

# Rahmenplan Fachwirt/in für Marketing (IHK)

vame

<b>Besonderheiten bei Buchung des Pakets „Außerordentlich“ (IHK Prüfungsvorbereitung, Abnahme der Prüfung an der IHK)</b>	Bei Buchung des Pakets „Außerordentlich“ bereiten wir Sie in Anlehnung an den Rahmenplan der IHK auf eine Prüfung an der IHK vor. Sie erhalten an der vame ein Teilnahmezertifikat ohne Aufführung von Noten und keinen Titel / Abschluss. Sie haben die Option Einsendehausarbeiten zur Korrektur einzureichen, um Ihren Wissensstand zu überprüfen.
	<b>Abschluss: Fachwirt/in für Marketing (IHK), Prüfungsvorbereitung</b>
<b>Lern- und Arbeitsmethodik</b>	Die Lern- und Arbeitsmethodik in ihrer Bedeutung für das „Lernen zu lernen“ erkennen
	Subjektive und objektive Rahmenbedingungen erkennen und deren Einfluss auf das Lernen berücksichtigen: Motivation, Lerntypen, Lernrhythmus, Lernumgebung
	Lerntechniken anwenden: Lernstoff erfassen (Quellen kennen, Protokolltechniken anwenden), Lernstoff strukturieren und ordnen (Darstellungstechniken anwenden, Gliederungstechniken anwenden), Lernstoff reduzieren und zusammenfassen, Lernstoff lernen und wiederholen
	Zeit- und Themenplanung anwenden: Zeitmanagementmethoden überblicken, Möglichkeiten der Themenplanung kennen
	Lernmethoden und eingesetzte Lernmedien überblicken: Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Rollen- und Planspiele, CBT, Flip-Chart, Pinnwand, Projektoren, audiovisuelle Medien
	Gruppenarbeit praktizieren: Organisationsformen und Einsatzmöglichkeiten kennen, Probleme wahrnehmen und Lösungsmöglichkeiten beurteilen (Rollen, Kommunikationsregeln, gruppenspezifische Prozesse)
	Grundlagen der Rede- und Präsentationstechniken anwenden: Sprechtechniken und Artikulation, Statements und/oder Präsentationen vorbereiten (Aufbau, Layout), Manuskripte unter Berücksichtigung der Zielgruppe erarbeiten, Vortrags- und Berichtstechniken, Diskussionstechniken

Trend- und Zukunftsforschung	Trends, Veränderungen, Zukunftsherausforderungen, das Umfeld verstehen lernen, Entwicklung eines Szenariorahmens, Chancen
Kundenmanagement	Kunden und Zielgruppen, kundenorientierte Strategien: Planung, Kennzahlen, Organisation, Wettbewerb, Kundenerwartungen und Angebotsrealität, Bedeutung der Kundenorientierung für ein Unternehmen und seine Mitarbeiter, Kundenbeziehungen, Kundenbindungs- und Kundenrückgewinnungsmanagement, Beschwerdemanagement
Recht	Staatsorganisationen, Staatsorgane, Freiheitsrechte, Gleichheitsrechte, Rechtsgebiete, Europarecht, Strafrecht, Privatrecht / Wirtschaftsrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht, Wettbewerbsrecht, EU-Kartellrecht, Arbeitsrecht kompakt,
Psychologie	Systematische Beobachtung, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Neugierde & Involvement, Werbewirkungsmodelle, Prinzipien des Lernens, Emotionen, Formale Aspekte, Ethik, Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie
Wissens- und Informationsmanagement	Informationsbedarf, Wissens- und Informationsmanagement, organisationales Lernen, Modelle und Ansätze, Führungskonzepte, Strategien, Ansprüche, Wissensverlust, personelle Funktionen, Action Learning, Dokumentationen technologische Instrumente
Marktforschung	Marktforschung, Marktinformationen aus Sekundärquellen, Marktinformationen durch Primärforschung, Marktdaten und Informationen, Prognosetechniken, Kennzahlen zur Charakterisierung des Marktes, Marktsegmentierung, Zielgruppen und Kaufverhalten, Marktforschungsbericht und -präsentation.

