

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 selbständige Denken zu entwickeln und zu systematisieren sowie eine sprachlichkulturelle 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 oft mittels einer Weltsprache (z.B. Englisch, Französisch, Spanisch) erschlossen werden. Bilingualer Fachunterricht, andere Formen des immersiven Unterrichts, 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

- vgl RLP
- über die sprachlichen Mittel (Wortschatz, Strukturen) auf dem Niveau B2 verfügen

Fertigkeiten

- vgl RLP
- Die Fertigkeiten 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).

Verstehen	Hören	<ul style="list-style-type: none"> • längere Redebeiträge und Vorträge verstehen und auch komplexer Argumentation folgen, wenn das Thema einigermaßen vertraut ist • im Fernsehen die meisten Nachrichtensendungen und aktuellen Sportreportagen verstehen • die meisten Spielfilme verstehen, sofern Standardsprache gesprochen wird
Verstehen	Lesen	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • sich 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	<ul style="list-style-type: none"> • zu vielen Themen aus den eigenen Interessengebieten eine klare und detaillierte Darstellung geben • einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben
Schreiben		<ul style="list-style-type: none"> • klare, detaillierte Texte über eine Vielzahl von Themen schreiben, die einen interessieren

		<ul style="list-style-type: none"> • in einem Bericht Informationen wiedergeben oder Argumente und Gegenargumente für oder gegen einen bestimmten Standpunkt darlegen • Briefe schreiben: persönlich und geschäftlich
--	--	---

Zusätzliche Fertigkeiten

- Strategien und Techniken für das Erlernen einer Sprache entwickeln und anwenden
- rezeptive und interaktive Sprachhandlungsstrategien- und -techniken entwickeln und anwenden
- sich zu Themen aus Kultur und Wissenschaft äussern
- im beruflichen Bereich Fachdiskussionen und Medienbeiträge verstehen
- im beruflichen Bereich Informationen austauschen
- zwischen Partnern, die nicht die gleiche Sprache sprechen, vermitteln

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
- vgl RLP

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 | 3. Lektionen pro Woche |
| 2. Jahr | 4. Lektionen pro Woche |
| 3. Jahr | 3. Lektionen pro Woche |

4. Abschluss

DFP S B2-Prüfung im 6. Semester

Schlussnote: $\frac{\text{Durchschnitt der Erfahrungsnoten aus dem 5. und 6. Semester} + \text{DFP S B2- Prüfungsnote}}{2}$

Lehrmittel: Envol lycée, Eco.com 1, Eco.com 2

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.	Lektionen 1-3 Envoy exprimer son opinion compréhension orale(reportage) thèmes: le voyage La Suisse et l'étranger l'eau Lektionen 4-6 proposer, accepter, refuser les émotions et les sentiments lettres et courriels thèmes: le chocolat l'amour l'art goûts et couleurs exposé d'un thème de la vie quotidienne	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16	2.1	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> Alltagsthemen und -situationen diskutieren Festigen und Repetieren der erworbenen Kenntnisse
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	ditto	1.3 1.6 1.14	2.1 2.3	K 3	5	<ul style="list-style-type: none"> Verhaltensregeln

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.	dito Seite 4	1.3 1.6 1.13	2.2	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> Ratschläge geben
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).	dito Seite 4	1.3 1.13 1.14	2.2 2.7	K 5	5	<ul style="list-style-type: none">
	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).	dito Seite 4	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> Kommentar zur Situation geben
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).	dito	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> Tipps geben

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. (BM) Im Fernsehen die meisten Nachrichtensendungen und aktuellen Reportagen verstehen. Die meisten Spielfilme verstehen, sofern Standardsprache gesprochen wird	reportages, films donner son opinion	1.6	2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> diskutieren Kritik anbringen argumentieren Techniken besprechen
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.	numéros de téléphone, cartes de crédit	1.6.	2.5	K 2	1	<ul style="list-style-type: none"> Techniken zum besseren Verstehen erklären

