Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt für Marketing und Geprüfte Fachwirtin für Marketing

Vom 21. August 2014

Auf Grund des § 53 Absatz 1 in Verbindung mit Absatz 2 und des § 30 Absatz 5 des Berufsbildungsgesetzes, von denen § 53 Absatz 1 durch Artikel 232 Nummer 3 Buchstabe a der Verordnung vom 31. Oktober 2006 (BGBl. I S. 2407) geändert worden ist, § 53 Absatz 1 auch in Verbindung mit § 1 Absatz 2 des Zuständigkeitsanpassungsgesetzes vom 16. August 2002 (BGBl. I S. 3165) und dem Organisationserlass vom 17. Dezember 2013 (BGBl. I S. 4310) verordnet das Bundesministerium für Bildung und Forschung nach Anhörung des Hauptausschusses des Bundesinstituts für Berufsbildung im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie:

§ 1
Ziel der Prüfung und Bezeichnung des Abschlusses

(1) Die zuständige Stelle kann berufliche Fortbildungsprüfungen zum Geprüften Fachwirt für Marketing und zur Geprüften Fachwirtin für Marketing nach den §§ 2 bis 8 durchführen, in denen die auf einen beruflichen Aufstieg abzielende Erweiterung der beruflichen Handlungsfähigkeit nachzuweisen ist.

(2) Durch die Prüfung ist festzustellen, ob die Kompetenz vorhanden ist, eigenständig und verantwortlich vollständige und bereichsübergreifende Geschäftsprozesse im Bereich Marketing zu gestalten und zu verbessern, deren Wirtschaftlichkeit und Qualität zu bewerten, Kunden zu beraten, Lösungen zu entwickeln und deren Umsetzung zu koordinieren und hierbei Führungsaufgaben wahrzunehmen. Dabei sind die rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und das internationale Umfeld zu berücksichtigen. Es sollen folgende Aufgaben wahrgenommen werden:

1. Marktinformationen zielgerichtet beschaffen, analysieren, bewerten, präsentieren und erläutern,
2. Marktentwicklungen prognostizieren und Marketingstrategien entwickeln,
3. zielgruppenorientiertes und situationsgerechtes Gestalten und Umsetzen von produkt- oder dienstleistungsbezogenen Marketingkonzepten,
4. Planen, Organisieren, Koordinieren, Kontrollieren und Optimieren von Projekten im nationalen und internationalen Umfeld,
5. Controlling und Qualitätssicherung im strategischen und operativen Marketing durchführen,
6. Führen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Fördern ihrer beruflichen Entwicklung,
7. Organisieren der Berufsausbildung.

(3) Die erfolgreich abgelegte Prüfung führt zum anerkannten Fortbildungsabschluss „Geprüfter Fachwirt für Marketing“ oder „Geprüfte Fachwirtin für Marketing“.

§ 2
Zulassungsvoraussetzungen

(1) Zur Prüfung ist zuzulassen, wer

1. eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in dem anerkannten Ausbildungsberuf zum Kaufmann für Marketingkommunikation oder zur Kauffrau für Marketingkommunikation und danach eine mindestens einjährige Berufspraxis oder
2. eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem anderen anerkannten dreijährigen kaufmännischen oder verwaltenden Ausbildungsberuf und danach eine mindestens zweijährige Berufspraxis oder
3. eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem anderen anerkannten Ausbildungsberuf und danach eine mindestens dreijährige Berufspraxis oder
4. eine mindestens fünfjährige Berufspraxis

nachweist.

(2) Die Berufspraxis nach Absatz 1 muss inhaltlich wesentliche Bezüge zu den in § 1 Absatz 2 genannten Aufgaben haben.

(3) Abweichend von Absatz 1 ist zur Prüfung auch zuzulassen, wer durch Vorlage von Zeugnissen oder auf andere Weise glaubhaft macht, Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (berufliche Handlungsfähigkeit) erworben zu haben, die die Zulassung zur Prüfung rechtfertigen.

§ 3
Gliederung und Durchführung der Prüfung

(1) Die Prüfung bezieht sich auf folgende Handlungsbereiche:

1. Marketingstrategien entwickeln,
2. Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen,
3. Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln,
4. Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit.

