



Württembergische

Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie e.V.

Berufsbegleitende Weiterbildung



Fachstudiengang

Geprüfte/r

Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)

Studienprogramm

Vorsprung durch Wissen



Der Fachstudiengang „Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)“

Durch die Globalisierung der Märkte sehen sich die Unternehmen einem immer härteren internationalen Wettbewerb, steigenden Kundenanforderungen und technischem Fortschritt gegenüber. In Zukunft werden nur die Unternehmen erfolgreich am Markt bestehen können, die sich konsequent an den Bedürfnissen Ihrer Kunden orientieren und flexibel auf sich ändernde Anforderungen reagieren. Dem Marketing, verstanden als markt- bzw. kundenorientierte Führungskonzeption, kommt somit zentrale Bedeutung für den Unternehmenserfolg zu. Diese Entwicklung führt dazu, dass in den Bereichen Marketing und Vertrieb Fachleute mit einer markt- bzw. kundenorientierten Denkweise verstärkt benötigt werden. Gerade deshalb ist hier eine qualifizierte Weiterbildung von grundlegender Bedeutung.

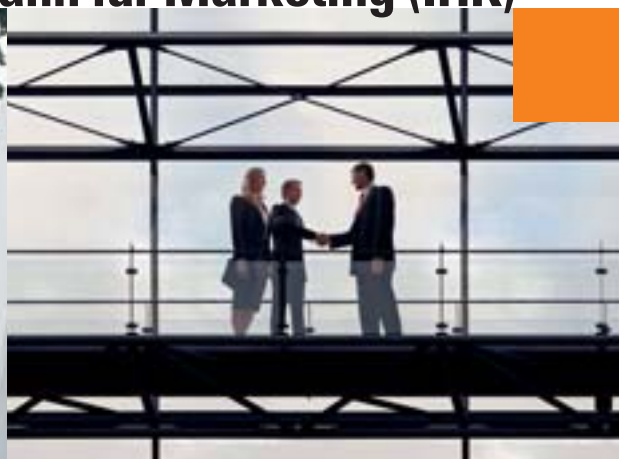
Der IHK-Weiterbildungsabschluss „Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)“ berücksichtigt die sich wandelnden beruflichen Aufgaben und Anforderungen im Marketing und bietet somit ein attraktives Qualifizierungsangebot für Beschäftigte in allen Branchen.

Fachkaufleute Marketing verfügen als qualifizierte Fachkräfte über umfassende Erfahrungen im Marketing. Fundierte Marketingkenntnisse und methodisches Know-how befähigen sie, Fach- und Führungsaufgaben im Marketing wahrnehmen zu können.

Die Württembergische Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie bietet bereits seit 1969 einen systematischen Weiterbildungsstudiengang für den Funktionsbereich Marketing an, der zunächst mit einer VWA-Prüfung endete. Seit 1980 bereitet der Fachstudiengang auf die Abschlussprüfung der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart vor. Der Fachstudiengang wird seit 1987 auch in Ulm durchgeführt. Mehr als 1.600 Berufstätige haben den Fachstudiengang bereits erfolgreich absolviert.

Die berufsbegleitende Form dieses Fachstudiengangs ermöglicht den Teilnehmern, sich ohne Unterbrechung ihrer Berufstätigkeit mit aktuellen Fragen und Themen des Marketing zu befassen. Mit dieser Veranstaltungsform wird das im Bildungswesen bewährte „duale Prinzip“ verwirklicht, im ständigen Vergleich die Wechselbeziehung von Theorie und Praxis zu fördern. Einerseits kann das Erlernte sofort in der täglichen Praxis angewendet werden, andererseits können praktische Erfahrungen in den Unterricht mit einfließen und dort als wertvolle Diskussionsgrundlage dienen.

Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)



Inhalte

Projekt- und Produktmanagement im Marketing

- Strategisches und operatives Marketing
- Marketingorganisation
- Marketingkoordination und -steuerung
- Controlling und Qualitätssicherung im Marketing
- Marketingformen

Anwendung der Marketinginstrumente

- Produktpolitik
- Kontrahierungspolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Wechselwirkung im Marketing-Mix
- Marketingformen

Marktforschung und Marketingstatistik

- Marktforschung
- Marketingstatistik
- Marktforschungsbereiche integrieren
- Marktforschungsprojekte

Rechtliche Aspekte im Marketing

Präsentation, Moderation und fachliche Führung von Marketingprojekten

Repetitorien

Studienziele

Der Fachstudiengang vermittelt in vier Semestern wissenschaftlich fundiertes und praxisorientiertes Fachwissen sowie Methoden, wie sie für eine qualifizierte Tätigkeit bzw. eine Führungsfunktion im Marketing / Vertrieb erforderlich sind.

Die Teilnehmer erwerben Know-how und Kompetenzen, um die für Unternehmen relevanten Veränderungen und Chancen auf nationalen und internationalen Märkten zu erkennen und die geeigneten Marketingmaßnahmen zu planen, zu beurteilen und umzusetzen.

Die Teilnehmer gewinnen insbesondere Kenntnisse

- der Beschaffung, Bewertung, Prognose, Präsentation und Moderation von Marktinformationen.
- der Planung von Strategien und Projekten im nationalen und internationalen Marketing.
- des Projekt- und Produktmanagements: Organisieren, Koordinieren, Moderieren und Umsetzen

von Marketingstrategien, -projekten und -aktionen im Unternehmen.

– des Controllings und der Qualitätssicherung im strategischen und operativen Marketing.

Zielgruppe

Beschäftigte im Bereich Marketing / Vertrieb verschiedener Branchen, die sich für weiterführende Fach- und Führungsaufgaben qualifizieren möchten.

Studienaufbau

Grundlage des Fachstudiengangs „Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)“ sind die Verordnung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung über die Durchführung der Fortbildungsprüfung sowie der Rahmenstoffplan des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) in seiner aktuellen Fassung. Die Stoffinhalte sind auf vier Semester mit je ca. 130 Unterrichtsstunden aufgeteilt. Der Fachstudiengang wird in rund 20 Monaten absolviert (siehe Studien- und Terminplan).

Stoffplan

1. Projekt- und Produktmanagement

- 1.1 Strategisches und operatives Marketing
- 1.2 Marketingorganisation
- 1.3 Marketingkoordination und -steuerung
- 1.4 Controlling und Qualitätssicherung im Marketing
- 1.5 Marketingformen

2. Anwendung der Marketinginstrumente

- 2.1 Produktpolitik
- 2.2 Kontrahierungspolitik
- 2.3 Distributionspolitik
- 2.4 Kommunikationspolitik
- 2.5 Wechselwirkungen im Marketing-Mix

3. Marktforschung und Marketingstatistik

- 3.1 Marktforschung als Marketingfunktion anwenden
- 3.2 Sekundärforschungen (desk research)
- 3.3 Primärforschungen (field research)
- 3.4 Marketingstatistik
- 3.5 Marktforschungsbereiche integrieren
- 3.6 Marktforschungsprojekte

4. Rechtliche Aspekte im Marketing

- 4.1 Bürgerliches Recht in der Marketingpraxis
- 4.2 Wettbewerbsrecht und gewerblicher Rechtsschutz
- 4.3 Handels- und Gesellschaftsrecht
- 4.4 Arbeits- und Betriebsverfassungsrecht
- 4.5 Rechtliche Aspekte bei internationalen Wirtschaftsbeziehungen und bei der Nutzung des Internets

5. Präsentation, Moderation und fachliche Führung von Marketingprojekten

- 5.1 Entscheidungsorientierte Präsentation einer Marketingstrategie und Beratung des Managements
- 5.2 Zielorientierte Moderation und Kommunikation bei der Umsetzung von Marketingstrategien, einschließlich im internationalen Marketing
- 5.3 Führungsgrundsätze bei der fachlichen Leitung eines Marketingprojektes, im Besonderen im Konfliktmanagement zielorientiert anwenden



Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)



Studienzeiten und -ort

Die Veranstaltungen finden berufsbegleitend abends und samstags statt. Die konkreten Termine und der Veranstaltungsort sind dem Terminplan zu entnehmen.