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.	prospectus informatifs (CFF)	1.6	2.1 2.2 2.5	K 2	1	<ul style="list-style-type: none"> Wesentliches erkennen lernen aktuelles Material verwenden
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 (BM) Längere Redebeiträge und Vorträge verstehen und auch komplexer Argumentation folgen, wenn das Thema einigermaßen vertraut ist.	apprendre à écouter l'exposé	1.5 1.13	2.5	K 4	2	<ul style="list-style-type: none"> die Schüler ins Geschehen involvieren
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.	situations du travail	1.9	2.5	K 2	1	<ul style="list-style-type: none"> Tipps zum besser Verstehen geben

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).	E-Mail, Fax, Brief einfache Texte (journal des enfants)	1.3	2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Texte mit Hilfe von Fragen verstehen lernen
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).	ditto	1.3	2.2 2.5	K 2	1	<ul style="list-style-type: none">
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.	verbes d'opinion	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5	1	<ul style="list-style-type: none"> Gebrauch erklären
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.	situation pratique (au bureau)	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Rollenspiele

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.	verbes d'opinion	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5	1	•
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.	lettres, fax	1.6 1.13 1.14	2.1 2.2 2.5	K 5	1	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenarbeit mit IKA POU: reale Geschäftssituationen in Briefen umsetzen
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.	situation de travail	1.5 1.6	2.5	K 5	1	•

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.	provoquer des réactions	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	1	<ul style="list-style-type: none"> Klassengespräch Fragen stellen
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.	fiches de travail (à deux)	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	1	<ul style="list-style-type: none"> Partnerarbeiten
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.	travail de vocabulaire	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	1	<ul style="list-style-type: none">
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.	mots-clé	1.9 1.13	2.2 2.5 2.7	K 1	1	<ul style="list-style-type: none"> Wörter lernen

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
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.	Imparfait, passé composé, plus-que-parfait phrases relatives avec qui et que verbes l'adjectif / l'adverbe verbes irréguliers expressions de quantité futur simple verbes pronoms y et en les pronoms conjoints verbes le conditionnel les hypothèses le subjonctif pronoms relatifs où / dont / composés	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	30	<ul style="list-style-type: none"> praktische Anwendungen
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden <ul style="list-style-type: none"> Strategien zum Verständnis 	5.5.2.1 Bei Verständigungsschwierigkeit erkennen Kaufleute, wo das Problem liegt und greifen gegebenenfalls routinemässig auf Hilfsmittel (ein- oder zweisprachige – auch elektronische - Wörterbücher, Internet) zurück oder fragen Kollegen.	utilisation du dictionnaire	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> Nachschlagestrategien entwickeln

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.	famille de mots, antonymes, synonymes	1.5 1.8 1.9	2.2 2.5 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> mit dem Dictionnaire arbeiten
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.	questions suggestives	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	3	<ul style="list-style-type: none"> zu Reaktionen motivieren
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.	réponses adéquates	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	3	<ul style="list-style-type: none"> Rückfragen stellen
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.	paraphrases	1.5 1.6	2.7	K 3	3	<ul style="list-style-type: none">

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
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.	Dictionnaire, Internet	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenarbeit mit IKA
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			10 10	
			Total			120L	

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.	visite d'une entreprise faire un apprentissage savoir situer son lieu de travail et son domicile s'orienter dans un bâtiment indiquer le chemin le téléphone épeler les chiffres le bureau le travail dans l'entreprise l'ordinateur organiser un rendez-vous organiser un séjour le planning annuel/hebdomadaire acheter et vendre négocier calculer et payer moyens de paiement	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16	2.1	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> konkrete Situationen
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	ditto	1.3 1.6 1.14	2.1 2.3	K 3	10	<ul style="list-style-type: none">

