

## Rahmenplan Medienwirt/in Digital (vame) / optional: Medienfachwirt/in (Digital) (IHK)

|  |   |
|--|---|
|  |   |
| <b>Besonderheiten</b><br><b>Abschluss vame / Paket: „Hoch hinaus“</b>  | Die Prüfungen werden hausintern abgenommen. Je Semester stehen 4 Live-Prüfungen (à 20 Min) im virtuellen Klassenzimmer an. In jedem Fachbereich ist eine Einsendehausarbeit einzureichen. Nach Absolvierung: Aushändigung eines Zeugnisses + Erlangung des Abschlusses: Medienwirt/in Digital (vame).   |
| <b>Besonderheiten bei Buchung des Pakets</b><br><b>„Erstklassig“ (Abschluss vame + IHK</b><br><b>Prüfungsvorbereitung)</b> | Bei Buchung des Pakets „Erstklassig“ ist optional die Erlangung eines zusätzlichen Abschlusses (Medienfachwirt/in (Digital) (IHK)) möglich. Diese Prüfung wird an der IHK abgenommen. An der vame erhalten Sie <u>vertiefende</u> und vom vame-Rahmenplan abweichende Inhalte in den kaufmännischen Fachbereichen, IHK-Lernkarten, Prüfungssimulation / Zugriff auf alte Prüfungsfragen. Wichtig: Wer diesen Teil bucht muss nicht zwangsläufig eine Prüfung an der IHK ablegen. Die zusätzlichen Fachbereiche werden auf dem Zeugnis aufgeführt. |
|  |   |
|  | <b>Abschluss: Medienwirt/in Digital (vame)</b>  |
|  |   |
| Zielmanagement, Coaching, NLP  | Check yourself! Was will ich? Was habe ich für Ziele? Wie kann ich diese erreichen?   |
|  | Die Abläufe eines Coachingprozesses, das Repertoire eines Coachs, Gruppen- und Teamcoaching, Zielmanagement, Grundlagenwissen NLP   |
|  |   |
| Storytelling   | Workshop: professionell Geschichten erzählen, die nachhaltig Wirkung zeigen: wie geht das?  |
|  |   |
| Lern- und Arbeitsmethodik  | 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, gruppendynamische 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                                     |
|                                     |  |
| 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, Vertragsrecht, Presse- und Persönlichkeitsrecht                            |
|                                     |  |
| 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.                        |
|                                     |  |

|   |  |
|---|--|
| <p>Marketingmanagement</p>                | <p>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</p> |
| <p>Präsentation</p>                       | <p>Die Kunst der guten Rede, erfolgreich präsentieren, Regeln für ein faires Feedback, Präsentationen gestalten, Zielgruppen, Drehbuch, Körpersprache, Lampenfieber &amp; Blackout, die Rede, das Gespräch, Grundlagen der Visualisierung, Grafiken &amp; Symbole, Rhetorik</p>  |
| <p>Print- und Digitalmedienproduktion</p> | <p>Arten und Verwendung von Printmedien, Produktionsprozesse der Printmedienproduktion, Arten und Verwendung von Digitalmedien, Produktionsprozesse der Digitalmedienproduktion, Einsatzbereiche der Produkte sowie Prozesse der Print und Digitalmedienproduktion, Kundenwünsche und Auftragsanforderungen auf Umsetzbarkeit, Auftragsplanung, Datenmanagement, Intermediale Konzepte, Workflowmanagementsysteme, Projektmanagementsysteme, Prozessoptimierung/ Prozessanpassung, Innovationsmanagement, Möglichkeiten der intermedialen Produkte/Produktionen, Beratung von Kunden über mögliche intermediale Produkte, Konzepte, innovative Print- und Digitalprodukte unter Berücksichtigung intermedialer Gesichtspunkte, Kundenpräsentationen, Bestimmung des Investitionsbedarfs, Anforderungen an Investitionen, Informationsgewinnung über Anbieter/Marken/Maschinen, Angebote, Lieferantenauswahl, Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz, Gesundheitsschutz, Umweltschutz, Einhaltung von Schutzmaßnahmen</p>  |

