

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

MarketFachwPrV

Ausfertigungsdatum: 21.08.2014

Vollzitat:

"Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt für Marketing und Geprüfte Fachwirtin für Marketing vom 21. August 2014 (BGBl. I S. 1461), die durch Artikel 74 der Verordnung vom 9. Dezember 2019 (BGBl. I S. 2153) geändert worden ist"

Stand: Geändert durch Art. 74 V v. 9.12.2019 I 2153

Ersetzt V 806-22-6-7 v. 28.3.2006 I 588 (FachkMarkPrV)

Fußnote

(+++ Textnachweis ab: 1.4.2015 +++)

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

Eingangsformel

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 der zu prüfenden Person 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.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 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 Befreiung von einzelnen Prüfungsbestandteilen

Wird die zu prüfende Person nach § 56 Absatz 2 des Berufsbildungsgesetzes von der Ablegung einzelner Prüfungsbestandteile befreit, bleiben diese Prüfungsbestandteile für die Anwendung der §§ 6 und 7 außer Betracht. Für die übrigen Prüfungsbestandteile erhöhen sich die Anteile nach § 6 Absatz 2 Satz 2 oder § 7 Absatz 4 Satz 1 entsprechend ihrem Verhältnis zueinander. Allein diese Prüfungsbestandteile sind den Entscheidungen des Prüfungsausschusses zugrunde zu legen.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 6 Bewerten der Prüfungsleistungen

(1) Jede Prüfungsleistung ist nach Maßgabe der Anlage 1 mit Punkten zu bewerten.

(2) In der Prüfung sind als Prüfungsleistungen zu bewerten:

1. die beiden schriftlichen Teilleistungen nach § 3 Absatz 2,
2. die mündliche Prüfung in Form
 - a) eines Fachgesprächs nach § 3 Absatz 3 und 5,
 - b) einer Präsentation nach § 3 Absatz 3 bis 5.

Aus den beiden schriftlichen Teilleistungen ist als zusammengefasste Bewertung der schriftlichen Prüfung das arithmetische Mittel zu berechnen. Aus den einzelnen Bewertungen des Fachgesprächs und der Präsentation ist als zusammengefasste Bewertung der mündlichen Prüfung das gewichtete arithmetische Mittel zu berechnen. Dabei sind die Bewertungen wie folgt zu gewichten:

1. die Bewertung des Fachgesprächs mit zwei Dritteln und
2. die Bewertung der Präsentation mit einem Drittel.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 7 Bestehen der Prüfung, Gesamtnote

(1) Die Prüfung ist bestanden, wenn ohne Rundung in der schriftlichen und in der mündlichen Prüfung jeweils mindestens 50 Punkte erreicht worden sind.

(2) Ist die Prüfung bestanden, sind die folgenden Bewertungen jeweils kaufmännisch auf eine ganze Zahl zu runden:

1. die zusammengefasste Bewertung der schriftlichen Prüfung,
2. die zusammengefasste Bewertung der mündlichen Prüfung.

(3) Für die Bildung einer Gesamtnote ist als Gesamtpunktzahl das arithmetische Mittel aus den beiden schriftlichen Teilleistungen nach § 3 Absatz 2 und der zusammengefassten Bewertung der mündlichen Prüfung zu berechnen. Die Gesamtpunktzahl ist kaufmännisch auf eine ganze Zahl zu runden. Der gerundeten Gesamtpunktzahl ist nach Anlage 1 die Note als Dezimalzahl und die Note in Worten zuzuordnen. Die zugeordnete Note ist die Gesamtnote.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 8 Zeugnisse

(1) Wer die Prüfung nach § 7 Absatz 1 bestanden hat, erhält von der zuständigen Stelle zwei Zeugnisse nach Maßgabe der Anlage 2 Teil A und B.

(2) Auf dem Zeugnis mit den Inhalten nach Anlage 2 Teil B sind die Noten als Dezimalzahlen mit einer Nachkommastelle und die Gesamtnote als Dezimalzahl mit einer Nachkommastelle und in Worten anzugeben. Jede Befreiung nach § 5 ist mit Ort, Datum und der Bezeichnung des Prüfungsgremiums der anderen vergleichbaren Prüfung anzugeben.