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
1.1.1.1 (Betriebl. LZ) Kundengespräch vorbereiten	Kaufleute bereiten ein einfaches Kundengespräch nach einem selbst erstellten Plan systematisch vor. Der Plan berücksichtigt alle notwendigen Schritte und Unterlagen eines Verkaufs- oder Beratungsgesprächs	Eco.com1 L3	1.8	2.1	K5	2	<ul style="list-style-type: none"> POU: reale Situation vor der Klasse spielen, Korrekturen anbringen
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.	remplir un formulaire é-mail la lettre commerciale les formules épistolaires la demande la réservation	1.3 1.6 1.13	2.2	K 5	6	<ul style="list-style-type: none"> Büropraxis POU: formale Kriterien des Geschäftsbriefes beachten Zusammenarbeit mit IKA
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).	remplir un formulaire é-mail la lettre commerciale les formules épistolaires la demande la réservation	1.3 1.13 1.14	2.2 2.7	K 5	6	<ul style="list-style-type: none"> Korrekturen aus Fehlern lernen
	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).	réponses à ces lettres	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	6	<ul style="list-style-type: none">

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).	fiches (matériel supplémentaire eco.com1 et 2) travail à deux	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> interaktives Arbeiten POU: Kommentar zu den vorgetragenen Gesprächen geben
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.	réportages films Internet	1.6	2.2 2.5	K 2	10	<ul style="list-style-type: none"> Arbeit mit TV5 mit Arbeitsblatt
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.	CD Eco.com 1	1.6	2.5	K 2	5	<ul style="list-style-type: none">

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.	compréhension auditive	1.6	2.1 2.2 2.5	K 2	10	<ul style="list-style-type: none"> Hörstrategien (stratégie d'écho)
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	discussion en groupe à partir d'un thème	1.5 1.13	2.5	K 4	5	<ul style="list-style-type: none"> Strategien entwickeln
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.	questions-réponses	1.9	2.5	K 2	5	<ul style="list-style-type: none"> zu Reaktionen motivieren
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).	la médiation interpréter un graphique ou une enquête (le camembert)	1.3	2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Berufs- und Prüfungssituation POU: Theorie in die Praxis umsetzen

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 	5.2.2.2 Kaufleute verstehen Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Anfragen, Angebote, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	Lettre, é-mail, prendre des notes	1.3	2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> nötige Textbausteine geben
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.	argumenter à partir de thèmes quotidiens	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Strategien
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.	présentations	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Techniken
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.	prises de position verbes d'opinion	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> aktuelle Themen

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.	lettres commerciales	1.6 1.13 1.14	2.1 2.2 2.5	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Briefformeln repetieren
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.	dialogues, réclamer au téléphone	1.5 1.6	2.5	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Zettel mit Standardsätzen für Telefongespräche verteilen
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.	petits textes et situations	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeiten

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
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.	savoir élaborer un organigramme	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> virtuelle Firma vorstellen
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.	travail de vocabulaire des affaires	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	2	<ul style="list-style-type: none">
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.	famille des mots, synonymes, antonymes	1.9 1.13	2.2 2.5 2.7	K 1	2	<ul style="list-style-type: none">
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.	les indicateurs de temps et de lieu répétition de l'adjectif et de la comparaison le gérondif le passif	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	15	<ul style="list-style-type: none"> praktische Übungen

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.	travail de dictionnaire	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenarbeit mit IKA (online-Recherchen)
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.	exercices à propos des textes (eco.com2)	1.5 1.8 1.9	2.2 2.5 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> Anweisungen genau lesen und verstehen lernen
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.	questions suggestives	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	3	<ul style="list-style-type: none"> vor der ganzen Klasse Beispiele geben
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.	réponses adéquates	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	3	<ul style="list-style-type: none">

