

## WEGLEITUNG

zur Prüfungsordnung der

### MarKom Zertifikatsprüfung

**MarKom** *Im Verein MarKom sind vertreten:*  
**Zertifikatsprüfung** *FAIR - Fédération des Agents Indépendants et Représentants*  
**Prüfungssekretariat** *GfM - Gesellschaft für Marketing*  
**Marchweg 6** *KS Kommunikation Schweiz*  
**5035 Unterentfelden** *KV Schweiz*  
**Tel. 062 724 14 92** *pr suisse Schweizerischer Public Relations Verband SPRV*  
**Fax 031 961 51 30** *SDV Schweizerischer Dialogmarketing Verband*  
**[info@markom.org](mailto:info@markom.org)** *Swiss Marketing (SMC)*  
**[www.markom.org](http://www.markom.org)** *Verkauf Schweiz*

## 1. Allgemeines

Die Wegleitung präzisiert die Prüfungsordnung in Bezug auf Aspekte von nachgeordneter Bedeutung. Die zwingenden Vorschriften der Prüfungsordnung bleiben in jedem Fall vorbehalten. Die aktuelle Fassung der Wegleitung ist jeweils im Internet publiziert.

Änderungen der Wegleitung werden auf der Website ([www.markom.org](http://www.markom.org)) publiziert sowie den der Prüfungskommission bekannten Ausbildungsinstituten sowie bereits angemeldeten Kandidatinnen und Kandidaten notifiziert. Änderungen gelten grundsätzlich per sofort – also auch für bereits laufende Prüfungen, wobei den Kandidatinnen und Kandidaten in diesem Fall aus der Änderung kein Nachteil erwachsen darf.

Die MarKom Zertifikatsprüfung verfolgt verschiedene Zwecke:

- Jene Prüfungsteile, die allen Fachrichtungen zugrunde liegen, werden gemeinsam geprüft. Dies ermöglicht ein „Schnuppern“ in allen Bereichen und erleichtert den Entscheid über die anzuweisende Weiterbildung.
- Das Bestehen der MarKom Zertifikatsprüfung ist eine der Vorbedingungen für die Absolvierung der fünf Berufsprüfungen gemäss Ziff. 1.1.1. In diesen wird davon ausgegangen, dass die Kandidatinnen und Kandidaten sich die entsprechenden Grundlagenkenntnisse angeeignet haben.

Das Zertifikat der MarKom Zertifikatsprüfung stellt somit noch keinen Fachausweis im Sinne des Berufsbildungsgesetzes dar. Es erleichtert die Suche nach einem geeigneten Arbeits- und praxisorientierten Ausbildungsplatz.

## 2. Attraktive Berufsziele: Kommunikationsplaner/-innen, PR-Fachleute, Verkaufsfachleute, Marketingfachleute, Direktmarketing-Fachleute, Texterinnen/ Texter

Jede Unternehmung und jede Agentur steht in einer sich immer rascher ändernden Umwelt. Verschiedene Anzeichen deuten darauf hin, dass der Wettbewerb immer härter wird. Die geänderten Verhältnisse erfordern professionelles Arbeiten, sei es im Verkauf, in der Kommunikation, in der PR sowie im Marketing.

Von den Verkaufs-, Marketing-, Direktmarketing, PR-Fachleuten und den Kommunikationsplaner/-innen sowie den Texterinnen und Textern wird erwartet, dass sie das Zusammenspiel der verschiedenen Ansätze, Instrumente und Methoden erfassen, konzeptionell denken und projektmässig für ihren Bereich umsetzen können. Ausserdem sollen sie planerische, koordinierende und kontrollierende Aufgaben übernehmen können.

Wichtigste Voraussetzungen für diese Fachrichtungen sind Praxis in den Bereichen Verkauf, PR, Kommunikation und/oder (Direkt-)Marketing (duales Bildungssystem) sowie Kreativität, kaufmännisches / wirtschaftliches Denken und analytisches und systematisches Arbeiten.

### **3. Ausschreibung, Anmeldung, Zulassung, Gebühren und Ausbildung**

#### **3.1 Ausschreibung, Anmeldung und Gebühren**

Ausschreibung und Anmeldung zur Prüfung erfolgen gemäss Ziff. 3 der Prüfungsordnung.

#### **3.2 Zulassungsbedingungen gemäss Prüfungsordnung Ziff. 3.4**

Es gilt der Grundsatz: „**Alle können – alle müssen**“, das heisst, dass alle Kandidatinnen und Kandidaten für die Berufsprüfungen PR-Fachleute, Verkaufsfachleute, Marketingfachleute, Kommunikationsplaner und Texter bei Anmeldung für diese Prüfungen das Zertifikat der MarKom Zertifikatsprüfung beilegen müssen (vgl. dazu die einzelnen Prüfungsordnungen).

