeit zu entfalten und interkulturelles Verständnis zu entwickeln.
- Der Beherrschung von Fremdsprachen in Wirtschaft, Wissenschaft, Technik, Kunst und Kultur im Hinblick auf ein weiterführendes Studium und die spätere berufliche Tätigkeit kommt eine besondere Bedeutung zu. Damit werden den Lernenden zusätzliche Perspektiven im beruflichen und privaten Bereich eröffnet.
- Der Unterricht befähigt sie deshalb, sich in der Zielsprache auszudrücken und andere zu verstehen, das selbstständige Denken zu entwickeln und zu systematisieren sowie eine sprachlich-kulturelle Identität aufzubauen.
- Da die Schweiz an verschiedenen Kulturen teilhat, ist in unserem Land das Erlernen mehrerer Sprachen wirtschaftlich, politisch, kulturell und sozial von grösster Bedeutung. Die Auseinandersetzung mit Fremdsprachen trägt dazu bei, Vorurteile abzubauen.
- Das Beherrschen von Sprachen ermöglicht die Zusammenarbeit und die Mobilität auf nationaler und internationaler Ebene. Dies trifft ganz besonders für Ausbildung, Weiterbildung, Praktikum und Beruf zu. Viele Kulturen können mittels einer Weltsprache (z.B. Englisch, Französisch, Spanisch) erschlossen werden.
- Bilingualer Fachunterricht und andere Formen des immersiven Unterrichts (falls durchführbar), Aufenthalte im Sprachraum, Austausch oder andere Formen von Kontakten bieten die Möglichkeit, die sprachlichen Kompetenzen zu erweitern und die Kenntnisse, Fertigkeiten und Haltungen zu fördern.
- Der Sprachunterricht erleichtert Berufsmaturandinnen und -maturanden den Erwerb internationaler Sprachdiplome.

2. Richtziele

Kenntnisse

- über die sprachlichen Mittel (Wortschatz, Strukturen) auf dem Niveau B2 verfügen
- über einen dem Berufsfeld angemessenen Fachwortschatz verfügen

Fertigkeiten

- Die Fertigkeiten sind im Referenzrahmen aufgelistet und beziehen sich jeweils auf die Bereiche Berufsleben, Privatleben, öffentliches Leben und Bildung sowie auf die sprachlichen Aktivitäten Hören (Rezeption mündlich), Lesen (Rezeption schriftlich), an Gesprächen teilnehmen (Interaktion mündlich), zusammenhängendes Sprechen (Produktion mündlich) und Schreiben (Interaktion und Produktion schriftlich)
- Als Bezugsrahmen für die Berufsmaturität gelten der Raster zur Selbstbeurteilung und die Skalen aus dem gemeinsamen europäischen Referenzrahmen für Sprachen (Europarat 2001). Der Referenzrahmen umfasst 6 Niveaus von A1 bis C2. Das Niveau A2 ist Voraussetzung für den Eintritt in einen Berufsmaturitätslehrgang. Als Ziel für die Berufsmaturität gilt bei 240 Lektionen das Niveau B2.

Fertigkeiten gemäss Referenzrahmen Niveau B2

Verstehen Hören

- längere Redebeiträge und Vorträge verstehen und auchkomplexer Argumentation folgen, wenn das Thema einigermaßen vertraut ist
- im Fernsehen die meisten Nachrichtensendungen und aktuellen Reportagen verstehen die meisten Spielfilme verstehen, sofern Standardsprache gesprochen wird

Verstehen Lesen

- Artikel und Berichte über Probleme der Gegenwart lesen und verstehen, in denen die Schreibenden eine bestimmte Haltung oder einen bestimmten Standpunkt vertreten
- zeitgenössische literarische Prosatexte verstehen

Sprechen An Gesprächen teilnehmen

- sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit einer Person der entsprechenden Muttersprache recht gut möglich ist;
- sich in vertrauten Situationen aktiv an einer Diskussion beteiligen und seine Ansichten begründen und verteidigen

Sprechen Zusammenhängendes Sprechen

- zu vielen Themen aus den eigenen Interessensgebieten eine klare und detaillierte Darstellung geben einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben

Schreiben

- klare, detaillierte Texte über eine Vielzahl von Themen schreiben, die einen interessieren
- in einem Aufsatz oder Bericht Informationen wiedergeben oder Argumente und Gegenargumente für oder Briefe schreiben und darin die persönliche Bedeutung von Ereignissen und Erfahrungen deutlich machen

Haltungen

- sich offen und kommunikativ verhalten
- motiviert sein, die sprachlichen Kenntnisse und Fertigkeiten weiterzuentwickeln
- offen und neugierig sein, die Kultur des jeweiligen Sprachraums zu entdecken
- bereit sein, das persönliche Sprachniveau zu reflektieren und eigene Lernstrategien zu entwickeln
- Interesse zeigen an fächerverbindenden und fächerübergreifenden Aktivitäten, in denen Sprachen eine bedeutende Rolle spielen
- bereit sein, berufliche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Zielsprache zu nutzen

Interdisziplinarität

Intradisziplinäres Lernen findet innerhalb eines einzelnen Faches statt, das sich gegenüber Wissen aus anderen Bereichen öffnet. Es bedarf keiner didaktischen Koordination mit anderen Fächern.