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.	apprendre à reformuler	1.5 1.6	2.7	K 3	3	• Unterstützung durch den erlernten Wortschatz
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.	travail de dictionnaire internet	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5	3	• Zusammenarbeit mit IKA
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 angemessener Zeit zu erreichen. Dabei achten sie besonders auf eine kollegiale Zusammenarbeit.	présentation d'un thème en groupes	1.12	2.8	K5	4	• Zusammenarbeit mit IKA
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			10 10	
			Total			160L	

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) Zu vielen Themen aus den eigenen Interessengebieten eine klare und detaillierte Darstellung geben. Einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.	Eco.com 2: L8-9 la réclamation se plaindre, s'excuser, proposer une solution la postulation et ses différentes étapes les offres d'emploi	1.1 1.5 1.6 1.14 1.16	2.1	K 5	15	<ul style="list-style-type: none"> gelernte Strukturen anwenden
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	séries DFP S B2 prendre des notes	1.3 1.6 1.14	2.1 2.3	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> korrekte Schreibweise POU: Selbstkontrolle anhand der gelernten Theorie (eco.com2)

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
1.1.1.3. (Betriebl. LZ) Kundenbedürfnisse erfragen	Kaufleute erfragen die Bedürfnisse der Kunden mit offenen und geschlossenen Fragen und fassen diese am Schluss für den Kunden und die Nachbearbeitung richtig zusammen. Bei Kundengesprächen sprechen Kaufleute ungezwungen, adressatengerecht und hören dem Gesprächspartner/in zu.	Eco.com2	1.15	2.9	K5	2	<ul style="list-style-type: none"> POU: reale Situationen simulieren
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.	l'offre et la commande la facturation et le rappel la réclamation la lettre de candidature séries DFP S B2	1.3 1.6 1.13	2.2	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenarbeit mit IKA POU: Theorie anwenden (Eco.com 2)
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).	travail de vocabulaire (Vocabulaire du français des affaires) séries DFP S B2	1.3 1.13 1.14	2.2 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> korrekte Schreibweise

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).	séries DFP S B2 se référer trouver l'information adéquate	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Textbausteine repetieren
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 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.	séries DFP S B2 fiches de travail (Eco.com2)	1.1 1.5 1.6	2.5 2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Partnerarbeiten
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.	séries DFP S B2 (compréhension auditive)	1.6	2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Hörstrategien Schlüsselwörter notieren

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.	séries DFP S B2 téléphones rendez-vous	1.6	2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Anweisungen genau lesen Notizen machen Konzentration
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.	séries DFP S B2	1.6	2.1 2.2 2.5	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> Anweisungen genau lesen Notizen machen Konzentration
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	séries DFP S B2	1.5 1.13	2.5	K 4	2	<ul style="list-style-type: none"> Anweisungen genau lesen Notizen machen Konzentration

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.	séries DFP S B2 exercices: vrai - faux - non mentionné	1.9	2.5	K 2	1	<ul style="list-style-type: none"> Anweisungen genau lesen Notizen machen Konzentration
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). (BM) 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	séries DFP S B2 (compréhension écrite) lecture d'articles de magazines et de journaux et de textes concernant le monde du travail (bureau, entreprise) lecture d'une oeuvre littéraire	1.3	2.2 2.5	K 2	10	<ul style="list-style-type: none"> Arbeit mit Dictionnaire Lesestrategien entwickeln spezifische Wortschatzkenntnisse

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 	5.2.2.2 Kaufleute verstehen Telefonnotizen, Memos, Reservationen, Anfragen, Angebote, Bestellungen, einfache Beschwerden, Entschuldigungen (in Form von E-Mail, Fax oder Brief).	lecture d'articles de magazines et de journaux séries DFP S B2	1.3	2.2 2.5	K 2	5	<ul style="list-style-type: none"> Lesestrategien entwickeln spezifische Wortschatzkenntnisse
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.	séries DFP S B2 préparation de la production orale de l'examen	1.1 1.6 1.14	2.2 2.9 2.12	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Notizen machen das Wesentliche im Text markieren
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.	séries DFP S B2 (examen oral)	1.1 1.3 1.6 1.14	2.6	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Gelerntes anwenden
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.	séries DFP S B2 situations concrètes au bureau	1.1 1.6 1.14 1.16	2.9	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> Reagieren

