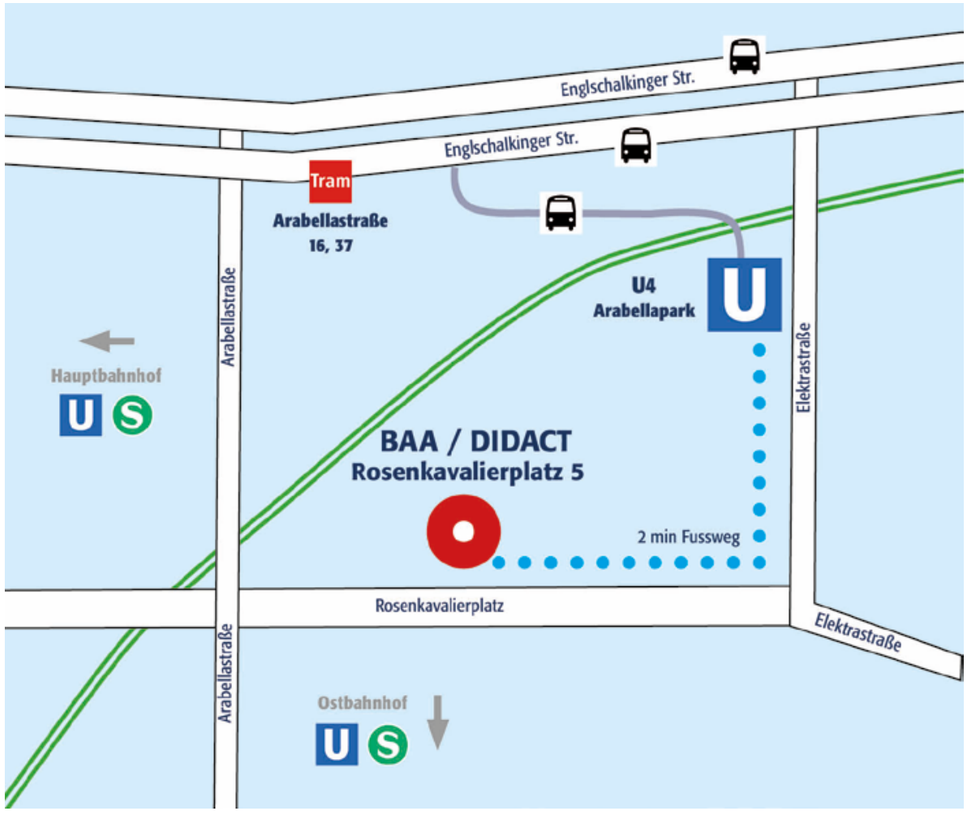
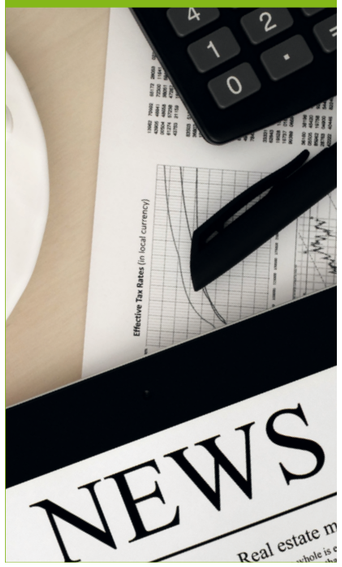
DIDACT
ZERTIFIZIERTE BERUFSBILDUNG



Kauffrau für Marketingkommunikation (IHK)
Kaufmann für Marketingkommunikation (IHK)

Ausbildungsberuf für kreative Fachkompetenz



- **Erweiterte Umschulung (inkl. Basiskurs)**
- **Zusatzqualifikation: Fachberater/-in im Vertrieb**
- **Förderbar nach SGB III / II**
- **Vollzeit 24 Monate**

DIDACT Kfm. BerufsbildungsGmbH

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

Anmeldung und Beratung
Hildegard Braun / Durchwahl -13
Dipl.-Ing. Günter Dreher / Durchwahl -26

Montag bis Freitag von 9:00 bis 17:00 Uhr

Agentur für innovative Geschäftsentwicklung, Managementberatung, Projekt- & Personalvermittlung mbH

Zertifizierter Träger nach AZAV und ISO 9001

BVL Bundesvereinigung Logistik

DWG

DATEV Bildungs-Partner

Zertifiziert durch QUACERT DIN EN ISO 9001

Zugelassen durch QUACERT AZAV-Maßnahme

94%

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

BAA BAYERISCHE AKADEMIE FÜR AUSSENWIRTSCHAFT E.V.