Multi- oder pluridisziplinäres Lernen geht ein Thema aus verschiedenen disziplinären Perspektiven interdisziplinär an. Das setzt eine **gemeinsame** Planung aller beteiligten Disziplinen, z. B. im Rahmen einer gemeinsamen Behandlung von Themen oder von Projekten voraus.

Interdisziplinäres Lernen behandelt ein Thema durch verschiedene Disziplinen in integrierender Weise, d. h. mit abgesprochenen Methoden und kohärenten Strategien im Rahmen einer projektorientierten Koordination und Planung.

40 Lektionen mit IKA.

3. Stundendotation

- 1. Jahr 4 Lektionen pro Woche
- 2. Jahr 3 Lektionen pro Woche
- 3. Jahr 3 Lektionen pro Woche

4. Abschluss

First Certificate in English im 6. Semester

Die Fachnote wird wie folgt ermittelt:

Erfahrungsnoten aus Semestern 5 und 6	1/2
FCE – Prüfung	1/2

5. Schullehrplan

Lehrmittel **New Headway Pre-Intermediate; First Certificate Expert; English Grammar in Use**

1. Jahr

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Mündliche Kommunikation 	5.1.1.1 Kaufleute unterhalten sich spontan und im direkten Kontakt, beim Telefonieren, auf Reisen und im Umgang mit Besuchern. Dazu gehören: Leute begrüßen; sich und andere vorstellen; Abmachungen treffen; über Erfahrungen, Pläne und Vorlieben reden; eigene Hobbys und Interessen diskutieren.	Daily life/Shopping/People and places/Ways of communicating/Future plans/Travelling/Professions/Describing cities/Asking the way/At the hotel/Living in a city/Life in the future/Advantages and disadvantages/Telephoning/Earning a living/Interviews	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16	2.1	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques POU (Rollenspiele) Gruppenarbeit
1.4.4.2 (Betriebl. LZ)	Ziele für das Teamverhalten festlegen	Kaufleute können im konkreten Fall für ein Team genaue Ziele selbstständig schriftlich festlegen, um eine vorgegebene Teamleistung in gewünschter Qualität und in angemessener Zeit zu erreichen. Dabei achten sie besonders auf eine kollegiale Zusammenarbeit.	1.12	2.8	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Mündliche Kommunikation 	5.1.1.2 Kaufleute nehmen Anrufe entgegen und leiten die Informationen sinngemäss weiter. Sie vereinbaren, bestätigen und verschieben Termine verständlich und korrekt	Telephoning	1.3 1.6 1.14	2.1 2.3	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> POU (Geschäftstelefon-situationen imitieren) Bedürfnisanalyse

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation 	5.1.2.1 Kaufleute schreiben verständlich einfache Notizen und einfache Mitteilungen (Notizen, Postkarten, Briefe, E-Mail-Nachrichten). Sie füllen auch Formulare inhaltlich korrekt aus.	Ways of communicating /Travelling/ Describing cities	1.3 1.6 1.13	2.2	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Opening and closing address
	5.1.2.2 Kaufleute verfassen inhaltlich korrekte Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	Ways of communicating	1.3 1.13 1.14	2.2 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> POU – Briefe über authentische betriebliche Angelegenheiten
	5.1.3.2 Kaufleute verstehen im Schriftverkehr die Anliegen der Partner und reagieren kundenorientiert (z.B. Empfangsbestätigung, Sendung von gewünschten Informationen, Weiterleiten des Anliegens). (BM) klare, detaillierte Texte über eine Vielzahl von Themen schreiben, die einem interessieren	Ways of communicating	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	6	<ul style="list-style-type: none"> Briefaustausch in der Klasse Gruppenarbeit

