IHK Industrie- und Handelskammer Ostthüringen zu Gera

Sachliche und zeitliche Gliederung der Berufsausbildung

Anlage zum Berufsausbildungsvertrag

Ausbildungsbetrieb: _____

Verantwortliche/r Ausbilder/-in: _____

Auszubildende/r: _____

Ausbildungsberuf: **Kaufmann f¿r Marketingkommunikation / Kauffrau f¿r Marketingkommunikation**

In den folgenden Seiten ist die sachliche und zeitliche Gliederung der zu vermittelnden Fertigkeiten und Kenntnisse laut Ausbildungsrahmenplan der Ausbildungsverordnung in der Fassung vom **31. Mª rz 2006** niedergelegt.

Der zeitliche Anteil des gesetzlichen bzw. tariflichen Urlaubsanspruches, des Berufsschulunterrichtes und der Zwischen- und Abschlussprüfung des/der Auszubildenden ist in dem Ausbildungszeitraum enthalten.

Änderungen des Zeitumfanges und des Zeitablaufes aus betrieblich oder schulisch bedingten Gründen oder aus Gründen in der Person des Auszubildenden bleiben vorbehalten.

Weicht aufgrund der vertraglichen Vereinbarung die Ausbildungszeit von der in der Ausbildungsordnung vorgegebenen Ausbildungsdauer ab, werden die in diesem Plan aufgeführten Fertigkeiten und Kenntnisse in sinngemäßer Anwendung des zeitlichen Gliederungsplanes vermittelt.

Unter folgendem Link www.ihk.de/gera/ausbildungsrahmenplan können die sachlichen und zeitlichen Gliederungen der einzelnen Berufe eingesehen und heruntergeladen werden.

Auszubildende/r: _____
Unterschrift

Gesetzliche/r Vertreter/-in des/der Auszubildenden: _____
Unterschrift

_____
Datum

_____
Firmenstempel/Unterschrift

Ausbildungsplan über die Berufsausbildung zum Kaufmann / Kauffrau für Marketingkommunikation

1. Ausbildungsjahr

Berufsbild-Position	Teil des Ausbildungsberufsbildes	zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse	von - bis	in Abteilung
1			**3 – 5 Monate**	
1.1	Stellung, Rechtsform und Struktur	• Branchenstruktur der marketing- und Kommunikationswirtschaft beschreiben, anzutreffende Betriebsformen, Branchensegmente und Tätigkeitsfelder darstellen • Ausbildungsbetrieb in die Branchenstruktur einordnen • Rechtsform des Ausbildungsbetriebes erläutern • Aufbau, Struktur und Leitbild des Ausbildungsbetriebes erläutern • Zusammenarbeit des Ausbildungsbetriebes mit Wirtschaftsorganisationen, Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Berufsvertretungen beschreiben	.....	.....
1.2	Gesamt- und einzelwirtschaftliche Funktion der Marketing- und Kommunikationswirtschaft	• Aufgabe und Bedeutung von Marketing und Kommunikation im Rahmen der Gesamtwirtschaft und der Gesellschaft darstellen • Funktion und Bedeutung von Marketing und Kommunikation für Unternehmen, Verbände und Institutionen beschreiben • Zielsetzung, Aufgaben und Stellung des Ausbildungsbetriebes im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang beschreiben • Bereiche und Strukturen der Teilbrachen in der Marketing- und Kommunikationswirtschaft erläutern • Arten von Marketingkommunikation unterscheiden, Bereiche voneinander abgrenzen und deren Beziehungen zueinander darstellen • Stellung des Ausbildungsbetriebes im Vergleich zu Mitbewerbern ermitteln • Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebes darstellen	.....	.....
2.1	Arbeitsorganisation	• Aufbau, Aufgaben und Zuständigkeiten der Funktionsbereiche des Ausbildungsbetriebes erläutern • Arbeitsabläufe im eigenen Funktionsbereich und Schnittstellen zu anderen Funktionsbereichen berücksichtigen • Arbeits- und Organisationsmittel sowie Informations- und Kommunikationsmittel einsetzen	.....	.....
2.3	Qualitätssichernde Maßnahmen	• Qualitätssicherungsmaßnahmen im eigenen Arbeitsbereich anwenden	.....	.....
2.4	Informations- und Kommunikationssysteme	• Informations- und Kommunikationssysteme aufgabenorientiert einsetzen • interne und externe Dienste und Netze nutzen	.....	.....
3.4	Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben	• fremdsprachige Fachbegriffe anwenden	.....	.....

