

# **Kaufmann/-frau – Marketingkommunikation: Ausbildungsinhalte**

## **Im 1. Ausbildungsjahr lernen die Auszubildenden im Ausbildungsbetrieb beispielsweise:**

- wie man Kommunikationsregeln berücksichtigt und zielgruppen- sowie mediengerecht anwendet
- Informationen zielgruppengerecht aufzubereiten und bedarfsgerecht zu nutzen sowie situationsgerecht zu kommunizieren
- wie man Merkmale einer Marke darstellt
- mit welchen Methoden man Briefingbestandteile recherchiert und verifiziert und wie man ein Briefing formuliert
- auf welche Weise man Bedingungen für Ausschreibungen und Wettbewerbspräsentationen feststellt
- wie sie Informations- und Kommunikationssysteme aufgabenorientiert einsetzen sowie interne und externe Dienste und Netze nutzen

## **Im 2. Ausbildungsjahr erfahren die Auszubildenden z.B.:**

- welche Informationsquellen sie für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten nutzen können und wie sie das Konsumentenverhalten erfassen und analysieren können
- wie sie an der Entwicklung von Strategien für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mitwirken
- welche Instrumente der Markenführung existieren und welche Maßnahmen zur Kundenbetreuung und -bindung umzusetzen sind
- wie sie Herstellungsprozesse und Aktivitäten planen und überwachen, z.B. hinsichtlich Zeit, Kosten und Qualität
- welche rechtlichen Vorschriften, z.B. zum Wettbewerbs-, Urheber- oder Markenrecht, es gibt und wie sie anzuwenden sind
- wie sie Märkte beschreiben und eingrenzen sowie Informationen über Mitbewerber und Marktentwicklungen beschaffen und auswerten
- auf welche Weise sie bei der Vertragsgestaltung sowie an der Beschaffung von Rechten und Lizenzen mitwirken
- wie sie Ausschreibungen formulieren sowie Konzeptionen, Angebote und Präsentationen bewerten und auswählen
- auf welche Weise sie den Medieneinsatz steuern und überprüfen sowie die Resonanz erfassen und dokumentieren
- wie sie die Ergebnisse der Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen dokumentieren

## **Im 3. Ausbildungsjahr lernen die Auszubildenden u.a.:**

- wie sie Mediaziele festlegen, Medienmix und Einsatzpläne entwickeln sowie Optimierungsmöglichkeiten prüfen
- den Kommunikationsmix und die Kommunikationsmittel zu bestimmen, Produktion und Ressourcen zu planen sowie Projektbudgets zu kalkulieren und vorzuschlagen
- Budgets nach Zeit, Aktionen und Instrumenten der Maßnahmen aufzuteilen, Kapazitäten zu planen und mit der Produkt-, Marketing- und Vertriebsplanung abzugleichen
- die Rentabilität zu ermitteln und daraus Folgerungen für zukünftige Maßnahmen abzuleiten

- die Instrumente des Projektmanagements anzuwenden
- wie sie die Instrumente der Marktbeobachtung und -analyse auswählen und Absatzpotentiale ermitteln
- auf welche Weise sie Vorgaben für die Kreation formulieren und Kreativitätstechniken nutzen
- mit welchen Methoden sie eine Budgetkontrolle durchführen und bei Abweichungen eine Nachkalkulation vornehmen
- die Wirtschaftlichkeit der vertraglichen Vereinbarungen zu prüfen
- Arbeitsergebnisse situationsgerecht zu präsentieren und zu begründen
- wie sie Beschwerden entgegennehmen, betriebsübliche Maßnahmen umsetzen und dabei kulturelle Besonderheiten bei geschäftlichen Kontakten berücksichtigen

**Während der gesamten Ausbildung wird den Auszubildenden vermittelt:**

- welche Rechtsform der Ausbildungsbetrieb hat
- welche Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsverhältnis hervorgehen
- wie man berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwendet
- welche Möglichkeiten es für eine wirtschaftliche und umweltfreundliche Energie- und Materialanwendung gibt