Marketingmanagement	Unternehmensphilosophie und Corporate Identity, Marketingziele und -situation in Bezug auf Ergebnisse der Umfeldanalyse, Marketingstrategie, alternative Marketingstrategien, Integration der Marketingstrategie in die Marketingorganisation, Corporate-Social-Responsibility-Konzept, produktspezifische- bzw. dienstleistungsbezogene Ziele und Zielgruppen, Marketingmaßnahmen, Planungs- und Steuerungstechniken, Teilziele, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogene Marketingorganisation, Produkt- bzw. Dienstleistungsmanagement, Arten des Marketing, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogener Marketing-Mix, Instrumentarium des Marketing-Mix, Produkt-, Programm- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik, Prozesspolitik, Zielerreichungsgrad, Planungs- und Steuerungstechniken zur Kontrolle, Ursachenanalyse unter Berücksichtigung der Zielhierarchien, Optimierungsmaßnahmen, Marketingprozesse, Qualitätsmanagement im Marketing, am betrieblichen Umsetzungsprozess mitwirken
Präsentation	Die Kunst der guten Rede, erfolgreich präsentieren, Regeln für ein faires Feedback, Präsentationen gestalten, Zielgruppen, Drehbuch, Körpersprache, Lampenfieber & Blackout, die Rede, das Gespräch, Grundlagen der Visualisierung, Grafiken & Symbole, Rhetorik
Projektmanagement	Organisation des Projektes, Ziele definieren - Ziele erreichen, Projektplanung, Projektstrukturplan, Ablauf- und Terminmanagement, Aufwandschätzung, Projektsteuerung, Kostenpläne, Risiken, Projektdurchführung Kontrolle
Controlling	Marketingcontrolling als Instrument der Unternehmensführung, Übereinstimmung von strategischen und operativen Marketingprozessen, Controllinginstrumente, Marketing-Audio, Aufgaben, Steuerung, Früherkennungssysteme, Aufbau eines Controllingkonzeptes, Ergebnisse, Schlussfolgerungen, Marketingkonzeption, -organisation und -prozesse
Direktmarketing	Erscheinungsformen, Instrumente, Möglichkeiten des Direktmarketings im Internet, Konzeption, Planung, Kundenclubs, Telefonmarketing, Aufbau einer Datenbank

Public Relations & Text	Texte verfassen und analysieren, Public Relations, das Geschäft um die Aufmerksamkeit, der Kontakt zu Journalisten, Instrumente der Presse- und Medienarbeit, Verbände, AKTION-Formel, PR Evaluation in der Praxis, Medienethik, Lügenpresse, Erfolgsgarantien
Kreation & Konzeption	Corporate Baustelle, Bilder, Bildinterpretation, Corporate Design, Basiswissen Typografie, Farbenlehre, Formen & Maße, Konzeption: Briefing Recherche, Ziele, Zielgruppen, Kampagneninhalte, Strategie, Taktik, Präsentation & Dokumentation
Verkaufsförderung & Promotion	Die Bedeutung der Verkaufsförderung, Mittel und Maßnahmen, Planung, Konzeption, Durchführung, Kontrolle
Eventmanagement	Einführung in das Event- und Erlebnismarketing, typische Unternehmensformen in der Veranstaltungsbranche, die wichtigsten Fachverbände, die Integration des Eventmarketings in die Unternehmenskommunikation, Konsumentenverhalten, Die Grundlagen des Erlebnismarketings, Wertewandel, die Kommunikation von Erlebniswerten, Techniken & Instrumente, die Integration in den Marketing-Mix, Chancen, Grenzen und Risiken, von der Analyse bis zur Erfolgskontrolle, Konzeption, Praxisbeispiele, Tourneemanagement, Versicherungen, Catering, Ticketing, Einladungsszenario, ökologische Einflüsse, Abgaben und Steuern, Licensing, Merchandising
Sponsoring	Möglichkeiten, Entwicklung, Bereiche, Sponsorenakquisition, Typen, Artenunterschiede, Product Placement, Konzeption, Sponsoringverträge
Messe- und Kongressmanagement	Messen im Marketing-Mix, Messeziele, die Bedeutung des Wettbewerbs, Messeplanung, die rechnerische Planung & Nacharbeit, Versicherungen, Messestände & Standplätze, Organisatorisches, Messerfolgskontrolle, der Trend zum Event, Messedekorationen
Online- und Mobilemarketing / Neue Medien	E-Commerce, Online-Werbung, E-Mail-Marketing, Mobile-Marketing