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Gespräche 	5.1.3.1 Kaufleute hören mit Interesse Gesprächspartnern zu und reagieren situationsgemäss (z.B. durch Nachfragen, durch aktives Weiterführen des Gesprächs).	Daily life/Shopping/People and places/Ways of communicating /Travelling/Professions /Asking the way/At the hotel/ Telephoning/Earning a living/ Interviews	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques über Bilder reden entscheiden, analysieren, klassifizieren
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.1 Kaufleute verstehen wichtige Inhalte von einfachen Radio- und Fernsehbeiträgen von persönlichem Interesse.	Daily life/Shopping/People and places/Future plans/Travelling/Professions/Describing cities/Asking the way/At the hotel/ Living in a city/Life in the future/ Advantages and disadvantages/ Telephoning/Earning a living/ Interviews		2.2 2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Aktuelle Themen aus der Presse
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.2 Kaufleute verstehen das Thema und wichtige Informationen (Namen, Zahlen, Termine) von Meldungen auf dem Anrufbeantworter. Zudem verstehen sie Durchsagen im öffentlichen Bereich. Die Themen sind gängig oder stammen aus dem Berufsalltag. (BM) im Fernsehen die meisten Nachrichtensendungen und aktuellen Reportagen verstehen	Daily life/Shopping/People and places/Ways of communicating//Travelling/Professions/Describing cities/Asking the way/At the hotel/ Living in a city/ Telephoning		2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Ansagen am Flughafen, Bahnhof

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.2.3 Kaufleute verstehen Hauptinformationen (z.B. Zahlen und Fakten) von Protokollen, Berichten, Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Prospekten, Inseraten und Zeitungsartikeln.	Daily life/Shopping/People and places/ /Future plans/Travelling /Asking the way/At the hotel/ Living in a city/ Telephoning		2.1 2.2 2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Medien
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.4 Kaufleute verstehen in Sitzungen und Besprechungen die wichtigsten Punkte zu Themen, die sie kennen. Dabei erfassen sie die Argumentation der Gesprächsteilnehmer	Professions / Advantages and disadvantages/	1.5 1.13	2.5	K 4	6	<ul style="list-style-type: none"> Berichte, Nacherzählungen
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.5 Kaufleute verstehen in Ausbildungskursen (z.B. Fachunterricht in der Fremdsprache, berufliche Weiterbildung) die wichtigsten Inhalte von Referaten. (BM) die meisten Spielfilme verstehen, sofern Standardsprache gesprochen wird	Professions/ Advantages and disadvantages/	1.9	2.5	K 2	3	<ul style="list-style-type: none"> Interdisziplinär (englische Fachausdrücke in Wirtschaft)

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Lesen – Verstehen 	5.2.2.1 Kaufleute verstehen – gegebenenfalls mit Hilfsmitteln – wesentliche Inhalte von einfachen Texten (Anweisungen, Mitteilungen – in Form von E-Mail, Fax oder Brief, Zeitungsmeldungen, Berichte).	Ways of communicating	1.3	2.2 2.5	K 2	3	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Lesen – Verstehen 	5.2.2.2 Kaufleute verstehen Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Anfragen, Angebote, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	Ways of communicating/Shopping /Telephoning/Interviews	1.3	2.2 2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.1 Kaufleute tragen Informationen oder Ideen verständlich vor und stützen diese mit einfachen Argumenten.	Advantages and disadvantages	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Vor- und Nachteile Redewendungen für Vergleich
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.2 Kaufleute präsentieren kurz (z.B. an einer Sitzung oder einem Besucher) Inhalte aus ihrem Erfahrungsbereich und dem eigenen Arbeitsfeld.	Professions	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.3 Kaufleute nehmen Stellung zu vertrauten Themen aus beruflichem und privatem Bereich, äussern in einfachen Worten ihre Meinung.	Daily life/ People and places/ Future plans/ Travelling/ Professions/ Living in a city/ Life in the future/ Advantages and disadvantages/	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Diskussion und Feedback
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Texte verfassen 	5.3.2.1 Kaufleute verfassen auf eine einfache und klare Weise Telefonnotizen, Memos, Anfragen (z.B. in Form von E-Mail oder Fax) und Geschäftsbriefe nach den gängigen Normen. Sie beantworten Angebote und geben Bestellungen auf. Sie verwenden dabei Vorlagen, Textbausteine und gegebenenfalls Wörterbücher.	Ways of communicating/ Professions/ Advantages and disadvantages	1.6 1.13 1.14	2.1 2.2 2.5	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Struktur und Stil
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> Weiterleitung mündlicher Informationen 	5.4.1.1 Kaufleute geben verständlich Auskunft über Inhalte von Gesprächen (z.B. Telefongespräche, Reklamationen, Kundenwünsche) in der eigenen Sprache aus dem vertrauten Berufsfeld mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache weiter.	Professions/ Telephoning	1.5 1.6	2.5	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> Weiterleitung mündlicher Informationen 	5.4.1.2 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder.	Daily life/Shopping/People and places/ Future plans/Travelling/Professions/Describing cities/Asking the way/At the hotel/ Living in a city/Life in the future/ Advantages and disadvantages/ Telephoning/Earning a living/ Interviews	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Nachrichten formulieren POU (Gruppenarbeiten, Ergebnisse mitteilen)
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> Weiterleitung schriftlicher Informationen 	5.4.1.3 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder. Das Gesprächsthema stammt aus vertrauten Bereichen.	Daily life/Shopping/People and places/Ways of communicating/Future plans/Travelling/Professions/Describing cities/Asking the way/At the hotel/ Living in a city/Life in the future/ Advantages and disadvantages/ Telephoning/Earning a living/ Interviews	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Wortschatz und Etymologie 	5.5.1.1 Kaufleute verfügen über einen angemessenen Grund- und Fachwortschatz, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	Daily life/Shopping/People and places/Ways of communicating/Future plans/Travelling/Professions/Describing cities/Asking the way/At the hotel/ Living in a city/Life in the future/ Advantages and disadvantages/ Telephoning/Earning a living/ Interviews	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	3	<ul style="list-style-type: none"> English words of foreign origin
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Grammatik 	5.5.1.2 Kaufleute verfügen über die notwendigen grammatikalischen Strukturen, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	Daily life/ Future plans/ Describing cities/ Life in the future/Describing past experiences	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	10	<ul style="list-style-type: none"> Praktische Beispiele verwenden