Stand 07/25
www.didact.de

www.didact.de

MARKETING

Kauffrau / Kaufmann für Marketingkommunikation (IHK)

Zusatzqualifikation: Fachberater/-in im Vertrieb

Ausbildungsberuf mit Zukunft in 24 Monaten

TÄTIGKEITSPROFIL

Zu den vielschichtigen Arbeitsgebieten von Marketingkaufleuten gehören neben Werbeagenturen und Werbeabteilungen, Dienstleistungsunternehmen in nahezu allen Bereichen der Kommunikationswirtschaft sowie Fachabteilungen in Handels- und Industrieunternehmen. Kaufleute für Marketingkommunikation haben einen abwechslungsreichen Alltag. Morgens Organisation eines Foto-Shootings, vor dem Mittag ein Meeting mit der Grafikabteilung, nachmittags Termin beim Kunden und die Abrechnung sowie Budget-Kontrolle der laufenden Kampagne muss auch noch erledigt werden.

PERSPEKTIVEN

Das Berufsbild des früheren Werbekaufmannes wurde deutlich erweitert und auf die komplexen Anforderungen des Marketing- und Medienmarktes abgestimmt. Die Ausbildung zur/m Kauffrau/mann für Marketingkommunikation bietet eine interessante Alternative zu den gestalterischen und technischen Medienberufen.

Die Teilnehmer/-innen werden über den Aspekt der Medien- und Kommunikationskompetenz hinaus mit einem fundierten kaufmännischen Fachwissen ausgestattet. Die Branche ist an jungen, dynamischen und fundiert ausgebildeten Newcomern interessiert.

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

ZIELGRUPPE

- Personen mit fehlendem Berufsabschluss
- Personen mit Migrationshintergrund
- Personen zur Anpassung des beruflichen Qualifikationsprofils an den Arbeitsmarkt
- Berufsrückkehrer/-innen, Studienabbrecher/-innen
- nach Entscheidung der Arbeitsvermittlung

ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Der Kostenträger prüft in der Regel die Voraussetzungen. Beim Maßnahmeträger werden bei Bedarf entsprechende Deutsch- und Eignungstests durchgeführt. Bei Selbstzahlern prüft DIDACT die Zugangsvoraussetzungen innerhalb eines institutsinternen Aufnahmeverfahrens.

Sonstige Bedingungen:

- (sehr) gute Kommunikationsfähigkeiten
- Sprachgewandtheit
- Analytisches Denken
- Organisatorisches Geschick
- Kreativität
- mind. 8 - 9 Schuljahre (Mittlere Reife erwünscht)

ABSCHLUSS

Kauffrau / Kaufmann für Marketingkommunikation (IHK)

Zusatzqualifikation: Fachberater/-in im Vertrieb

Vollzeit 24 Monate

AUSBILDUNGSORGANISATION (2684 UE / Praktikum 1120 Std.)

Vollzeit-Umschulung
Dauer: 24 Monate

Fachtheoretische Ausbildung
(14 Monate)
Betriebliches Praktikum
(7 Monate)
Prüfungsvorbereitung
(3 Monate)

Montag bis Freitag
08:15 – 16:15 Uhr

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

Weitere Informationen: www.didact.de

WAHLANGEBOTE MIT ZUSÄTZLICHEN ZERTIFIKATEN

Integrierte mögliche Prüfungen / Zertifikate:

- Teilnahme (für ausländische Mitbürger/-innen) an den offiziellen **TELC**-Prüfungen (nach Bedarf) Stufe B 2
- Qualitätsmanagement-Ausbildung: QM-Assistent/-in

ZUSATZANGEBOT:

- Praktikumsbetreuung; Arbeitsplatzcoaching

Didact steht ein breites Netzwerk an Firmen, Organisationen und Unternehmen zur Verfügung, das laufend erweitert wird. Wir vermitteln Praktikumsplätze und entlasten von der zeitraubenden Praktikumsplatzsuche.