(2) Die schriftliche Prüfung wird auf der Grundlage einer betrieblichen Situationsbeschreibung mit zwei gleichgewichtigen, daraus abgeleiteten aufeinander abgestimmten offenen Aufgabenstellungen, die eigenständige Lösungen ermöglichen, durchgeführt, wobei alle Handlungsbereiche situationsbezogen zu thematisieren sind. Die gesamte Bearbeitungsdauer soll 600 Minuten betragen.

(3) Nach bestandener schriftlicher Prüfung wird die mündliche Prüfung durchgeführt. Die mündliche Prüfung gliedert sich in eine Präsentation und ein Fachgespräch. In ihr soll auch nachgewiesen werden, dass angemessen und sachgerecht kommuniziert und präsentiert werden kann.

(4) In der Präsentation nach Absatz 3 soll nachgewiesen werden, dass ein komplexes Problem der betrieblichen Praxis erfasst, dargestellt, beurteilt und gelöst werden kann. Die Themenstellung muss mindestens einen Handlungsbereich nach Absatz 1 Nummer 1 bis 3 mit dem Handlungsbereich „Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit“ nach Absatz 1 Nummer 4 verknüpfen. Die Präsentationszeit soll zehn Minuten nicht überschreiten.

(5) Das Thema der Präsentation wird von dem Prüfungsteilnehmer oder der Prüfungsteilnehmerin gewählt und mit einer Kurzbeschreibung der Problemstellung, des Ziels und einer Gliederung dem Prüfungsausschuss zum Termin der schriftlichen Prüfung eingereicht.

(6) Im Fachgespräch soll ausgehend von der Präsentation die Fähigkeit nachgewiesen werden, betriebspraktische Probleme zu analysieren und Lösungsmöglichkeiten unter Beachtung der maßgebenden Einflussfaktoren zu bewerten. Das Fachgespräch soll in der Regel nicht länger als 20 Minuten dauern.

§ 4

Inhalte der Prüfung

(1) Im Handlungsbereich „Marketingstrategien entwickeln“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, Marktinformationen anforderungsorientiert zu beschaffen, zu bewerten, zu präsentieren und zu erläutern sowie auf dieser Grundlage Marktentwicklungen zu prognostizieren und Marketingstrategien abzuleiten. Dabei sollen auch soziale, rechtliche, technische, ethische, kulturelle und ökologische Aspekte zielorientiert und situationsbezogen berücksichtigt werden. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Marktentwicklung analysieren, situationsgerecht Instrumente und Formen der Marktforschung anwenden und daraus Schlussfolgerungen ziehen,
2. Marketingstrategien ableiten, Entscheidungsalternativen entwickeln und präsentieren,
3. Marketingstrategien unter Berücksichtigung interner und externer Rahmenbedingungen kommunizieren und implementieren.

(2) Im Handlungsbereich „Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, produkt- oder dienstleistungsbezogene Marketingkonzepte zielgruppenorientiert sowie situationsgerecht zu entwickeln, zu gestalten und umzusetzen. In diesem Zusammenhang soll auch die Fähigkeit nachgewiesen werden, Projekte im nationalen und internationalen Umfeld zu planen, zu organisieren und zu optimieren. Dabei sollen auch soziale, rechtliche, technische, ethische, kulturelle, ökologische und ökonomische Aspekte zielorientiert und situationsbezogen berücksichtigt werden. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Marketingmix strategiegerecht auswählen und zur Ausgestaltung von Marketingkonzepten einsetzen,
2. Marketingprojekte im Rahmen von Konzepten zielgruppenorientiert und situationsgerecht koordinieren und umsetzen,
3. Marketingkonzepte und -projekte zielgerichtet auswerten und optimieren.

(3) Im Handlungsbereich „Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, die Wirtschaftlichkeit und Qualität strategischer und operativer Marketingprozesse zu analysieren und zu optimieren sowie dabei die Instrumente des Marketingcontrollings und der Qualitätssicherung anzuwenden. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Instrumente des Marketingcontrollings auswählen und zur Analyse strategischer sowie operativer Marketingprozesse einsetzen,
2. Ergebnisse des Marketingcontrollings auswerten und zur Optimierung der Marketingprozesse nutzen,
3. Auswirkung auf die Qualitätssicherung der Prozesse analysieren und Verbesserungen ableiten.