Dozenten

Hochschulprofessoren und Praktiker aus dem Funktionsbereich Marketing (siehe Dozentenverzeichnis)

Methodik

Die Veranstaltungen finden in Seminarform statt. Neben Unterrichtsgesprächen und Vorträgen werden mitarbeiterintensive Lehrmethoden wie Gruppenarbeiten und Fallstudien eingesetzt. Zur Unterstützung und als Anleitung zur Nacharbeit werden in den einzelnen Gebieten schriftliche Vorlesungsunterlagen sowie gezielte Literaturhinweise ausgegeben. Möglichkeiten zur persönlichen Leistungskontrolle bestehen durch die Teilnahme an schriftlichen Leistungstests. Zusätzlich ist ein internetbasierter „Classroom“ als geschlossener Kommunikations- und Informationsbereich für die Studierenden eingerichtet. Ein Internet-Zugang mit E-Mail-Adresse ist dazu erforderlich.

Leistungstests

Jeweils am Ende des 1. und 2. Semesters finden VWA-interne Leistungstests statt. Dabei sind in drei bis vier Stunden Fragen bzw. Themen aus den Stoffinhalten des jeweiligen Semesters zu bearbeiten. Die Leistungstests erfüllen mehrere Funktionen:

- Sie ermöglichen den Teilnehmern, ihren Wissensstand zu kontrollieren.
- Sie geben den Teilnehmern die Möglichkeit, Erfahrungen in Prüfungssituationen zu sammeln.
- Sie motivieren die Teilnehmer bereits von Studienbeginn an kontinuierlich mitzulernen.
- Sie geben den Dozenten Aufschluss über eventuell noch vorhandene Wissenslücken.

Zum 4. Semester wird nur zugelassen, wer zumindest einen Leistungstest bestanden hat. Ein Leistungstest ist bestanden, wenn die Durchschnittsnote aller darin enthaltenen Teilaufgaben mindestens „ausreichend (50 Punkte bzw. Note 4,4)“ ergibt. Die bei den Leistungstests erzielten Ergebnisse werden bei der IHK-Prüfung nicht berücksichtigt.



Zulassungsvoraussetzungen

Zur IHK-Abschlussprüfung wird zugelassen, wer eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem anerkannten dreijährigen kaufmännischen oder verwaltenden Ausbildungsberuf und danach eine mindestens zweijährige Berufspraxis (zum Zeitpunkt der Prüfung) im Marketing / Vertrieb nachweisen kann oder wer eine mit Erfolg abgeschlossene Ausbildung in einem anderen anerkannten Ausbildungsberuf und eine weitere Berufspraxis von mindestens drei Jahren (zum Zeitpunkt der Prüfung) im Marketing / Vertrieb nachweisen kann.

Falls eine anerkannte Berufsausbildung nicht vorliegt, muss eine mindestens fünfjährige einschlägige Berufspraxis (zum Zeitpunkt der Prüfung), davon mindestens drei Jahre im Marketing / Vertrieb nachgewiesen werden (siehe Prüfungsordnung).

Abschlussprüfung

Die Prüfung „Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)“ wird von einem Prüfungsausschuss des Deutschen Industrie- und Handelskammertages bzw. der Industrie- und Handelskammer in schriftlicher und mündlicher Form abgenommen (siehe Prüfungsordnung). Neben dem IHK-Zeugnis und der Urkunde der IHK erhalten die Absolventen eine Studienbescheinigung der VWA.