Für die Anmeldung zur MarKom Zertifikatsprüfung gelten keinerlei Vorbedingungen – ausser, dass die Kandidatinnen und Kandidaten mindestens 18 Jahre alt sein und die Prüfungsgebühr vollständig einbezahlt haben müssen.

Die Möglichkeit der Teilnahme an der MarKom Zertifikatsprüfung gilt unabhängig von der vorgängigen schulischen Ausbildung und der praktischen Tätigkeit.

#### **3.3 Ausbildung**

Das Absolvieren eines Kurses ist nicht Voraussetzung für die Zulassung zur MarKom Zertifikatsprüfung. Die gestellten Anforderungen sind aber anspruchsvoll, so dass sich die Vorbereitung auf die Prüfung über ein Ausbildungsinstitut empfiehlt.

Informationen zu den einzelnen Ausbildungsinstituten finden sich unter [www.markom.org](http://www.markom.org).

#### **3.4 Veröffentlichung der erfolgreichen Kandidatinnen und Kandidaten im Internet gemäss Prüfungsordnung Ziff. 8**

Um zukünftigen Arbeitgebern sowie den Prüfungskommissionen der Berufsprüfungen für PR-Fachleute, Marketingfachleute, Verkaufsfachleute, Kommunikationsplaner/-innen sowie Texter/-innen die Überprüfung von Zertifikaten zu erleichtern, werden die Namen der erfolgreichen Kandidatinnen und Kandidaten der MarKom Zertifikatsprüfung im Internet veröffentlicht.

Die veröffentlichten Listen bleiben für mindestens 5 Jahre im Internet.

## 4. Prüfungsteile gemäss Prüfungsordnung Ziff. 5.1

### 4.1 Übersicht über die Prüfungsteile

Die Prüfung umfasst die folgenden Prüfungsteile:

| Prüfungsteil                              | Art der Prüfung | Dauer                  |
|---|-----------------|------------------------|
| 1. Grundwissen Wirtschaft und Recht       |                 |                        |
| 1.1. Grundwissen BWL                      | schriftlich     | 40 min                 |
| 1.2. Grundwissen VWL                      | schriftlich     | 25 min                 |
| 1.3. Grundwissen Recht                    | schriftlich     | 25 min                 |
| 2. Grundwissen des Marketing              | schriftlich     | 60 min                 |
| 3. Grundwissen Verkauf und Distribution   | schriftlich     | 30 min                 |
| 4. Grundwissen der Marketingkommunikation | schriftlich     | 30 min                 |
| 5. Grundwissen der PR                     | schriftlich     | 30 min                 |
| <b>Total</b>                              |                 | <b>240 min / 4.0 h</b> |

## 5. Prüfungsstoff im Detail

Im Folgenden wird für jeden einzelnen Prüfungsteil der Prüfungsstoff in Form von Lernzielen umschrieben. Ergänzende Leittexte finden sich unter [www.markom.org](http://www.markom.org).

### 5.1 Grundwissen Wirtschaft und Recht

#### Grundwissen Betriebswirtschaft

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>  | <b>TS*</b> |
|--|------------|
| die Grundfunktionen von Unternehmen erklären   | K2         |
| die Zwecke und Ziele von Unternehmen erklären  | K2         |
| die Unternehmensformen und ihre Eigenschaften benennen   | K1         |
| die Organisation von Unternehmen, Funktions- und Geschäftsbereichen schildern  | K2         |
| die Struktur von Erfolgsrechnung und Bilanz erklären   | K2         |
| einfache Kostenrechnungen / Preisberechnungen / Kalkulationen erklären   | K2         |
| die Grundlagen der persönlichen Arbeitstechnik, des Zeitmanagements, der Protokollführung und des Briefings erklären | K2         |
| einfache Budgets erklären  | K2         |

\*)Taxonomiestufen gemäss Ziff. 6

Grundwissen Volkswirtschaft

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>                                 | <b>TS*</b> |
|---|------------|
| den einfachen Wirtschaftskreislauf darstellen                             | K1         |
| den Konjunkturzyklus und die Faktoren des Wirtschaftswachstums darstellen | K1         |
| die sektorielle Gliederung der Wirtschaft darstellen                      | K1         |
| das Prinzip von Angebot und Nachfrage darstellen                          | K1         |

## 5.2 Grundwissen Recht

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>  | <b>TS*</b> |
|--|------------|
| den Aufbau der Rechtsordnung und der Rechtsquellen schildern   | K2         |
| das Wesen ausgewählter Vertragstypen (insbesondere des einfachen Auftrags, des Kaufvertrags, des Arbeitsvertrags, des Werkvertrags und des Leasingvertrags) erklären | K2         |
| die Rechtsgrundlagen der Kommunikation (inkl. Werberecht) schildern  | K2         |