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 	<p>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.</p> <p>(BM) Briefe schreiben und darin die persönliche Bedeutung von Ereignissen und Erfahrungen deutlich machen</p> <p>Klare, detaillierte Texte über eine Vielzahl von Themen schreiben, die einen interessieren</p> <p>In einem Aufsatz oder Bericht Informationen wiedergeben oder Argumente und Gegenargumente für oder gegen einen bestimmten Standpunkt darlegen.</p>	<p>l'offre et la commande la facturation et le rappel la réclamation la lettre de candidature</p> <p>séries DFP S B2</p> <p>lettres personnelles, privées</p> <p>préparer une présentation</p> <p>exprimer son opinion (les verbes d'opinion)</p>	<p>1.6 1.13 1.14</p>	<p>2.1 2.2 2.5</p>	<p>K 5</p>	<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • POU: Repetition der gelernten Strukturen in Geschäftsbriefe • Textbausteine verwenden • die wichtigsten Informationen finden und weitergeben • Thema analysieren • aktuelle Themen berücksichtigen

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.	séries DFP S B2 (examen oral) documents en français et en allemand	1.5 1.6	2.5	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Mediationsstrategien repetieren
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.	séries DFP S B2	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Mediationsstrategien repetieren
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.	séries DFP S B2 prendre des notes résumer paragraphe par paragraphe, mettre des mots-clé	1.5 1.6	2.2 2.5 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> • Mediationsstrategien repetieren

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • 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.	Vocabulaire des affaires	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	2	• Verwendung der Uebungen aus dem "Vocabulaire des affaires"
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • Wortschatz und Etymologie	5.5.2.3 Kaufleute kennen einfache Regeln der Wortbildung, um Wörter ohne Hilfsmittel aus dem Kontext besser zu verstehen.	comparaison des mots français avec d'autres langues (français - latin etc.)	1.9 1.13	2.2 2.5 2.7	K 1	3	• Interdisziplinarität
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • 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.	répétition de la conjugaison la phrase complexe: les relatives, les connecteurs	1.8 1.9 1.13	2.1 2.2 2.4	K 3	2	• praktische Anwendungen
V. Grundlagen der Fremdsprachen kennen und anwenden • 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.	travail de dictionnaire	1.5 1.8 1.9 1.12	2.2 2.5 2.7	K 5	2	• Zusammenarbeit mit IKA

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
2.1.3.1. Sich Informationen beschaffen (Betriebl. LZ)	Kaufleute sind in der Lage, sich auf verschiedene Arten Informationen und Daten zu beschaffen. Sie verwenden moderne Methoden der Recherche (zB relevante Dokumente wählen), kennen die Funktionsweise der Suchmaschinen und nutzen die Techniken der interaktiven Recherche (zB Internet)	faire un travail de recherche avec différentes sources (internet)	1.5.	2.1	K3	2	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenarbeit mit 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.	souligner les idées principales d'un texte noter les mots-clé résumer l'essentiel	1.5 1.8 1.9	2.2 2.5 2.7	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> gelernte Strategien anwenden
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.	poser des questions	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> Aufmerksamkeit der Schüler beanspruchen

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.	donner des réponses	1.1 1.6 1.14	2.7 2.9	K 3	2	• auf Fragen reagieren lernen
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.	reformuler les contenus	1.5 1.6	2.7	K 3	2	• vorhandene Kenntnisse aktivieren und anwenden
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.	sélectionner les informations importantes corriger les fautes contrôler la consigne (internet)	1.4 1.9	2.2 2.7	K 5	2	• Zusammenarbeit mit IKA
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			5 5	
			Total			105L	

