



Fachmann / Fachfrau für Marketing und Vertrieb



Zertifizierter Träger nach AZAV und ISO 9001



94%

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



Stand 07/25
www.didact.de

DIDACT Kfm. BerufsbildungsGmbH

Fachbereich WIRTSCHAFT & MARKETING
Rosenkavalierplatz 5
81925 München
Telefon: +49 89 219971-0
Fax: +49 89 219971-10
E-Mail: info@didact.de
www.didact.de

Anmeldung und Beratung

Hildegard Braun / Durchwahl -13
Dipl.-Ing. Günter Dreher / Durchwahl -25
Montag bis Freitag von 9:00 bis 17:00 Uhr



- Förderbar nach SGB III / II
- Vollzeit
- Bestens geeignet für Quereinsteiger

Fachmann / Fachfrau für Marketing und Vertrieb

Marketing –
Kreativität und
kaufmännisches
Fachwissen

TÄTIGKEITSPROFIL

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

PERSPEKTIVEN

Die Teilnehmer/-innen werden über den Aspekt der Medien- und Kommunikationskompetenz hinaus mit einem fundierten kaufmännischen Fachwissen ausgestattet. Für qualifizierte Marketingfachleute bietet sich ein breites Wirkungsfeld in den folgenden Bereichen:

- Full-Service-Agenturen
- Spezialagenturen (PR, Event / Konzert, Onlinemarketing,
- Direkt-/ Dialogmarketing, Verkaufsförderung etc.)
- Marketing- und Kommunikationsabteilungen in Industrie- und Handelsunternehmen, öffentlichen und sozialen Einrichtungen
- Behörden und Verbände (Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Medienunternehmen (Verlage, Fernseh-/ Rundfunkanbieter)
- Unternehmensberatungsgesellschaften
- Kultur- und Touristikbetriebe

Die Branche ist stets an qualifizierten Newcomern interessiert. Darüber hinaus bietet sich aber auch für Quereinsteiger mit entsprechender Erfahrung oder Spezialkenntnissen, ein breites und abwechslungsreiches Betätigungsfeld mit guten Aufstiegs- und Karrierechancen.



ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

- Akademiker aller Studienfachrichtungen oder
- studentischer Personenkreis, der sich neu orientieren möchte
- oder
- Bewerber/-innen mit mittlerem Bildungsabschluss und Berufserfahrung
- oder
- Entscheidung durch den Kostenträger.

ABSCHLUSS

Fachmann für Marketing und Vertrieb
Fachfrau für Marketing und Vertrieb

**Bei vorhandener Berufserfahrung
IHK-Abschluss zur/zum Gepr. Fach-
wirtin für Marketing IHK möglich!**

Vollzeit ca. 5 Monate

KURSOrganisation (918 UE)

9 Unterrichtseinheiten pro Tag
oder 45 UE pro Woche
Montag bis Freitag
8.15 - 16.15 Uhr

(Ferienzeiten sind eingeplant)
Pausenregelung: 15 Min. nach jeder
Doppelstunde, 30 Min. Mittagspause

Teilnehmerkapazität:
7 - 24 Teilnehmer

Weitere Informationen:
www.didact.de

Lehrplan / Lernziele

MODUL: Marketing

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 Mitarbeiter/-innen
- Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes

MODUL: Vertrieb

Methodisches Arbeiten unter Anwendung moderner Informationstechnologien

- Sinnvolles Strukturieren des eigenen Arbeitsbereichs und effektives Zeitmanagement
- Zielgerichtetes Aufbereiten und Nutzen des Berichtswesens
- Methoden zur Ausschöpfung des eigenen Kreativpotenzials anwenden

- Electronic Business nutzen
- Entwickeln der eigenen Persönlichkeit

Wirtschaften unter Berücksichtigung von Kosten-/ Nutzenaspekten

- Zusammenhänge rationalen Wirtschaftens verstehen
- Marktformen analysieren und Preisbildungsstrategien ableiten
- Geld- und währungspolitische Aspekte im Rahmen der Globalisierung verstehen
- Aufgaben und Abläufe im Unternehmen verstehen und analysieren
- Mechanismen des Rechnungswesens und der Finanzierung begreifen

Marktchancen identifizieren und die Marketinginstrumente zielgerichtet einsetzen

- Marktinformationen erheben und Marktwissen nutzen
- Strategisch geplante Kaufangebote zielgerichtet entwickeln
- Aufbau eines Markenwertes verstehen und diesen verkaufen
- Die eigene Marketingleistung überprüfen und bewerten

Rechtsfragen aus der Vertriebspraxis prüfen und bearbeiten

- Grundsätze und Zusammenhänge des Rechtswesens verstehen
- Vertriebsrelevante Rechtsbestimmungen des BGB und HGB kennen
- Chancen und Risiken im Rahmen des gewerblichen Rechtsschutzes erkennen und deren Auswirkungen einschätzen können
- Umweltrechtliche Bestimmungen überblicken

Kundenkontakte effektiv und effizient gestalten

- Kundenorientiert handeln
- Kundenbedürfnisse ermitteln und bedarfsgerecht erfüllen
- Verkaufstechniken im Verkaufsgespräch anwenden
- Präsentationen wirkungsvoll gestalten und durchführen
- Kundenreklamationen aufnehmen und bearbeiten

Bewerbungstraining



Ausschließlich
Präsenzunterricht mit
Fachdozenten