

Marketingfachleute, Verkaufsfachleute, Kommunikationsplanerinnen und Kommunikationsplaner, Texterinnen und Texter sowie PR-Fachleute besetzen sowohl in Unternehmen der Wirtschaft wie auch in Non-Profit-Organisationen oder Behörden entscheidende Schlüsselpositionen. Mit dem Erwerb des MarKom Zertifikats legen sie das Fundament für ihre berufliche Zukunft.

Markt fördern, Dialog aufbauen und Kommunikations- prozesse beherrschen

Informationen zur MarKom Zulassungsprüfung



Die richtige Wahl für eine aussichtsreiche Zukunft

Die MarKom Zulassungsprüfung (MZP) ermöglicht angehenden Fachleuten ihre Grundkenntnisse in Marketing, Verkauf, Kommunikation, Text und Public Relations unter Beweis zu stellen. Diese Prüfung bestanden zu haben, ist zudem eine Zulassungsbedingung für die Teilnahme an den Berufsprüfungen in diesen fünf Dienstleistungsbereichen.

Das fünf Jahre gültige Zertifikat stellt keinen Fachausweis im Sinne des Bundesgesetzes für Berufsbildung dar, bietet jedoch auch nicht berufserfahrenen jungen Menschen bessere Einstiegschancen in den Arbeitsmarkt.

Die MarKom Zulassungsprüfung wird von den MarKom Trägerverbänden gemeinsam durchgeführt. Zur Prüfung zugelassen wird, wer mindestens 18 Jahre alt ist.

Mitten in der pulsierenden

Markt- und Kommunikationswelt

Marketingfachleute

arbeiten in Organisationen – seien sie gross oder klein –, die qualifizierte Fachleute benötigen, um ihre Leistungen wirkungsvoll und zielgerichtet an die Konsumentinnen und Konsumenten zu bringen. Sie konzipieren auf der Basis definierter Ziele professionelle und marktorientierte Mittel und Massnahmen und setzen diese erfolgreich um. Sie gewährleisten die Vernetzung auf instrumentaler Ebene und sind in der Lage, weiteren Spezialistinnen und Spezialisten Aufträge zu erteilen.

Verkaufsfachleute

sind in der Lage, alle Aufgaben im Bereich Verkauf selbstständig wahrzunehmen, ob im Innendienst, im Aussendienst oder im Key Account Management. Sie verfügen über umfassende betriebs- und volkswirtschaftliche Kenntnisse, schätzen ihr Umfeld richtig ein und erarbeiten Lösungen, die sowohl für die Kundinnen und Kunden als auch für ihr eigenes Unternehmen optimal sind.

Kommunikationsplanerinnen und Kommunikationsplaner

arbeiten im Unternehmen eng mit der Kommunikations-/Werbeabteilung oder in einer Kommunikations-/Werbeagentur mit der Beratung zusammen. Sie planen und koordinieren vor allem in den Bereichen Realisation/Produktion und Media die beschlossenen Kommunikationsmittel und Werbemassnahmen. Sie verfügen über Grundkenntnisse der klassischen Werbung und kennen die Zusammenhänge der verschiedenen einzelnen Disziplinen im integrierten Kommunikationskonzept.

Texterinnen und Texter

sind selbstständig auf Freelance-Basis, arbeiten als Textverantwortliche in der Kreation von Werbeagenturen oder in Werbeabteilungen grösserer Unternehmen. Sie wirken bei der Erarbeitung von Kommunikations- und Werbekonzepten mit, kreieren den verbalen Auftritt und erstellen die entsprechenden Texte in den verschiedenen Kommunikationsmitteln. Sie sind fähig, die Realisation von Radiospots sowie die Realisierung in den Kampagnen aus sprachlicher Sicht zu überwachen.

PR-Fachfrauen und PR-Fachmänner

sind in der Lage, die geplanten PR-Mittel und PR-Massnahmen einer Organisation – sei dies in einem Unternehmen, einer Institution, Behörde, Non-Profit-Organisation oder in einer PR-Agentur – fachlich und kaufmännisch professionell umzusetzen. Sie verfügen über Verständnis für institutionelle Kommunikationskonzepte und können ihr fachliches Wissen mit einer guten Ausdrucksfähigkeit in Wort und Bild in Verbindung bringen.

In allen fünf Berufsfeldern wird ein sicheres, situationsgerechtes und sprachgewandtes Auftreten erwartet. Die Fachleute verstehen es, sorgfältig mit vertraulichen Informationen umzugehen, sie sind fähig, tragbare Lösungen zu entwickeln und die Umsetzung der geplanten Mittel und Massnahmen budgetgerecht und im vorgegebenen Zeitrahmen umzusetzen. Sie alle zeichnen sich durch eine hohe Leistungsbereitschaft aus, sind flexibel und wissbegierig.