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.1 Bei Verständigungsschwierigkeiten erkennen Kaufleute, wo das Problem liegt und greifen gegebenenfalls routinemässig auf Hilfsmittel (ein- oder zweisprachige – auch elektronische – Wörterbücher, Internet) zurück oder fragen Kollegen.	Ways of communicating/ Using teaching aids	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Wörterbücherarbeit Interdisziplinär (IKA)
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.2 Beim Lesen von Texten zu vertrauten Themen wenden Kaufleute zum besseren Verständnis Techniken an, z.B. Wörter aus dem Kontext erschliessen, Berücksichtigung grafischer Elemente, grössere Informationseinheiten auf einmal erfassen, gezielt nach Informationen suchen.	People and places/Ways of communicating/ Travelling/ Describing cities/Advantages and disadvantages/	1.5 1.8 1.9	2.2 2.5 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Wortschatz und Etymologie 	5.5.2.3 Kaufleute kennen einfache Regeln der Wortbildung, um Wörter ohne Hilfsmittel aus dem Kontext besser zu verstehen.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.9 1.13	2.2 2.5 2.7	K 1	4	<ul style="list-style-type: none"> Interdisziplinär mit Französisch
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.4 Kaufleute fragen mit einfachen Wendungen nach, ob ihre Auskünfte und Gesprächsbeiträge verstanden werden.	Ways of communicating	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	3	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • Strategien zum Verständnis	5.5.2.5 Kaufleute reagieren mit einfachen Wendungen, wenn sie etwas nicht verstanden haben.	Ways of communicating	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	4	• situationsbedingt agieren und reagieren
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • Lücken schliessen	5.5.2.6 Kaufleute umschreiben mit einfachen Mitteln einen Begriff oder einen Sachverhalt, für den sie die Bezeichnung nicht kennen.	Ways of communicating	1.5 1.6	2.7	K 3	3	• Vermeidungstechnik üben
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • Kritische Haltung	5.5.2.7 Kaufleute wenden, wenn nötig, Hilfsmittel (z.B. ein- oder zweisprachige Wörterbücher [vgl. 5.5.2.1.], elektronischer Thesaurus, Korrekturprogramm) an, um ihre eigenen Texte zu korrigieren und zu optimieren.	Using teaching aids	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5	4	• Gruppenarbeit mit unterschiedlichen Mitteln
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			40	
			Total			160	

2. Jahr

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Mündliche Kommunikation 	5.1.1.1 Kaufleute unterhalten sich spontan und im direkten Kontakt, beim Telefonieren, auf Reisen und im Umgang mit Besuchern. Dazu gehören: Leute begrüßen; sich und andere vorstellen; Abmachungen treffen; über Erfahrungen, Pläne und Vorlieben reden; eigene Hobbys und Interessen diskutieren. (BM) einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16		K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> POU (Rollenspiele)
1.4.4.2 (Betriebl. LZ)	Ziele für das Teamverhalten festlegen	Kaufleute können im konkreten Fall für ein Team genaue Ziele selbstständig schriftlich festlegen, um eine vorgegebene Teamleistung in gewünschter Qualität und in angemessener Zeit zu erreichen. Dabei achten sie besonders auf eine kollegiale Zusammenarbeit.	1.12	2.8	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Mündliche Kommunikation 	5.1.1.2 Kaufleute nehmen Anrufe entgegen und leiten die Informationen sinngemäss weiter. Sie vereinbaren, bestätigen und verschieben Termine verständlich und korrekt	Work	1.3 1.6 1.14	2.1 2.3	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> POU (Geschäftstelefon-situationen imitieren)
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation 	5.1.2.1 Kaufleute schreiben verständlich einfache Notizen und einfache Mitteilungen (Notizen, Postkarten, Briefe, E-Mail-Nachrichten). Sie füllen auch Formulare inhaltlich korrekt aus.	Work/Travel	1.3 1.6 1.13	2.2	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
2.5.4.1(betriebl.LZ)	Kaufleute bewerben sich überzeugend um eine ausgeschriebene Stelle, die sie interessiert. Die Gestaltung und Formulierung des Personalblattes und des Bewerbungsbriefes entsprechen den aktuell geltenden Gesichtspunkten.				K5	2	<ul style="list-style-type: none"> Interdisziplinär IKA POU (Bewerbungssituationen vorspielen)
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation 	5.1.2.2 Kaufleute verfassen inhaltlich korrekte Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	Describing habits / Life-styles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.3 1.13 1.14	2.2 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Argumentative essays CVs Job applications Exam techniques

