



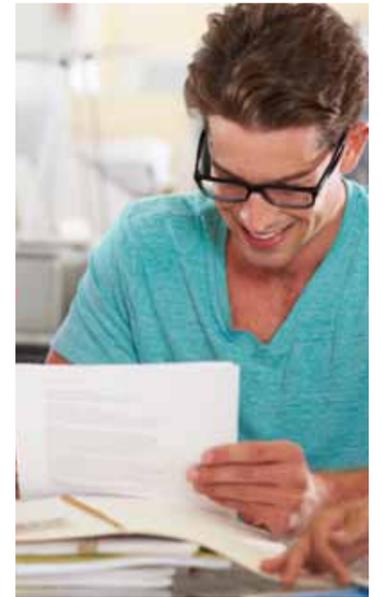
In unserem Bildungszentrum mit sehr guter Verkehrsanbindung befinden sich modern ausgestattete Schulungsräume sowie eine MENSA für Mitarbeiter und Studierende. Bei Bedarf steht unseren Teilnehmern die „Kita Josefinum“ zur Verfügung.



**94%** Bestätigte Qualität für DIDACT durch den Prüfdienst Arbeitsmarktdienstleistungen der Bundesagentur für Arbeit 2013: **94% - Punkte**  
(Bundesdurchschnitt: 74% - Punkte)



## Geprüfter Fachwirt für Marketing (IHK) Geprüfte Fachwirtin für Marketing (IHK)



**Bachelor  
Professional  
of Marketing  
(CCI)**

### Didact Kfm. BerufsbildungsGmbH

#### Fachbereich WIRTSCHAFT & MARKETING

Elsenheimerstraße 31  
80687 München  
Telefon: +49 89 219971-0  
Fax: +49 89 219971-10  
E-Mail: info@didact.de  
www.akademiezentrum.de

#### Anmeldung und Beratung

Hildegard Braun / Durchwahl -13  
Marc Schulz / Durchwahl -26  
Montag bis Freitag von 9:00 bis 17:00 Uhr



- Förderbar nach SGB III
- Abschluss mit Hochschulzugangsberechtigung
- Vollzeit und Berufsbegleitend

# Geprüfte Fachwirtin / Geprüfter Fachwirt für Marketing (IHK)

Abschluss mit Hochschulzugangsberechtigung

Bachelor  
Professional  
of Marketing  
(CCI)

## TÄTIGKEITSPROFIL

Gepr. Fachwirte/-innen für Marketing übernehmen qualifizierte Fach- und Führungsaufgaben in Marketingabteilungen von Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Betrieben. Sie führen Marktanalysen durch und erstellen auf deren Basis geeignete Marketingstrategien. Gepr. Fachwirte/-innen für Marketing arbeiten in der Marketingabteilung von nationalen und internationalen Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsbereiche. Dabei sind sie sowohl in Industrie-, Handels- und größeren Handwerksbetrieben als auch auf dem Dienstleistungssektor tätig.

## PERSPEKTIVEN

Der Lehrgang will Praktiker aus dem Marketingbereich der Unternehmen dazu qualifizieren, Aufgaben im Marketing professionell zu erfüllen. Ziel der Prüfung ist der Nachweis notwendiger Kompetenzen, um für das Unternehmen Veränderungen und Chancen auf nationalen und internationalen Märkten eigenständig erkennen und Marketingmaßnahmen verantwortlich planen, beurteilen und umsetzen zu können.

Dazu zählen:

- Marktinformationen beschaffen, bewerten, prognostizieren und moderieren;
- Planen von Strategien und Projekten im nationalen und internationalen Marketing;
- Projekt- und Produktmanagement: Organisieren, Koordinieren, Moderieren;
- Umsetzen von Marketingstrategien, -projekten und -aktionen im Unternehmen, einschließlich des fachlichen Führens;
- Controlling und Qualitätssicherung im strategischen und operativen Marketing.

Darüber hinaus bietet sich aber auch für Quereinsteiger mit entsprechender Vorerfahrung oder Spezialkenntnissen ein breites und abwechslungsreiches Betätigungsfeld mit guten Aufstiegs- und Karrierechancen.



## ZUGANGSVORAUSETZUNGEN

Eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem anerkannten dreijährigen kaufmännischen oder verwaltenden Ausbildungsberuf und danach eine mindestens zweijährige Berufspraxis

oder

eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem anderen anerkannten Ausbildungsberuf und danach eine mindestens dreijährige Berufspraxis.

*Die Berufspraxis gemäß Absatz 1 muss in absatzwirtschaftlichen Tätigkeiten erworben worden sein.*

## ABSCHLUSS

**Gepr. Fachwirt für Marketing (IHK)**

**Gepr. Fachwirtin für Marketing (IHK)**

Die Abschlussprüfung zum/r Gepr. Fachwirt/-in für Marketing findet vor der Industrie- und Handelskammer schriftlich und mündlich statt.

## Vollzeit und Berufsbegleitend

### LEHRGANGSORGANISATION (600 UE)

#### Vollzeit:

Dauer: ca. 3 Monate  
(45 UE pro Woche; 9 UE pro Tag)  
Montag bis Freitag 8.15 bis 16.15 Uhr

#### Berufsbegleitend:

Dauer: ca. 20 Monate  
Wochenend-/Wochenblockkurse  
8.15 bis 17.00 Uhr

#### Teilnehmerkapazität:

7 - 24 Teilnehmer

#### Weitere Informationen:

[www.didact.de](http://www.didact.de)

## Lehrplan / Lernziele

### Marketingstrategien entwickeln

- Marktentwicklung analysieren, situationsgerecht Instrumente und Formen der Marktforschung anwenden und daraus Schlussfolgerungen ziehen
- Marketingstrategien ableiten, Entscheidungsalternativen entwickeln und präsentieren
- Marketingstrategien unter Berücksichtigung interner und externer Rahmenbedingungen kommunizieren und implementieren

### Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen

- Marketing-Mix strategiegerecht auswählen und zur Ausgestaltung von Marketingkonzepten einsetzen
- Marketingprojekte im Rahmen von Konzepten zielgruppenorientiert und situationsgerecht koordinieren und umsetzen
- Marketingkonzepte und -projekte zielgerichtet auswerten und optimieren

### Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln

- Instrumente des Marketingcontrollings auswählen und zur Analyse strategischer sowie operativer Marketingprozesse einsetzen
- Ergebnisse des Marketingcontrollings auswerten und zur Optimierung der Marketingprozesse nutzen
- Auswirkungen auf die Qualitätssicherung der Prozesse analysieren und Verbesserungen ableiten

### Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit

- Situationsgerechtes Kommunizieren mit internen und externen Partnern sowie zielgerichtetes Einsetzen von Präsentationstechniken
- Festlegen und Begründen von Kriterien für die Personalauswahl sowie Mitwirken bei der Personalrekrutierung
- Planen und Steuern des Personaleinsatzes
- Anwenden von situationsgerechten Führungsmethoden
- Planen und Durchführen der Berufsausbildung
- Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes

Ausschließlich  
Präsenzunterricht mit  
Fachdozenten

CUSTOMER  
ANALYSIS  
ADVERTISING  
MARKET  
SALES  
PROMOTION  
PRICE  
INTERNET  
TARGET