|                     |  |
|---------------------|--|
|                     |  |
| Digitalmedien       | Definition von Kunden- und Auftragsanforderungen, Gestaltungskonzept und technische Konzeption, Zielkundensegmentierung, Web-to-Publish-Systeme, Intermediale Produktionswege, Medienkanäle, Kampagnenmanagement, Inboundmarketing, Affiliate-Marketing, Selling-Strategien, Kalkulation, Vorgehensmodelle, Projektvisualisierungsmethoden, Projektmanagementsysteme, -software, Release-Zyklen, Dokumentenmanagement, Dokumentationsmethoden, Zeitmanagement, Entwicklerumgebungen, in das Medienprodukt eingebundene Software, Auswahl des Hostings und des Providers, Anforderungen des live Streaming, Aufbau von Gestaltungskonzeptionen, Gestaltungsergebnisse anhand von Kriterien, Formulardesign, Ausgabesysteme, Navigation, Eigenarten der verschiedenen Eingabesysteme, Bots, Assistenten, Prüftechniken, Testarten, Teststufen, Testdurchführung, Go-live, Updates, IT-Sicherheit |
|                     |  |
| Vertriebsmanagement | Grundlagen, Vertriebssysteme, der Kaufentscheidungsprozess des Kunden, potenzialorientierte Kundensegmentierung, Analyse der aktuellen Vertriebssituation nach innen / außen, Entwicklung und Planung von Vertriebszielen, Zielvereinbarungssysteme, Vertriebsprozesse, Vertriebsaktivitäten, die Angebotserstellung, Trends und Benchmarks im Vertrieb, Tools / Methoden und Techniken im Vertriebswesen, die Vertriebsfunktion im internationalen Umfeld, Vertrieb und Verkauf als Schnittstelle zum Kunden, Vertriebsmanagement, Customer Relationship Management, Entwicklung von Strategien (z. B. Marktdurchdringung, Marktentwicklung), Einflussfaktoren, Kommunikation im Vertrieb, Verhandlungen führen, Vertriebswegemanagement, Innendienst, Außendienst, Vergütungsformen  |
|                     |  |
| 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-Audit, Aufgaben, Steuerung, Früherkennungssysteme, Aufbau eines Controllingkonzeptes, Ergebnisse, Schlussfolgerungen, Marketingkonzeption, -organisation und -prozesse, Auditdokumentation   |
|                     |  |

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
|                                    |  |
| Qualitätsmanagement                | Arten von Arbeitssystemen, Grundsätze der Gestaltung des Arbeitsplanes und Arbeitsvorgangs, Aufgaben der Bedarfsplanung, Auftragsdisposition, Produktionsplanung, Ermittlung und Definition von betrieblichen Prozessen, medienspezifische Konzepte, Planungstechniken, Analysemethoden, Qualitätsziele, Qualitätsmanagementmethoden, Werkzeuge und Methoden im Qualitätsmanagement, statistische Methoden im Qualitätsmanagement, Verteilungen und Verteilungsfunktionen qualitativer und quantitativer Merkmale, Controlling |
|                                    |  |
| Media (Print & TV + Radio)         | Auflagen und Auflagerten (Print), Kennziffern, Seeherrschaft, Hörerschaft, Kinobesucher, Mediengattungen, Medialeistung (Tageszeitungen), Medialeistung (Publikumszeitschriften), Medialeistung (Fachzeitschriften), Medialeistung TV-Werbung, Medialeistung Kinowerbung, Außenwerbung, Mediaplanung, Radio: das unterschätzte Medium, Werbeformen im Radio, alternative Sonderwerbeformen, das Radio und das Internet   |
|                                    |  |
| Direktmarketing / Dialogmarketing  | Erscheinungsformen, Instrumente, Möglichkeiten des Direktmarketings im Internet, Konzeption, Planung, Kundenclubs, Telefonmarketing, Aufbau einer Datenbank  |
|                                    |  |
| Bewegtbild, Video, Virtual Reality | Möglichkeiten, Gestaltung, technische Umsetzung, Formate   |
|                                    |  |
| 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   |
|                                    |  |
| 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, Verkäufermeetings und Tagungen  |
|                                    |  |
| Sponsoring                         | Möglichkeiten, Entwicklung, Bereiche, Sponsorenakquisition, Typen, Artenunterschiede, Product Placement, Konzeption, Sponsoringverträge  |

