

Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation

Ausbildungsdauer: 3 Jahre

Arbeitsgebiet

Kaufleute für Marketingkommunikation sind bei Agenturen, Beratungsunternehmen und Dienstleistern sowie in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Institutionen tätig. Sie arbeiten insbesondere in den Bereichen klassische Werbung, Dialogmarketing, Public Relations, Promotion, Event, Sponsoring, Multimedia, Messe und Design.

Berufliche Fähigkeiten

Kaufleute für Marketingkommunikation

- beraten Kunden in Fragen der Marketingkommunikation
- beobachten und analysieren Märkte und bestimmen Zielgruppen
- entwickeln integrierte Kommunikationskonzepte für Kampagnen und Einzelmaßnahmen
- koordinieren den Kommunikationsmix und bewerten dessen Wirksamkeit
- steuern die kreative Umsetzung
- organisieren und kontrollieren Herstellungsprozesse von Kommunikationsmitteln
- planen und kontrollieren den Einsatz von Medien und Maßnahmen
- sichern die Qualität der arbeitsteilig erbrachten Leistungen
- entwickeln vertragliche Grundlagen für die Zusammenarbeit und für den Erwerb von Rechten und Lizenzen
- planen, kalkulieren und kontrollieren Projektbudgets und wenden betriebliche Controllinginstrumente an

Ausbildungsschwerpunkte

- Der Ausbildungsbetrieb / Stellung, Rechtsform und Struktur
- gesamt- und einzelwirtschaftliche Funktion der Marketing- und Kommunikationswirtschaft
- Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Grundlagen
- Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit
- Umweltschutz
- Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme
- Projektorganisation
- qualitätssichernde Maßnahmen
- Kommunikation und Kooperation
- Teamarbeit und Kooperation
- Kundenbeziehungen
- Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben
- Marketing- und Kommunikationsstrategien
- Marktbeobachtung und -analyse
- Zielgruppen
- Markenführung
- Budgetplanung
- Vorbereitung und Planung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen
- Briefing
- Konzeptionierung
- Steuerung der kreativen Umsetzung
- Feinplanung des Medieneinsatzes

- Rechte und Lizenzen
- Durchführung und Kontrolle von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen
- Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern
- Organisation interner und externer Herstellungsprozesse
- Medieneinsatz
- Kontrolle und Abschluss der Maßnahme
- kaufmännische Steuerung und Kontrolle
- Rechnungs- und Finanzwesen / Controlling