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
	<p>5.1.3.2 Kaufleute verstehen im Schriftverkehr die Anliegen der Partner und reagieren kundenorientiert (z.B. Empfangsbestätigung, Sendung von gewünschten Informationen, Weiterleiten des Anliegens).</p> <p>(BM) in einem Aufsatz oder Bericht Informationen wiedergeben oder Argumente und Gegenargumente für oder gegen einen bestimmten Standpunkt darlegen</p>	Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentative essays • CVs • Job applications • Exam techniques
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> • Gespräche 	5.1.3.1 Kaufleute hören mit Interesse Gesprächspartnern zu und reagieren situationsgemäss (z.B. durch Nachfragen, durch aktives Weiterführen des Gesprächs).	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionen
2.1.3.1. (betriebl. LZ) Sich Informationen beschaffen	Kaufleute sind in der Lage, sich auf verschiedene Arten Informationen und Daten zu beschaffen. Sie verwenden moderne Methoden der Recherche (z.B. relevante Dokumente wählen), kennen die Funktionsweise der Suchmaschinen und nutzen die Techniken der interaktiven Recherche (z.B. Internet).	Work/Technology/Travel	1.5	2.1	K3	2	<ul style="list-style-type: none"> • Authentic examples from the company

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.1 Kaufleute verstehen wichtige Inhalte von einfachen Radio- und Fernsehbeiträgen von persönlichem Interesse.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel		2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.2 Kaufleute verstehen das Thema und wichtige Informationen (Namen, Zahlen, Termine) von Meldungen auf dem Anrufbeantworter. Zudem verstehen sie Durchsagen im öffentlichen Bereich. Die Themen sind gängig oder stammen aus dem Berufsalltag.	Work/ Technology /Travel		2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.3 Kaufleute verstehen Hauptinformationen (z.B. Zahlen und Fakten) von Protokollen, Berichten, Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Prospekten, Inseraten und Zeitungsartikeln. (BM) längere Redebeiträge und Vorträge verstehen und auch komplexer Argumentation folgen, wenn das Thema einigermaßen vertraut ist	Work		2.1 2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques POU (Prospekte von Firmen analysieren)

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.4 Kaufleute verstehen in Sitzungen und Besprechungen die wichtigsten Punkte zu Themen, die sie kennen. Dabei erfassen sie die Argumentation der Gesprächsteilnehmer	Work/ Spending money	1.5 1.13	2.5	K 4	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.5 Kaufleute verstehen in Ausbildungskursen (z.B. Fachunterricht in der Fremdsprache, berufliche Weiterbildung) die wichtigsten Inhalte von Referaten.	Work	1.9	2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques IKA (interdisziplinär mit Wirtschaft)
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Lesen – Verstehen 	5.2.2.1 Kaufleute verstehen – gegebenenfalls mit Hilfsmitteln – wesentliche Inhalte von einfachen Texten (Anweisungen, Mitteilungen – in Form von E-Mail, Fax oder Brief, Zeitungsmeldungen, Berichte).	Describing habits/Childhood/ Lifestyles/Work/Culture/Sport/ Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.3	2.2 2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Lesen – Verstehen 	5.2.2.2 Kaufleute verstehen Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Anfragen, Angebote, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	Describing habits / Lifestyles/Work/Culture/Sport/ Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel (BM) zeitgenössische literarische Prosatexte verstehen	1.3	2.2 2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques Reports Narratives Transactional letters

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.1 Kaufleute tragen Informationen oder Ideen verständlich vor und stützen diese mit einfachen Argumenten.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Argumentative essays
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.2 Kaufleute präsentieren kurz (z.B. an einer Sitzung oder einem Besucher) Inhalte aus ihrem Erfahrungsbereich und dem eigenen Arbeitsfeld. (BM)Briefe schreiben und darin die persönliche Bedeutung von Ereignissen und Erfahrungen deutlich machen	Work	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Argumentative essays Reports Narratives Informal letters
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.3 Kaufleute nehmen Stellung zu vertrauten Themen aus beruflichem und privatem Bereich, äussern in einfachen Worten ihre Meinung.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Reports Narratives Informal letters Formal letters