(4) Im Handlungsbereich „Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, zielorientiert mit Mitarbeitern, Auszubildenden, Geschäftspartnern und Kunden zu kommunizieren und zu kooperieren, Methoden der Kommunikation und des Konfliktmanagements situationsgerecht einzusetzen und ethische Grundsätze zu berücksichtigen. Darüber hinaus soll gezeigt werden, dass Mitarbeiter, Auszubildende und Projektgruppen unter Beachtung der rechtlichen und betrieblichen Rahmenbedingungen sowie der Unternehmensziele geführt und motiviert werden können. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. situationsgerechtes Kommunizieren mit internen und externen Partnern sowie zielgerichtetes Einsetzen von Präsentationstechniken,
2. Festlegen und Begründen von Kriterien für die Personalauswahl sowie Mitwirken bei der Personalrekrutierung,
3. Planen und Steuern des Personaleinsatzes,
4. Anwenden von situationsgerechten Führungsmethoden,
5. Planen und Durchführen der Berufsausbildung,
6. Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern,
7. Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes.

§ 5

Anrechnung anderer Prüfungsleistungen

Der Prüfungsteilnehmer oder die Prüfungsteilnehmerin ist auf Antrag von der Ablegung einzelner Prüfungsbestandteile durch die zuständige Stelle zu befreien, wenn eine andere vergleichbare Prüfung vor einer öffentlichen oder staatlich anerkannten Bildungseinrichtung oder vor einem staatlichen Prüfungsausschuss erfolgreich abgelegt wurde und die Anmeldung zur Fortbildungsprüfung innerhalb von fünf Jahren nach der Bekanntgabe des Bestehens der anderweitig abgelegten Prüfung erfolgt.

§ 6

Bewerten der Prüfungsleistungen und Bestehen der Prüfung

(1) Die Prüfungsleistungen in der schriftlichen Prüfung nach § 3 Absatz 2 und in der mündlichen Prüfung nach § 3 Absatz 3 bis 6 sind jeweils gesondert nach Punkten zu bewerten. Die Punktebewertung für das Ergebnis der schriftlichen Prüfungsleistung ist gleichgewichtig aus den beiden schriftlichen Teilleistungen zu bilden. Bei der Bewertung der mündlichen Prüfung ist das Fachgespräch nach § 3 Absatz 3 und 6 gegenüber der Präsentation nach § 3 Absatz 3 bis 5 doppelt zu gewichten.

(2) Die Gesamtnote ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Punktebewertungen der schriftlichen und der mündlichen Prüfung.

(3) Die Prüfung ist bestanden, wenn in der schriftlichen Prüfung und in der mündlichen Prüfung mindestens ausreichende Leistungen erbracht wurden.

(4) Über das Bestehen der Prüfung ist jeweils ein Zeugnis nach der Anlage 1 und der Anlage 2 auszustellen. Im Fall der Freistellung nach § 5 sind Ort und Datum der anderweitig abgelegten Prüfung und die Bezeichnung des Prüfungsgremiums anzugeben.

§ 7

Wiederholung der Prüfung

(1) Ein Prüfungsteil, der nicht bestanden ist, kann zweimal wiederholt werden.

(2) Wer auf Antrag an einer Wiederholungsprüfung teilnimmt und sich innerhalb von zwei Jahren, gerechnet vom Tage der nicht bestandenen Prüfung an, dazu anmeldet, ist von der schriftlichen Prüfung zu befreien, wenn die dort in einer vorangegangenen Prüfung erbrachte Leistung mindestens ausreichend ist. Der Antrag kann sich auch darauf richten, die bestandene Prüfungsleistung einmal zu wiederholen. In diesem Fall gilt das Ergebnis der letzten Prüfung.

§ 8

Ausbildereignung

Wer die Prüfung nach dieser Verordnung bestanden hat, ist vom schriftlichen Teil der Prüfung der nach dem Berufsbildungsgesetz erlassenen Ausbilder-Eignungsverordnung befreit.