Eine erste Prüfung als Grundstein für eine fundierte Berufsbildung

Die MarKom Zulassungsprüfung wird zweimal jährlich dezentral an verschiedenen Standorten in der Schweiz durchgeführt (jeweils Anfang August und Ende Januar). Die Prüfung erfolgt internet-basiert und kann in den Sprachen Deutsch, Französisch oder Italienisch abgelegt werden.

Die vierstündige Prüfung setzt sich aus folgenden Prüfungsteilen zusammen – siehe auch Auszug aus der Wegleitung zur Prüfungsordnung, welche unter www.markom.org heruntergeladen werden kann.

Die Absolventinnen und Absolventen haben ihr Grundwissen in den nachfolgenden Disziplinen abzulegen. Sie können dabei im

Prüfungsteil Betriebswirtschaft

- die Grundfunktionen von Unternehmen erklären
- die Organisation von Unternehmen, Funktions- und Geschäftsbereichen erläutern
- die Struktur von Erfolgsrechnung und Bilanz erklären
- einfache Kostenrechnungen, Preisberechnungen, Kalkulationen erklären
- die Grundlagen der persönlichen Arbeitstechnik, des Zeitmanagements, der Protokollführung und des Briefings erklären
- einfache Budgets erklären

Prüfungsteil Volkswirtschaft

- den einfachen Wirtschaftskreislauf darstellen
- den Konjunkturzyklus und die Faktoren des Wirtschaftswachstums darstellen
- die sektorielle Gliederung der Wirtschaft darstellen
- das Prinzip von Angebot und Nachfrage darstellen

Prüfungsteil Recht

- den Aufbau der Rechtsordnung und der Rechtsquellen erläutern
- das Wesen ausgewählter Vertragstypen (insbesondere des einfachen Vertrags, des Kauf-, Arbeits- und Leasingvertrags) erklären
- die Rechtsgrundlagen der Kommunikation (inkl. Werberecht) erläutern

Prüfungsteil Marketing

- die Zielsetzungen des Marketings sowie die Funktion der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben interpretieren
- die Aufteilung der Märkte (insbesondere Gesamtmarkt, Teilmärkte, Marktsegmente und Marketingzielgruppen) erklären
- Marketingziele interpretieren
- Marketinginstrumente und ihre Einsatzmöglichkeiten erläutern
- die Grundlagen der Marktforschung und Beschaffung von Basisdaten angeben

Prüfungsteil Verkauf und Distribution

- die Zielsetzung des Verkaufs und der Distribution sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- die verschiedenen Verkaufsformen und ihre Funktionen schildern
- die Umsatz- und Absatzplatzierung und deren Kontrolle darstellen
- die Eigenschaften der geläufigsten Distributionsformen und Absatzkanäle sowie ihre Eigenschaften und ihre Bedeutung erklären
- die Grundprinzipien des Offert- und des Reklamationswesens erläutern

Prüfungsteil Marketingkommunikation

- die Zielsetzungen der Marketingkommunikation sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- die Kommunikationsinstrumente und die Einsatzmöglichkeiten der Werbung und der Verkaufsförderung erläutern
- die Teilgebiete der kommerziellen Kommunikation benennen
- die wichtigsten Partner für die Produktion von Werbemitteln präzisieren

- die Struktur und Bedeutung der wichtigsten Mediengattungen sowie die Einsatzmöglichkeiten der Medien in der kommerziellen Kommunikation erklären

Prüfungsteil Public Relations

- die Zielsetzungen der institutionellen Kommunikation sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- die Teilgebiete der institutionellen Kommunikation erklären
- die Unterschiede bezüglich Ziele, Dialoggruppen und Instrumente zwischen institutioneller und kommerzieller Kommunikation erklären und begründen
- die Struktur und Bedeutung der wichtigsten Mediengattungen sowie die Einsatzmöglichkeiten der Medien in der institutionellen Kommunikation erläutern

Marktförderung und Kommunikation haben grosses Wachstumspotential

Dem 2002 gegründeten Verein MarKom gehören folgende Branchenverbände an: pr suisse Schweizerischer Public Relations Verband (SPRV), Schweizer Werbung (SW), Swiss Marketing (SMC), Verkauf Schweiz (VS), FAIR Fédération des Agents Indépendants et Représentants, KV Schweiz, Schweizer Direktmarketing Verband (SDV) und Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM).

Die Trägerschaft hat sich zur Aufgabe gestellt, für die aktuell gültigen Prüfungsordnungen ihrer fünf Berufsprüfungen (mit eidg. Fachausweis) eine gemeinsame, vorgängig zu absolvierende Zulassungsprüfung durchzuführen, an welcher das Grundwissen in Betriebs- und Volkswirtschaft sowie Recht, in Marketing, Verkauf und Distribution, Marketingkommunikation (Werbung) sowie Public Relations geprüft wird.

MarKom Zulassungsprüfung

Prüfungssekretariat
Baslerstrasse 32, Postfach 1016
CH-4603 Olten

Telefon +41 62 207 02 80

Fax +41 62 207 07 71

www.markom.org

info@markom.org