|   |   |
|---|---|
|   |   |
|   |   |
| Kreation & Konzeption                     | Corporate Baustelle, Bilder, Bildinterpretation, Corporate Design, Basiswissen Typografie, Farbenlehre, Formen & Maße, Konzeption: Briefing Recherche, Ziele, Zielgruppen, Kampagneninhalte, Strategie, Taktik, Präsentation & Dokumentation  |
|   |   |
| 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   |
|   |   |
| Verkaufsförderung & Promotion             | Die Bedeutung der Verkaufsförderung, Mittel und Maßnahmen, Planung, Konzeption, Durchführung, Kontrolle   |
|   |   |
| Persönlicher Verkauf                      | Der Soft- und Hardselling-Ansatz, der Verkaufsprozess, Argumentation, Produktpräsentation, das Verkaufsgespräch, Kundenbesuche  |
|   |   |
| Kommunikation                             | Situationsbezogene Kommunikation, der Kommunikationsbegriff, Kommunikationsmodelle, Kommunikation & Sprache, integrierte Unternehmenskommunikation, Analysen im Rahmen der Kommunikationsstrategie, das Kommunikationskonzept, Copy Strategy, kritische Beurteilung von Kommunikationsstrategien  |
|   |   |
| 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  |
|                                 |   |
| Datenschutz                     | Begriff Datenschutz, maßgebliche Bestimmungen, Grundsätze beim Schutz personenbezogener Daten, Datenschutzbeauftragte und Aufsichtsbehörden. Medienprivileg   |
|                                 |   |
| Personalmanagement              | Personalbedarfsermittlung, Methoden der Bedarfsermittlung, Maßnahmen zur Personalgewinnung, Strategie und Instrumente der Personalgewinnung, Funktionsbeschreibungen, Anforderungsprofile für die Ausübung von Tätigkeiten unter Berücksichtigung individueller Eigenschaften, Qualitätsansprüche, Bedeutung von Stellenbeschreibungen und Stellenplanungen, Stellenbeschreibungen unter den Aspekten der Personalplanung, Stellenbesetzung und Nachfolgeplanung, rechtliche Bedingungen, Methoden und Mittel zur Führung von Mitarbeitern, Dynamik der Zusammenarbeit im Betrieb, Team-/Gruppenstruktur und -verhalten, Team-/Arbeitsleistung, kontinuierlicher Verbesserungsprozess, Bewertung von Verbesserungsvorschlägen, Personalentwicklung als unternehmerisches Steuerungselement, strategische und individuelle Personalentwicklung, Personalentwicklungsbedarf, Maßnahmen der Personalentwicklung, Entwicklungsmaßnahmen nach Vereinbarung, Qualifizierungsergebnisse bezogen auf Entwicklungsziele, Planung, Organisation und Durchführung der Ausbildung, Faktoren der beruflichen Entwicklung, Beratung und Unterstützung der Mitarbeiter, Maßnahmen der Mitarbeiterentwicklung, Mitarbeiterbeurteilung |
|                                 |   |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
| 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, Mitarbeitermotivation |
| Konfliktmanagement   | Konfliktarten, Konflikte in Unternehmen, Verhaltensweisen in Konflikten, Eskalation / Deeskalation, Tools  |
| Rechnungswesen   | Geld & Währung, die grundlegenden Aspekte des Rechnungswesens, Bilanzierung und Bewertung, Finanzbuchhaltung, die Kosten- und Leistungsrechnung, Kostenstellenrechnung, Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen, Veranstaltungskalkulation  |
| <b>IHK-Prüfungsvorbereitung /<br/>Zusatzbereiche, die im Basisstudium nicht<br/>enthalten sind</b> |  |
| Steuerwesen  | Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuerklassen, Lohnsteuerpflichten, Buchführungspflichten, Unternehmenssteuern   |
| Recht (Vertiefung)   | Vertragsrecht, Haftungsrecht, Persönlichkeitsrecht   |
| Rechnungswesen (Vertiefung)  | Bilanzierung, Deckungsbeitragsrechnung, Beurteilen und Anwenden von Methoden der Zeitwirtschaft, Erstellen und Auswerten der Betriebsabrechnung, Fördern des Kostenbewusstseins der Mitarbeiter  |