§ 9

Übergangsvorschriften

(1) Begonnene Prüfungsverfahren nach der Verordnung zum anerkannten Abschluss Geprüfter Fachkaufmann für Marketing/Geprüfte Fachkauffrau für Marketing vom 28. März 2006 (BGBl. I S. 588), die durch Artikel 59 der Verordnung vom 26. März 2014 (BGBl. I S. 274) geändert worden ist, können bis zum 31. Dezember 2018 nach den bisherigen Vorschriften zu Ende geführt werden. Im Übrigen kann bei der Anmeldung zur Prüfung bis zum Ablauf des 31. Juli 2017 die Anwendung der bisherigen Vorschriften beantragt werden.

(2) Die zuständige Stelle kann auf Antrag des Prüfungsteilnehmers oder der Prüfungsteilnehmerin die Wiederholungsprüfung auch nach dieser Verordnung durchführen; § 7 Absatz 2 findet in diesem Fall keine Anwendung.

§ 10

Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. April 2015 in Kraft. Gleichzeitig tritt die Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Abschluss Geprüfter Fachkaufmann für Marketing/Geprüfte Fachkauffrau für Marketing vom 28. März 2006 (BGBl. I S. 588), die durch Artikel 59 der Verordnung vom 26. März 2014 (BGBl. I S. 274) geändert worden ist, außer Kraft.

Bonn, den 21. August 2014

Die Bundesministerin
für Bildung und Forschung
Johanna Wanka

Anlage 1
(zu § 6 Absatz 4)

Muster

.....
(Bezeichnung der zuständigen Stelle)

Zeugnis

über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss
Geprüfter Fachwirt für Marketing
Geprüfte Fachwirtin für Marketing

Herr/Frau .....

geboren am ..... in .....

hat am ..... die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss

Geprüfter Fachwirt für Marketing
Geprüfte Fachwirtin für Marketing

nach der Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt für Marketing und Geprüfte Fachwirtin für Marketing vom 21. August 2014 (BGBl. I S. 1461) bestanden.

Dieser Abschluss ist im Deutschen und Europäischen Qualifikationsrahmen dem Niveau 6 zugeordnet; vergleiche Bekanntmachung vom 1. August 2013 (BAnz AT 20.11.2013 B2).

Datum .....

Unterschrift(en) .....

(Siegel der zuständigen Stelle)

Anlage 2
(zu § 6 Absatz 4)

Muster

.....
(Bezeichnung der zuständigen Stelle)

Zeugnis

über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss
Geprüfter Fachwirt für Marketing
Geprüfte Fachwirtin für Marketing

Herr/Frau .....

geboren am ..... in .....

hat am ..... die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss

Geprüfter Fachwirt für Marketing
Geprüfte Fachwirtin für Marketing

nach der Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt für Marketing und Geprüfte Fachwirtin für Marketing vom 21. August 2014 (BGBl. I S. 1461) mit folgenden Ergebnissen bestanden:

	Punkte*
I. Schriftliche Prüfung	.....
II. Mündliche Prüfung Präsentation und Fachgespräch	.....
Gesamtnote:	.....

Die Prüfung beinhaltet die Handlungsbereiche

1. Marketingstrategien entwickeln,
2. Marketingkonzepte und -projekte planen und umsetzen,
3. Marketingprozesse analysieren, bewerten und weiterentwickeln,
4. Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit.

Mit dem Erwerb des Abschlusses ist die Befreiung von den schriftlichen Prüfungsleistungen der nach dem Berufsbildungsgesetz erlassenen Ausbilder-Eignungsverordnung verbunden.

(Im Fall des § 5: „Der Prüfungsteilnehmer/Die Prüfungsteilnehmerin wurde nach § 5 im Hinblick auf die am ..... in ..... vor ..... abgelegte Prüfung vom Prüfungsbestandteil ..... freigestellt.“)

Dieser Abschluss ist im Deutschen und Europäischen Qualifikationsrahmen dem Niveau 6 zugeordnet; vergleiche Bekanntmachung vom 1. August 2013 (BAnz AT 20.11.2013 B2).

Datum .....

Unterschrift(en) .....

(Siegel der zuständigen Stelle)

* Der Bewertung liegt folgender Punkteschlüssel zugrunde: .....

Das Bundesgesetzblatt im Internet: www.bundesgesetzblatt.de | Ein Service des Bundesanzeiger Verlag: www.bundesanzeiger-verlag.de