Social Media Management / Neue Medien	Social Media Strategie, Konzeption, Monitoring, Tools
Kommunikation	Situationsbezogene Kommunikation, der Kommunikationsbegriff, Kommunikationsmodelle, Kommunikation & Sprache, integrierte Unternehmenskommunikation, Analysen im Rahmen der Kommunikationsstrategie, das Kommunikationskonzept, Copy Strategy, kritische Beurteilung von Kommunikationsstrategien
Interkulturelle Kompetenz, Außenwirtschaft	Kulturen, interkulturelle Kommunikationsmodelle, Mediation auf internationaler Ebene, Regeln für internationale Kommunikation, Sprache, Critical incidents, nationale und internationale Wirtschaftsbeziehungen, die Stellung Deutschlands in der Weltwirtschaft, Veränderungen der Arbeitsmärkte, Aufbau und Realisierung von Außenwirtschaftsbeziehungen, Abwickeln der außenwirtschaftlichen Transaktionen in verschiedenen Währungsgebieten, Auslandszahlungsverkehr, Dokumente im Außenhandel, das Dokumenteninkasso, das Dokumentenakkreditiv, Garantien im Auslandsgeschäft, Devisenhandel, Finanzierung des Außenhandels, Abwicklung des internationalen Warenverkehrs, Grundfreiheiten, Risikomanagement, Incoterms
BWL / VWL	Aufgaben der BWL, Betriebe und Unternehmen, Unternehmensführung, Managementaufgaben, Informationswirtschaft, betriebswirtschaftliche Ansätze, Finanzwirtschaft, Gewinnschwelle, Gewinngrenze, Betriebsoptimum und kurzfristige Preisuntergrenze, der Qualitätsbegriff, Produktionswirtschaft, Einführung in die VWL, Mikro- und Makroökonomie, Bedürfnisse, Bedarf, Knappheit, das Ökonomische Prinzip, Güter & Dienstleistungen, Produktionsfaktoren, der Wirtschaftskreislauf, der Markt und sein Mechanismus, Geld & Geldmarkt, der Arbeitsmarkt, soziale Sicherung, Wirtschaftsordnungen, die Konjunktur, das gesamtwirtschaftliche Gleichgewicht, Instrumente der Wirtschaftspolitik, internationale Wirtschaftsbeziehungen & Globalisierung
Finanzwirtschaftliche Steuerung	Controlling, Budgetierung, Aufbau eines kennzahlengesteuerten Managementinformationssystems, Steuerung und Beschaffung von Mitteln, Kapitalbedarfsermittlung, Kapitalbedarfsdeckung, Lenkung der Mittelverwendung, Prozesskostenrechnung

Organisation	Unternehmensorganisation, Marketingorganisation, Arbeitsorganisation, Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Büroorganisation, die persönliche Arbeitsmethodik, Organisationsstrukturen international tätiger Unternehmen
Konfliktmanagement	Konfliktarten, Konflikte in Unternehmen, Verhaltensweisen in Konflikten, Eskalation / Deeskalation, Tools
Personalwesen	Aus den Unternehmenszielen die Anforderungen an das Personalmanagement ableiten, Personalbedarf im eigenen Aufgabenbereich, Anforderungsprofile für erforderliches Personal im eigenen Aufgabenbereich, Prozesse der Personalbeschaffung, Personalauswahl, Planen und Steuern des Personaleinsatzes
Unternehmens- und Menschenführung	Anwenden von situationsgerechten Führungsmethoden, Führungsaufgaben, Führungstechniken und Führungsinstrumente, Planen und Durchführen der Berufsausbildung, Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeitern, Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes
Steuerwesen	Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuerklassen, Lohnsteuerpflichten, Buchführungspflichten, Unternehmenssteuern
Rechnungswesen	Geld & Währung, die grundlegenden Aspekte des Rechnungswesens, Bilanzierung und Bewertung, Finanzbuchhaltung, die Kosten- und Leistungsrechnung, Kostenstellenrechnung, Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen, Veranstaltungskalkulation