(3) Die Zeugnisse können zusätzliche nicht amtliche Bemerkungen zur Information (Bemerkungen) enthalten, insbesondere

1. über den erworbenen Abschluss oder
2. auf Antrag der geprüften Person über während oder anlässlich der Fortbildung erworbene besondere oder zusätzliche Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 9 Wiederholung der Prüfung

(1) Jeder nicht bestandene Prüfungsteil 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.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 10 Ausbildereignung

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

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 11 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.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

§ 12 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.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

Anlage 1 (zu den §§ 6 und 7) Bewertungsmaßstab und -schlüssel

(Fundstelle: BGBl. I 2019, 2407 - 2408)

Punkte	Note als Dezimalzahl	Note in Worten	Definition
100	1,0	sehr gut	eine Leistung, die den Anforderungen in besonderem Maß entspricht
98 und 99	1,1		
96 und 97	1,2		
94 und 95	1,3		
92 und 93	1,4		
91	1,5	gut	eine Leistung, die den Anforderungen voll entspricht
90	1,6		
89	1,7		
88	1,8		
87	1,9		
85 und 86	2,0		
84	2,1		
83	2,2		
82	2,3		
81	2,4		
79 und 80	2,5	befriedigend	eine Leistung, die den Anforderungen im Allgemeinen entspricht
78	2,6		
77	2,7		
75 und 76	2,8		
74	2,9		
72 und 73	3,0		
71	3,1		
70	3,2		
68 und 69	3,3		
67	3,4		
65 und 66	3,5	ausreichend	eine Leistung, die zwar Mängel aufweist, aber im Ganzen den Anforderungen noch entspricht
63 und 64	3,6		
62	3,7		
60 und 61	3,8		
58 und 59	3,9		
56 und 57	4,0		
55	4,1		

Punkte	Note als Dezimalzahl	Note in Worten	Definition
53 und 54	4,2		
51 und 52	4,3		
50	4,4		
48 und 49	4,5	mangelhaft	eine Leistung, die den Anforderungen nicht entspricht, jedoch erkennen lässt, dass gewisse Grundkenntnisse noch vorhanden sind
46 und 47	4,6		
44 und 45	4,7		
42 und 43	4,8		
40 und 41	4,9		
38 und 39	5,0		
36 und 37	5,1		
34 und 35	5,2		
32 und 33	5,3		
30 und 31	5,4		
25 bis 29	5,5		
20 bis 24	5,6		
15 bis 19	5,7		
10 bis 14	5,8		
5 bis 9	5,9		
0 bis 4	6,0		

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)

Anlage 2 (zu § 8) Zeugnisinhalte

(Fundstelle: BGBl. I 2019, 2408 - 2409)

Teil A – Zeugnis ohne Prüfungsergebnisse:

1. Bezeichnung der ausstellenden Behörde,
2. Name und Geburtsdatum der geprüften Person,
3. Datum des Bestehens der Prüfung,
4. Bezeichnung des erworbenen Fortbildungsabschlusses nach § 1 Absatz 3,
5. Bezeichnung und Fundstelle dieser Fortbildungsordnung nach den Angaben im Bundesgesetzblatt unter Berücksichtigung erfolgter Änderungen dieser Verordnung,
6. Datum der Ausstellung des Zeugnisses samt Unterschrift der zuständigen Stelle.

Teil B – Zeugnis mit Prüfungsergebnissen:

Alle Angaben des Teils A sowie zusätzlich:

1. zur Prüfung
 - a) Benennung und Bewertung der schriftlichen Prüfung,
 - b) Benennung und zusammengefasste Bewertung der mündlichen Prüfung,

2. die errechnete Gesamtpunktzahl für die gesamte Prüfung,
3. die Gesamtnote als Dezimalzahl,
4. die Gesamtnote in Worten,
5. Befreiungen nach § 5,
6. Bescheinigung der Befreiung vom schriftlichen Teil der Prüfung nach der Ausbilder-Eignungsverordnung nach § 10.

Fußnote

(+++ Zur Anwendung vgl. §§ 1 u. 3 FortbVenÄndV6AnwV +++)