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> • Texte verfassen 	5.3.2.1 Kaufleute verfassen auf eine einfache und klare Weise Telefonnotizen, Memos, Anfragen (z.B. in Form von E-Mail oder Fax) und Geschäftsbriefe nach den gängigen Normen. Sie beantworten Angebote und geben Bestellungen auf. Sie verwenden dabei Vorlagen, Textbausteine und gegebenenfalls Wörterbücher.	Describing habits /Work/Culture/Sport/ Technology/Music/Food/ Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.6 1.13 1.14	2.1 2.2 2.5	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Reports • Narratives • Informal letters • Formal letters
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> • Weiterleitung mündlicher Informationen 	5.4.1.1 Kaufleute geben verständlich Auskunft über Inhalte von Gesprächen (z.B. Telefongespräche, Reklamationen, Kundenwünsche) in der eigenen Sprache aus dem vertrauten Berufsfeld mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache weiter. (BM) zu vielen Themen aus den eigenen Interessensgebieten eine klare und detaillierte Darstellung geben	Work	1.5 1.6	2.5	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> • Reports • Narratives • Informal letters • Formal letters • Exam techniques
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> • Weiterleitung mündlicher Informationen 	5.4.1.2 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder.	Describing habits/Childhood/ Lifestyles/Work/Culture/Sport/ Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
1.1.3.2(betriebl.LZ)	Kaufleute nehmen Beschwerden, Einwände oder Kritiken sowohl von internen als auch von externen Kunden einfühlsam, ruhig und sachlich entgegen. Sie suchen nach für alle Beteiligten konstruktiven Lösungen.		1.7 1.16	2.7 2.12	K5	2	<ul style="list-style-type: none"> POU (Simulation: Beschwerdebriefe schreiben und Reklamationsgespräche führen)
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> Weiterleitung schriftlicher Informationen 	5.4.1.3 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder. Das Gesprächsthema stammt aus vertrauten Bereichen.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Wortschatz und Etymologie 	5.5.1.1 Kaufleute verfügen über einen angemessenen Grund- und Fachwortschatz, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	4	<ul style="list-style-type: none"> English words of French origin (interdisziplinär)
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Grammatik 	5.5.1.2 Kaufleute verfügen über die notwendigen grammatikalischen Strukturen, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	10	<ul style="list-style-type: none"> Geschäftskontext verwenden

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.1 Bei Verständigungsschwierigkeiten erkennen Kaufleute, wo das Problem liegt und greifen gegebenenfalls routinemässig auf Hilfsmittel (ein- oder zweisprachige – auch elektronische – Wörterbücher, Internet) zurück oder fragen Kollegen.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Interdisziplinär (IKA)
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.2 Beim Lesen von Texten zu vertrauten Themen wenden Kaufleute zum besseren Verständnis Techniken an, z.B. Wörter aus dem Kontext erschliessen, Berücksichtigung grafischer Elemente, grössere Informationseinheiten auf einmal erfassen, gezielt nach Informationen suchen.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.5 1.8 1.9	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Reading for gist
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Wortschatz und Etymologie 	5.5.2.3 Kaufleute kennen einfache Regeln der Wortbildung, um Wörter ohne Hilfsmittel aus dem Kontext besser zu verstehen.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.9 1.13	2.2 2.5 2.7	K 1	4	<ul style="list-style-type: none"> Interdisziplinär mit Französisch
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.4 Kaufleute fragen mit einfachen Wendungen nach, ob ihre Auskünfte und Gesprächsbeiträge verstanden werden.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Rollenspiele

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.5 Kaufleute reagieren mit einfachen Wendungen, wenn sie etwas nicht verstanden haben.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Rollenspiele
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Lücken schliessen 	5.5.2.6 Kaufleute umschreiben mit einfachen Mitteln einen Begriff oder einen Sachverhalt, für den sie die Bezeichnung nicht kennen.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.5 1.6	2.7	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Synonyme üben
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Kritische Haltung 	5.5.2.7 Kaufleute wenden, wenn nötig, Hilfsmittel (z.B. ein- oder zweisprachige Wörterbücher [vgl. 5.5.2.1.], elektronischer Thesaurus, Korrekturprogramm) an, um ihre eigenen Texte zu korrigieren und zu optimieren.	Describing habits/Childhood/Lifestyles/Work/Culture/Sport/Technology/Music/Food Personal appearance/Fashion Relationships/Hobbies/Spending money/Travel	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung von Hilfsmitteln evaluieren
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			30	
			Total			120	

