

PRÜFUNGSORDNUNG

über die

Berufsprüfung für Marketingfachleute

Gestützt auf Artikel 28 Absatz 2 des Bundesgesetzes über die Berufsbildung vom 13. Dezember 2002 erlässt die Trägerschaft nach Ziff. 1.2 folgende Prüfungsordnung:

1. ALLGEMEINES

1.1 Zweck der Prüfung

- 1.1.1 Die Absolventin oder der Absolvent der Berufsprüfung für Marketingfachleute erbringt den Nachweis, dass sie oder er die erforderlichen Fähigkeiten und Kenntnisse besitzt, um im Bereich Marketing höheren beruflichen Ansprüchen zu genügen.

Der eidg. Fachausweis als Marketingfachfrau oder Marketingfachmann setzt voraus, dass sich seine Inhaberin oder sein Inhaber bezüglich theoretischem Wissen und praktischem Können sowie Einsatzbereitschaft hervorgehoben hat. Wenn die entsprechende Praxis vorliegt, findet die Marketingfachfrau oder der Marketingfachmann vielfältige Herausforderungen in einer Kaderposition im Marketing, Verkauf, Werbung, PR oder Direktmarketing.

- 1.1.2 Marketingfachleute werden in allen Organisationen verschiedener Grössen benötigt, die ihre Leistungen wirkungsvoll einem Zielkreis anbieten wollen. Sie konzipieren und realisieren auf Basis definierter Ziele professionelles Marketing und gewährleisten die Vernetzung auf instrumentaler Ebene. Sie planen Marketingmassnahmen und setzen diese erfolgreich um. Sie sind in der Lage, Spezialisten zu beauftragen und zu führen.

Marketingfachleute werden in der Linie, Stab oder Beratung mit Schwergewicht Produktmanagement eingesetzt. Sie können als Assistentin oder Assistent für Teilaufgaben für den Marketingleiter oder Verkaufsleiter eingesetzt werden.

Insbesondere bedeutet das:

- a) Sie sind fähig, unter Berücksichtigung der organisatorischen, institutionellen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der gesellschaftlichen Entwicklungstendenzen die Beschaffung und Erarbeitung von Entscheidungsgrundlagen, Bearbeitung von Marketingkonzepten für einzelne Produkte und Produktgruppen, die Bearbeitung von operativen Massnahmenplänen für einzelne Marketinginstrumente vorzubereiten und umzusetzen;
- b) Sie sind fähig, Marktinformationen zu sammeln und aufzubereiten;
- c) Sie sind fähig, einzelne Marketingmassnahmen, u.a. Kommunikations- und Direktmarketing-Massnahmen vorzubereiten und umzusetzen;
- d) Sie sind in der Lage, Kostenbudgets zu erarbeiten und zu überwachen;
- e) Sie haben Verständnis bzgl. Grundlagen der Finanz- und Betriebsbuchhaltung und sind fähig, verschiedene Kalkulationsmethoden anzuwenden;
- f) Sie sind in der Lage, ein Briefing zu planen, zu organisieren und durchzuführen sowie die Auftragserteilung an externe Spezialisten zu erstellen;

- g) Sie verstehen und erkennen die Zusammenhänge in der Makro- und Mikroökonomie und von konjunkturellen Entwicklungen;
- h) Sie sind in der Lage, rechtliche Strukturen zu verstehen und in den Alltag zu interpretieren;
- i) Sie verfügen über die erforderlichen berufsrelevanten sozialen und personalen Kompetenzen, insbesondere Kommunikation-, Kooperations- und Konfliktfähigkeit sowie die Fähigkeit zur Selbsteinschätzung.

1.1.3 Im Weiteren bezweckt die Prüfung die Schaffung eines geschützten Titels der höheren Berufsbildung für Fachpersonen, die im Bereich Marketing tätig sind und die dafür notwendigen theoretischen Kenntnisse und praktischen Fähigkeiten ausgewiesen haben.

1.2 Trägerschaft

1.2.1 Die folgenden Organisationen der Arbeitswelt bilden die Trägerschaft:
SWISS MARKETING (SMC), Hauptträger
Gesellschaft für Marketing GfM
KV Schweiz
Schweizer Direktmarketing Verband SDV

1.2.2 Die Trägerschaft ist für die ganze Schweiz zuständig.

2. ORGANISATION

2.1 Zusammensetzung der Prüfungskommission

2.1.1 Alle Aufgaben im Zusammenhang mit der Fachausweiserteilung werden einer Prüfungskommission übertragen. Sie setzt sich aus 6 Mitgliedern zusammen, wobei 3 von Swiss Marketing und je 1 von GfM, KV Schweiz und SDV Schweizer Direktmarketing Verband gestellt werden. Diese werden durch die Trägerschaft für eine Amtsdauer von 3 Jahren gewählt.

2.1.2 Die Präsidentin oder der Präsident der Prüfungskommission und die Prüfungsleitung werden vom Hauptträger bestimmt.

2.1.3 Die Prüfungskommission konstituiert sich selbst. Sie ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist. Beschlüsse erfordern das Mehr der Anwesenden. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Präsidentin oder der Präsident.

2.2 Aufgaben der Prüfungskommission

2.2.1 Die Prüfungskommission

- a) erlässt die Wegleitung zur vorliegenden Prüfungsordnung und aktualisiert sie periodisch;
- b) setzt die Prüfungsgebühren gemäss Gebührenregelung vom 31.12.1997 des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie (BBT) fest;
- c) setzt den Zeitpunkt und den Ort der Prüfung fest;
- d) bestimmt das Prüfungsprogramm;
- e) veranlasst die Bereitstellung der Prüfungsaufgaben und führt die Prüfung durch;
- f) wählt die Expertinnen und Experten, bildet sie für ihre Aufgaben aus und setzt sie ein;
- g) entscheidet über die Zulassung zur Prüfung gem. Ziff. 3.3 sowie über einen allfälligen Prüfungsausschluss;
- h) entscheidet über die Abgabe des Fachausweises;
- i) behandelt Anträge und Beschwerden;
- j) sorgt für die Rechnungsführung und die Korrespondenz;
- k) bestätigt die Jahresrechnung;
- l) entscheidet über die Anerkennung bzw. Anrechnung anderer Abschlüsse und Leistungen;
- m) berichtet den übergeordneten Instanzen und dem BBT über ihre Tätigkeit;
- n) sorgt für die Qualitätsentwicklung und -sicherung der Prüfung, insbesondere für die regelmässige Aktualisierung des Qualifikationsprofils entsprechend den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes.

2.2.2 Die Prüfungskommission hat die Geschäftsführung und kann administrative Aufgaben einem Prüfungssekretariat, internen Ausschüssen, einzelnen Kommissionsmitgliedern oder externen Personen bzw. Organisationen übertragen.

2.3 Öffentlichkeit / Aufsicht

2.3.1 Die Prüfung steht unter Aufsicht des Bundes. Sie ist nicht öffentlich. In Einzelfällen kann die Prüfungskommission Ausnahmen gestatten.

2.3.2 Das BBT wird rechtzeitig zur Prüfung eingeladen und mit den Prüfungsakten bedient.