**In der Berufsschule sind folgende Lernfelder Gegenstand des theoretischen Unterrichts:**

- Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren
- Märkte analysieren und bewerten
- Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren
- die Produktion von Kommunikationsmitteln vorbereiten und kontrollieren
- betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren
- Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten
- werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten
- Kommunikationsinstrumente analysieren und bewerten
- integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren
- bei der Mediaplanung mitwirken
- gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen
- den Ausbildungsbetrieb präsentieren

**Duale Ausbildung**

Während einer dualen Berufsausbildung werden Kaufleute für Marketingkommunikation im Ausbildungsbetrieb und in der Berufsschule ausgebildet.

Überwiegend absolvieren Auszubildende ihre Ausbildung in Unternehmen der Kommunikationsbranche wie Werbe- und PR-Agenturen bzw. in den Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Organisationen und öffentlichen Institutionen. Dort arbeiten sie vor allem in Büroräumen mit Bildschirmarbeitsplätzen. Daneben sind sie auch mit dem Auto im Außendienst unterwegs, etwa wenn sie bei der Organisation von Veranstaltungen mitarbeiten oder beim Kunden z.B. an Besprechungen teilnehmen.

Der Berufsschulunterricht findet zum Teil in Blockform in Fachklassen statt. Länderübergreifende Fachklassen gibt es derzeit

- für die Länder Bayern und Rheinland-Pfalz **in München (Bayern)** - Städtische Berufsschule für Medienberufe
- für die Länder Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt **in Eberswalde/Bernau (Brandenburg)** - Oberstufenzentrum I Barnim - Wirtschaft und Verwaltung
- für die Länder Hamburg und Niedersachsen **in Hamburg (Hamburg)** - Handelsschule Wandsbek

## Leistungsnachweise und Prüfungen

Während der gesamten Ausbildung müssen die zukünftigen Kaufleute für Marketingkommunikation regelmäßig Leistungsnachweise erbringen und hierfür auch in ihrer Freizeit lernen. In der Berufsschule werden z.B. Klassenarbeiten oder Tests geschrieben. Auch für die Prüfungsvorbereitung auf die Zwischen- und Abschlussprüfung müssen die Auszubildenden Zeit einplanen.

## Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert 3 Jahre.

## Auszug aus dem Ausbildungsrahmenplan und dem Rahmenlehrplan

### Ausbildung im Betrieb

#### Im 1. und 2. Ausbildungsjahr

Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme  
Kommunikation und Kooperation  
Marketing- und Kommunikationsstrategien  
Vorbereitung und Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen  
Durchführung und Kontrolle von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen  
kaufmännische Steuerung und Kontrolle

### Ausbildung in der Berufsschule

in den Lernfeldern:

den Ausbildungsbetrieb präsentieren  
Werteströme und Werte erfassen, dokumentieren und auswerten  
Beschaffungsprozesse planen, steuern und kontrollieren  
Märkte analysieren und bewerten  
werbe- und medienrechtliche Rahmenbedingungen analysieren und bewerten  
Marketingkonzepte entwickeln und präsentieren  
Kommunikationsinstrumente analysieren und bewerten  
integrierte Kommunikationskonzepte entwickeln und präsentieren

### Zwischenprüfung in der Mitte des 2. Ausbildungsjahres

#### Im 3. Ausbildungsjahr

Vertiefen der Kenntnisse aus den ersten zwei Ausbildungsjahren

bei der Mediaplanung mitwirken  
die Produktion von Kommunikationsmitteln vorbereiten und kontrollieren  
betriebliche Werteprozesse steuern, kontrollieren und dokumentieren  
gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Kommunikationsunternehmen berücksichtigen

## **Abschlussprüfung nach dem 3. Ausbildungsjahr**

(Quelle: BERUFNET - <http://infobub.arbeitsagentur.de/berufe/index.jsp>; Bundesagentur für Arbeit)