2			**4 – 6 Monate**	
3.1	Kommunikation	• Kommunikationsregeln berücksichtigen und zielgruppen- und mediengerecht anwenden • Informationen zielgruppengerecht aufbereiten und bedarfsgerecht nutzen • situationsgerecht kommunizieren		
3.2	Teamarbeit und Kooperation	• Rückmeldungen über Arbeitsergebnisse geben, mit Kritik konstruktiv umgehen		
3.3	Kundenbeziehungen	• Wertschätzung, Respekt und Vertrauen als Grundlage kundenorientierten Verhaltens und erfolgreicher Zusammenarbeit berücksichtigen		
4.3	Markenführung	• Merkmale einer Marke darstellen		
5.1	Briefing	• Briefingbestandteile recherchieren und verifizieren • Briefing anhand eines Musterbriefings formulieren		
6.1	Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern	• Bedingungen für Ausschreibungen und Wettbewerbspräsentationen feststellen		
3			**2 – 4 Monate**	
1.3	Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen	• Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag darstellen und die Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben • betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen und unter Nutzung von Arbeits- und Lerntechniken zu seiner Umsetzung beitragen • lebensbegleitendes Lernen als Voraussetzung für berufliche und persönliche Entwicklung begründen; branchenbezogene Fortbildungsmöglichkeiten ermitteln • Fachinformationen nutzen • wesentliche Inhalte eines Arbeitsvertrages erklären • arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie die für den Ausbildungsbetrieb geltenden tariflichen Regelungen beachten		
1.4	Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit	• Gefährdungen von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen • berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden • Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten • Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden; Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen		

1.5	Umweltschutz	Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere • mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären • für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden • Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen • Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen	.....	.....
7.1	Rechnungs- und Finanzwesen	• Rechnungswesen als Instrument kaufmännischer Steuerung und Kontrolle beschreiben • Organisation des Rechnungs- und Finanzwesens im Ausbildungsbetrieb darstellen	.....	.....
7.2	Controlling	• betriebliche Controllingsysteme und –instrumente anwenden	.....	.....

2. Ausbildungsjahr

Berufsbild-Position	Teil des Ausbildungsberufsbildes	zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse	von - bis	in Abteilung
1			**4 – 6 Monate**	
2.1	Arbeitsorganisation	• eigene Arbeit systematisch, qualitätsbewusst und unter Berücksichtigung organisatorischer, technischer und wirtschaftlicher Notwendigkeit planen, durchführen und kontrollieren • Lern- und Arbeitstechniken einsetzen, Zusammenarbeit aktiv gestalten und Aufgaben teamorientiert bearbeiten	.....	.....
2.4	Informations- und Kommunikationssysteme	• Leistungsmerkmale und Kompatibilität von Hardware- und Softwarekomponenten beachten • Maßnahmen des Datenschutzes, der Datensicherheit und der Datensicherung aufgabenorientiert anwenden	.....	.....
3.4	Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben	• im Ausbildungsbetrieb übliche fremdsprachige Informationen auswerten	.....	.....
4.1	Marktbeobachtung und –analyse	• Märkte beschreiben und eingrenzen • Informationen über Mitbewerber und Marktentwicklungen beschaffen und auswerten	.....	.....
4.2	Zielgruppen	• Informationsquellen für die Erschließung von Zielgruppen und Märkten nutzen • Konsumentenverhalten erfassen und analysieren	.....	.....
4.3	Markenführung	• Instrumente der Markenführung beschreiben	.....	.....
2			**3 – 5 Monate**	
2.2	Projektorganisation	• inhaltliche, organisatorische, zeitliche, personelle und finanzielle Aspekte bei der Projektarbeit berücksichtigen	.....	.....
2.3	Qualitätssichernde Maßnahmen	• Service-, Kundendienst- und Gewährleistungen als Teil der Qualitätssicherung situationsgerecht anwenden	.....	.....
3.2	Teamarbeit und Kooperation	• Strategien zur Konfliktlösung nutzen	.....	.....
5.1	Briefing	• Briefing auf Vollständigkeit überprüfen • Fragenkatalog für das Re-Briefing erstellen und bearbeiten	.....	.....
5.2	Konzeptionierung	• an der Entwicklung von Strategien für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mitwirken	.....	.....
5.3	Steuerung der kreativen Umsetzung	• kreative Umsetzungen mit Briefing abgleichen	.....	.....
5.5	Rechte und Lizenzen	• berufsspezifische Rechtsquellen, Normen und Regeln erschließen und anwenden • rechtliche Vorschriften, insbesondere zum Wettbewerbs-, Urheber-, Verwertungs-, Marken- und Persönlichkeitsrecht anwenden • bei der Vertragsgestaltung sowie an der Beschaffung von Rechten und Lizenzen mitwirken • zur Sicherung von Rechten und zur Vermeidung von Missbrauch beitragen	.....	.....