Ausbildungsinhalte

Wirtschafts- und Sozialkunde
- Ausbildungsvertrag, Berufsbildungsgesetz
- Betriebsverfassungsgesetz
- Unternehmensziele, Corporate Identity
- Kommunikationsregeln
- Einzelunternehmung, KG, GmbH, AG
- Leistungen in der Kommunikations- oder Medienbranche
- Wirtschaftsorganisationen, berufsständische Organisationen

Wertetröme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten
- HGB
- Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung
- Abschreibungen
- Geschäftsfälle

Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren
- Angebotsvergleich
- Rechts- und Geschäftsfähigkeit
- Kaufvertrag, Dienstvertrag, Werkvertrag
- Leasing, Darlehen, Kontokorrentkredit

Märkte analysieren und bewerten
- Marketingziele und Zielhierarchien
- Marktanalyse, -beobachtung, -prognose
- Produkt- und Markenstrategien
- Portfolioanalyse, Produktlebenszyklus
- Preisstrategien, Distributionsstrategien
- Gestaltungsgrundsätze

Werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten
- Werbe- und Medienrecht, Markenrecht, Urheberechte, Verwertungsrechte
- Patentrecht, Gebrauchsmusterrecht, Geschmacksmusterrecht
- Art Buying
- Preisangabenverordnung
- Werberat

Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren
- Budgetierungsverfahren
- Operationalisierung von Marketingzielen
- Produktdifferenzierung, -variation, -diversifikation, -elimination
- Skimming- und Penetrationsstrategie
- Aquisitorische Distribution
- Kommunikationszielgruppen

Kommunikationsinstrumente analysieren und bewerten
- Zielgruppentypologien
- Kommunikationsinstrumente, Integrierte Kommunikation
- unique selling proposition, unique advertising proposition
- consumer benefit
- reason why, tonality
- claim, slogan
- Subjektive und objektive Werbewirkungsforschung
- response
- recall, recognition

Integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren
- Briefing / Rebriefing
- Kalkulation, Budgetaufteilung
- Kreativitätstechniken
- Präsentationstechniken
- Projektmanagement
- Personelle und technische Kapazitätsplanung
- Qualitäts-, Konflikt- und Beschwerdemanagement

Bei der Mediaplanung mitwirken
- Mediaziele
- Marktmediastudien
- Intra- und Intermediavergleich
- Planevaluation
- Media-Budgetierung, Media-Einkauf, Mediaabrechnung

Die Produktion von Kommunikationsmitteln organisieren und kontrollieren
- Gestaltungskriterien
- Druckverfahren, Bedruckstoffe, Weiterverarbeitung
- Audiovisuelle Medien, Multimedia
- Online-Marketing

Betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung insbesondere Betriebsabrechungsbogen
- Agenturspezifische Deckungsbeitragrechnung
- Jahresbudget Planung
- Kostenvoranschlag
- Vergütungsmodelle, -abrechnungen
- Projektkalkulation, Kostenkontrolle

Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen
- Bruttoinlandsprodukt
- Magisches Viereck
- Inflation, Deflation
- Angebots- und nachfrageorientierte Konjunkturpolitik
- Grundzüge der Geld- und Fiskalpolitik

Ausschließlich Präsenzunterricht mit Fachdozenten

Fremdsprachige Kommunikation: Englisch Deutsch / Kaufmännischer Schriftverkehr / Büromanagement
Spezielle EDV-Anwendungen / Digitales Marketing
MS Office-Ausbildung
Bewerbungstraining / Profiling
Zusatzqualifikation: Fachberater/-in im Vertrieb

www.didact.de