3. Jahr

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Mündliche Kommunikation 	5.1.1.1 Kaufleute unterhalten sich spontan und im direkten Kontakt, beim Telefonieren, auf Reisen und im Umgang mit Besuchern. Dazu gehören: Leute begrüßen; sich und andere vorstellen; Abmachungen treffen; über Erfahrungen, Pläne und Vorlieben reden; eigene Hobbys und Interessen diskutieren. (BM) sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit einer Person der entsprechenden Muttersprache recht gut möglich ist	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16		K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Transactional letters Giving opinions Exam techniques Preparation for language course in the UK
1.4.4.2 (Betriebl. LZ)	Ziele für das Teamverhalten festlegen	Kaufleute können im konkreten Fall für ein Team genaue Ziele selbstständig schriftlich festlegen, um eine vorgegebene Teamleistung in gewünschter Qualität und in angemessener Zeit zu erreichen. Dabei achten sie besonders auf eine kollegiale Zusammenarbeit.	1.12	2.8	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Gruppenarbeit

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Mündliche Kommunikation 	5.1.1.2 Kaufleute nehmen Anrufe entgegen und leiten die Informationen sinngemäss weiter. Sie vereinbaren, bestätigen und verschieben Termine verständlich und korrekt	Media Communication Society Free or guided topics	1.3 1.6 1.14	2.1 2.3	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation 	5.1.2.1 Kaufleute schreiben verständlich einfache Notizen und einfache Mitteilungen (Notizen, Postkarten, Briefe, E-Mail-Nachrichten). Sie füllen auch Formulare inhaltlich korrekt aus.	Media Environment Communication Society	1.3 1.6 1.13	2.2	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
1.1.1.1(betriebl. LZ)	Kaufleute bereiten ein einfaches Kundengespräch nach einem selbst erstellten Plan systematisch vor. Der Plan berücksichtigt alle notwendigen Schritte und Unterlagen eines Verkaufs- oder Beratungsgesprächs.		1.8	2.1	K5	2	<ul style="list-style-type: none"> POU (Rollenspiele)
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Schriftliche Kommunikation 	5.1.2.2 Kaufleute verfassen inhaltlich korrekte Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	Communication	1.3 1.13 1.14	2.2 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
	5.1.3.2 Kaufleute verstehen im Schriftverkehr die Anliegen der Partner und reagieren kundenorientiert (z.B. Empfangsbestätigung, Sendung von gewünschten Informationen, Weiterleiten des Anliegens).	Communication	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
I. Interaktion: Mündliche und schriftliche Informationen austauschen <ul style="list-style-type: none"> Gespräche 	5.1.3.1 Kaufleute hören mit Interesse Gesprächspartnern zu und reagieren situationsgemäss (z.B. durch Nachfragen, durch aktives Weiterführen des Gesprächs). (BM)sich in vertrauten Situationen aktiv an einer Diskussion beteiligen und seine Ansichten begründen und verteidigen	Media Communication Society	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.1 Kaufleute verstehen wichtige Inhalte von einfachen Radio- und Fernsehbeiträgen von persönlichem Interesse.	Media Environment Communication Inventions Society		2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.2 Kaufleute verstehen das Thema und wichtige Informationen (Namen, Zahlen, Termine) von Meldungen auf dem Anrufbeantworter. Zudem verstehen sie Durchsagen im öffentlichen Bereich. Die Themen sind gängig oder stammen aus dem Berufsalltag.	Communication		2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.2.3 Kaufleute verstehen Hauptinformationen (z.B. Zahlen und Fakten) von Protokollen, Berichten, Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Prospekten, Inseraten und Zeitungsartikeln.	Media Communication Society		2.1 2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.4 Kaufleute verstehen in Sitzungen und Besprechungen die wichtigsten Punkte zu Themen, die sie kennen. Dabei erfassen sie die Argumentation der Gesprächsteilnehmer	Media Environment Communication Inventions Society	1.5 1.13	2.5	K 4	2	<ul style="list-style-type: none"> Giving opinions

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Hören – Verstehen 	5.2.1.5 Kaufleute verstehen in Ausbildungskursen (z.B. Fachunterricht in der Fremdsprache, berufliche Weiterbildung) die wichtigsten Inhalte von Referaten.	Communication	1.9	2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques IKA (interdisziplinär mit Wirtschaft)
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Lesen – Verstehen 	5.2.2.1 Kaufleute verstehen – gegebenenfalls mit Hilfsmitteln – wesentliche Inhalte von einfachen Texten (Anweisungen, Mitteilungen – in Form von E-Mail, Fax oder Brief, Zeitungsmeldungen, Berichte).	Media Communication Society	1.3	2.2 2.5	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
II. Rezeption: Mündliche und schriftliche Informationen verstehen <ul style="list-style-type: none"> Lesen – Verstehen (BM) zeitgenössische literarische Prosatexte verstehen	5.2.2.2 Kaufleute verstehen Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Anfragen, Angebote, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief). (BM) Artikel und Berichte über Probleme der Gegenwart lesen und verstehen, in denen die Schreibenden eine bestimmte Haltung oder einen bestimmten Standpunkt vertreten	Communication	1.3	2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques Reports Narratives Transactional letters