3			**2 – 4 Monate**	
3.3	Kundenbeziehungen	• Maßnahmen der Kundenbetreuung und –bindung umsetzen		
6.1	Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern	• Ausschreibung formulieren • Konzeptionen, Angebote und Präsentationen bewerten und auswählen		
6.2	Organisation interner und externer Herstellungsprozesse	• Herstellungsprozesse und Aktivitäten planen • Herstellungsprozesse und Aktivitäten überwachen, insbesondere hinsichtlich Zeit, Kosten und Qualität • Abnahme von Einzelleistungen durchführen		
6.3	Medieneinsatz	• Medieneinsatz steuern und überprüfen • Resonanz erfassen und dokumentieren		
6.4	Kontrolle und Abschluss der Maßnahme	• Ergebnisse der Marketing- und Kommunikationsmaßnahme dokumentieren		
7.1	Rechnungs- und Finanzwesen	• Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung des Ausbildungsbetriebes anwenden		
7.2	Controlling	• betriebliche Leistungskennzahlen beschaffen und anwenden		

3. Ausbildungsjahr

Berufsbild-position	Teil des Ausbildungsberufsbildes	zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse	von - bis	in Abteilung
1			**2 – 4 Monate**	
3.4	Anwenden einer Fremdsprache	• Auskünfte erteilen und einholen, auch in einer Fremdsprache		
4.1	Marktbeobachtung und –analyse	• Instrumente der Marktbeobachtung und der Marktanalyse auswählen • Absatzpotenziale ermitteln		
4.2	Zielgruppen	• Zielgruppen analysieren, definieren und segmentieren, dabei kulturelle und gesellschaftliche Verhaltensweisen, Werte und Normen berücksichtigen		
4.3	Markenführung	• Markenwert aufzeigen • Markenessenz feststellen		
4.4	Budgetplanung	• Budgetplanungsarten unterscheiden • Eckwerte von Marketingplänen berücksichtigen • Budgets nach Zeit, Aktionen und Instrumenten des Marketingmix aufteilen • Kapazitäten planen und mit der Produkt-, Marketing- und Vertriebsplanung abgleichen • Kommunikationsplanung, Produktplanung und Vertrieb aufeinander abstimmen		
2			**4 – 6 Monate**	
2.2	Projektorganisation	• Instrumente des Projektmanagements anwenden		
3.1	Kommunikation	• Moderationstechniken anwenden • Arbeitsergebnisse situationsgerecht präsentieren und begründen		
3.2	Teamarbeit und Kooperation	• Aufgaben im Team planen und unter Beachtung individueller Fähigkeiten verteilen und bearbeiten		
3.3	Kundenbeziehungen	• Beschwerden entgegennehmen und betriebsübliche Maßnahmen umsetzen • kulturelle Besonderheiten bei geschäftlichen Kontakten berücksichtigen		
5.2	Konzeptionierung	• Konzepte hinsichtlich der Aufgabenerstellung und Ziele bewerten • Kommunikationsmix und Kommunikationsmittel bestimmen • Produktion und Ressourcen planen • Projektbudget kalkulieren und vorschlagen		
5.3	Steuerung der kreativen Umsetzung	• Vorgaben für die Kreation formulieren • Kreativitätstechniken nutzen		
5.4	Feinplanung des Medieneinsatzes	• Mediaziele festlegen und Medienmix vorschlagen • Einsatzplan entwickeln • Optimierungsmöglichkeiten prüfen		

3			**3 – 5 Monate**	
6.1	Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern	• Vereinbarung mit Dienstleistern formulieren		
6.3	Medieneinsatz	• Medieneinsatz optimieren		
6.4	Kontrolle und Abschluss der Maßnahme	• Budgetkontrolle durchführen, bei Abweichungen Nachkalkulation vornehmen • Rentabilität ermitteln • Folgerungen für künftige Maßnahmen ableiten		
7.2	Controlling	• Ergebnisse des Rechnungswesens für das Controlling nutzen • Wirtschaftlichkeit der vertraglichen Vereinbarungen prüfen		