Studien- und Prüfungsgebühren

Die Studien- und Prüfungsgebühren sind im Studien- und Terminplan sowie im Internet unter www.w-vwa.de > Fachstudiengänge aufgeführt. Die Studiengebühren sind grundsätzlich vor Beginn des jeweiligen Semesters zu entrichten. In den Studiengebühren sind auch die Kosten für schriftliche Begleitmaterialien enthalten. Darüber hinaus können individuell Kosten für Literatur entstehen. Die zum Besuch des Studiengangs berechtigenden Studiausweise werden nach Eingang der jeweiligen Studiengebühr zugesandt.

Fördermöglichkeiten

- Begabtenförderung
 - Meister-BAföG
 - Werbungskosten
- (Erläuterungen: siehe beigefügtes Informationsblatt)

Anmeldung

Die Anmeldung wird unter Verwendung des Anmeldeformulars (Zulassungsantrag) vorgenommen. Eine Anmeldung ist bis zum im Begleitschreiben genannten Termin möglich. Mit der Anmeldung zum Studiengang wird zunächst nur die Gebühr für das 1. Semester fällig. Nach jedem Semester können die Studierenden neu entscheiden, ob sie das Studium fortsetzen. Im Falle der Unterbrechung oder Beendigung des Studiums ist eine schriftliche Mitteilung des Studierenden bis spätestens zwei Wochen vor Beginn des Folge semesters erforderlich.

Geprüfte/r Fachkauffrau/-mann für Marketing (IHK)



Rücktritt

Ein Rücktritt muss gegenüber der VWA schriftlich erklärt werden. Bei Nichtteilnahme ohne vorherigen Rücktritt bleibt der Anspruch auf die volle Studiengebühr bestehen. Nach verbindlicher Anmeldung durch den Teilnehmer und erteilter Zulassungsbestätigung durch die VWA ist bei einem Rücktritt bis zwei Wochen vor Beginn des 1. Semesters eine Rücktrittsgebühr von 10 % der Studiengebühr für das Semester zu entrichten. Bei einem Rücktritt bis Ende der zweiten Woche nach Beginn des Studiengangs wird eine Rücktrittsgebühr von 20 % der Studiengebühr für das Semester erhoben. Erfolgt ein Rücktritt danach, ist die volle Studiengebühr für das Semester zu bezahlen. Bei Fortsetzung des Studiengangs in einem Folgesemester wird bei einem Rücktritt innerhalb der ersten zwei Wochen nach Beginn des Semesters eine Rücktrittsgebühr von 20 % der Studiengebühr für das Semester erhoben. Erfolgt ein Rücktritt danach, ist die volle Studiengebühr für das Semester zu bezahlen.

Die VWA behält sich vor, einen Studiengang bis zu zwei Wochen vor Beginn wegen zu geringer Teilnehmerzahl abzusagen. Sofern die zur Durchführung eines Studiengangs erforderliche Teilnehmerzahl bis zwei Wochen vor Studienbeginn nicht erreicht wird, behält sich die Württembergische VWA überdies vor, den bereits angemeldeten Teilnehmern ein neues Angebot zu unterbreiten. Dieses Angebot zielt darauf ab, entweder durch eine Verlängerung der Entscheidungsfrist die Durchführung der Veranstaltung noch erreichen zu können oder aber durch eine Erhöhung der Gebühren die Durchführung bei geringerer Teilnehmerzahl zu ermöglichen.

Ansprechpartner



Christa Diener
☎ 0711 21041-35
✉ DienerC@w-vwa.de
Fachstudiengang
in Stuttgart



Jennifer Maher
☎ 0711 21041-36
✉ MaherJ@w-vwa.de
Fachstudiengang
in Ulm



**Württembergische
Verwaltungs- und
Wirtschafts-Akademie e.V.**

Urbanstraße 36
70182 Stuttgart

☎ 07 11 210 41-0

☎ 07 11 210 41-71

✉ info@w-vwa.de

www.w-vwa.de

Wir sind für Sie erreichbar:

Montag bis

Donnerstag

Freitag

08:00 bis 18:00 Uhr

08:00 bis 16:00 Uhr



Mitglied im Bundesverband
Deutscher Verwaltungs- und
Wirtschafts-Akademien e.V.