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.1 Kaufleute tragen Informationen oder Ideen verständlich vor und stützen diese mit einfachen Argumenten.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Transactional letters
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.2 Kaufleute präsentieren kurz (z.B. an einer Sitzung oder einem Besucher) Inhalte aus ihrem Erfahrungsbereich und dem eigenen Arbeitsfeld.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Transactional letters
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Information und Argumentation 	5.3.1.3 Kaufleute nehmen Stellung zu vertrauten Themen aus beruflichem und privatem Bereich, äussern in einfachen Worten ihre Meinung.	Media Environment Communication Society Free or guided topics	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Transactional letters
III. Produktion Mündliche und schriftliche Informationen geben <ul style="list-style-type: none"> Texte verfassen 	5.3.2.1 Kaufleute verfassen auf eine einfache und klare Weise Telefonnotizen, Memos, Anfragen (z.B. in Form von E-Mail oder Fax) und Geschäftsbriefe nach den gängigen Normen. Sie beantworten Angebote und geben Bestellungen auf. Sie verwenden dabei Vorlagen, Textbausteine und gegebenenfalls Wörterbücher.	Media Communication Society	1.6 1.13 1.14	2.1 2.2 2.5	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Transactional letters

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> • Weiterleitung mündlicher Informationen 	5.4.1.1 Kaufleute geben verständlich Auskunft über Inhalte von Gesprächen (z.B. Telefongespräche, Reklamationen, Kundenwünsche) in der eigenen Sprache aus dem vertrauten Berufsfeld mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache weiter.	Communication Society	1.5 1.6	2.5	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • POU (code switching: interpreting and translation)
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> • Weiterleitung mündlicher Informationen 	5.4.1.2 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder.	Communication Society	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit:
IV. Mediation: Mündliche und schriftliche Informationen weiterleiten <ul style="list-style-type: none"> • Weiterleitung schriftlicher Informationen 	5.4.1.3 Kaufleute geben die wichtigsten Informationen während eines kurzen Gesprächs in der eigenen Sprache mündlich oder schriftlich in der anderen Sprache wieder. Das Gesprächsthema stammt aus vertrauten Bereichen.	Communication Society	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Wortschatz und Etymologie 	5.5.1.1 Kaufleute verfügen über einen angemessenen Grund- und Fachwortschatz, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> F-E-English words of French origin (interdisziplinär)
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Grammatik 	5.5.1.2 Kaufleute verfügen über die notwendigen grammatikalischen Strukturen, um die in den LZ der Wissensbereiche I bis IV aufgeführten Aufgaben zu erfüllen.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	8	<ul style="list-style-type: none"> Praktische Beispiele verwenden
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.1 Bei Verständigungsschwierigkeiten erkennen Kaufleute, wo das Problem liegt und greifen gegebenenfalls routinemässig auf Hilfsmittel (ein- oder zweisprachige – auch elektronische – Wörterbücher, Internet) zurück oder fragen Kollegen.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> interdisziplinär (IKA)

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.2 Beim Lesen von Texten zu vertrauten Themen wenden Kaufleute zum besseren Verständnis Techniken an, z.B. Wörter aus dem Kontext erschliessen, Berücksichtigung grafischer Elemente, grössere Informationseinheiten auf einmal erfassen, gezielt nach Informationen suchen.	Media Environment Communication Inventions Society	1.5 1.8 1.9	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Wortschatz und Etymologie 	5.5.2.3 Kaufleute kennen einfache Regeln der Wortbildung, um Wörter ohne Hilfsmittel aus dem Kontext besser zu verstehen.	Media Environment Communication Inventions Society Free or guided topics	1.9 1.13	2.2 2.5 2.7	K 1	4	<ul style="list-style-type: none"> interdisziplinär mit Französisch
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.4 Kaufleute fragen mit einfachen Wendungen nach, ob ihre Auskünfte und Gesprächsbeiträge verstanden werden.	Communication Society	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Exam techniques
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.5 Kaufleute reagieren mit einfachen Wendungen, wenn sie etwas nicht verstanden haben.	Communication	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Everyday Situations

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • Lücken schliessen	5.5.2.6 Kaufleute umschreiben mit einfachen Mitteln einen Begriff oder einen Sachverhalt, für den sie die Bezeichnung nicht kennen.	Communication	1.5 1.6	2.7	K 3	2	• Synonyme üben
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • Kritische Haltung	5.5.2.7 Kaufleute wenden, wenn nötig, Hilfsmittel (z.B. ein- oder zweisprachige Wörterbücher [vgl. 5.5.2.1.], elektronischer Thesaurus, Korrekturprogramm) an, um ihre eigenen Texte zu korrigieren und zu optimieren.	Media Environment Communication Inventions Society	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5	2	• Anwendung von Hilfsmitteln evaluieren
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			25	
			Total			105	