## 5.3 Grundwissen Marketing

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>  | <b>TS*</b> |
|--|------------|
| die Zielsetzung des Marketing sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen                                   | K1         |
| die Aufteilung der Märkte (insbesondere in Gesamtmarkt, Teilmärkte, Marktsegmente und Marketingzielgruppen) erklären                     | K2         |
| Marketingzielsetzungen schildern   | K2         |
| Marketinginstrumente und ihre Einsatzmöglichkeiten erklären  | K2         |
| die Grundlagen der Marktforschung und der Beschaffung von Basisdaten angeben   | K1         |
| einfache Analysen, Segmentierungen, Zielformulierungen und Vorschläge für Massnahmen bezogen auf eine konkrete Praxissituation erstellen | K3         |

## 5.4 Grundwissen Verkauf und Distribution

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>  | <b>TS*</b> |
|--|------------|
| die Zielsetzungen des Verkaufs und der Distribution sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen | K1         |
| die verschiedenen Verkaufsformen und ihre Funktion schildern   | K2         |
| die Umsatz- und Absatzplanung und deren Kontrolle darstellen   | K1         |
| die Eigenschaften und Bedeutung der geläufigsten Distributionsformen und Absatzkanäle erklären                               | K2         |
| die Grundprinzipien des Offert- und des Reklamationswesens erklären  | K2         |
| einfache Analysen, Umsatz-/Absatzplanungen und Vorschläge für Massnahmen bezogen auf eine konkrete Praxissituation erstellen | K3         |

\*) Taxonomiestufen gemäss Ziff. 6

## 5.5 Grundwissen Marketingkommunikation

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>  | <b>TS*</b> |
|--|------------|
| die Zielsetzungen der Marketingkommunikation sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen                            | K1         |
| die Kommunikationsinstrumente und die Einsatzmöglichkeiten der Werbung und der Verkaufsförderung erklären  | K2         |
| die Teilgebiete der kommerziellen Kommunikation benennen   | K1         |
| die Planung und Abwicklung von Kommunikationsaufgaben erklären   | K2         |
| die wichtigsten Partner für die Produktion von Werbemitteln präzisieren  | K2         |
| die Struktur und Bedeutung der wichtigsten Mediengattungen sowie die Einsatzmöglichkeiten der Medien in der kommerziellen Kommunikation erklären | K2         |
| einfache Analysen, Ziel- und Zielgruppendefinitionen sowie Vorschläge für Massnahmen bezogen auf eine konkrete Praxissituation erstellen         | K3         |

## 5.6 Grundwissen Public Relations

| <b>Die Kandidatin / der Kandidat kann</b>  | <b>TS*</b> |
|--|------------|
| die Zielsetzung der institutionellen Kommunikation sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen                                      | K1         |
| die Teilgebiete der institutionellen Kommunikation erklären  | K2         |
| die gängigsten PR-Mittel und PR-Massnahmen erklären  | K2         |
| die Unterschiede bezüglich Zielen, Dialoggruppen und Instrumenten zwischen institutioneller Kommunikation und kommerzieller Kommunikation erklären und begründen | K2         |
| die Struktur und Bedeutung der wichtigsten Mediengattungen sowie die Einsatzmöglichkeiten der Medien in der institutionellen Kommunikation erklären              | K2         |
| einfache Analysen, Zieldefinitionen für bestimmte Dialoggruppen und Vorschläge für Massnahmen bezogen auf eine konkrete Praxissituation erstellen                | K3         |

\*) Taxonomiestufen gemäss Ziff. 6

## 6. Bewertung

### 6.1 Punkteschlüssel

Die Beurteilung der Notenwerte ist aus Ziff. 6 der Prüfungsordnung ersichtlich. Ergänzend dazu dient der Punkteschlüssel, welcher bei der Leistungsbeurteilung zur Notengebung angewendet wird:

| %   | Note |
|-----|------|
| 100 | 6.0  |
| 99  | 5.9  |
| 98  | 5.9  |
| 97  | 5.8  |
| 96  | 5.8  |
| 95  | 5.7  |
| 94  | 5.7  |
| 93  | 5.6  |
| 92  | 5.6  |
| 91  | 5.5  |
| 90  | 5.5  |
| 89  | 5.4  |
| 88  | 5.4  |
| 87  | 5.3  |
| 86  | 5.3  |
| 85  | 5.2  |
| 84  | 5.2  |
| 83  | 5.1  |
| 82  | 5.1  |
| 81  | 5.0  |
| 80  | 5.0  |
| 79  | 4.9  |
| 78  | 4.9  |
| 77  | 4.8  |
| 76  | 4.8  |
| 75  | 4.7  |
| 74  | 4.7  |
| 73  | 4.6  |
| 72  | 4.6  |
| 71  | 4.5  |
| 70  | 4.5  |
| 69  | 4.4  |
| 68  | 4.4  |
| 67  | 4.3  |
| 66  | 4.3  |

| %  | Note |
|----|------|
| 65 | 4.2  |
| 64 | 4.2  |
| 63 | 4.1  |
| 62 | 4.1  |
| 61 | 4.0  |
| 60 | 4.0  |
| 59 | 3.9  |
| 58 | 3.9  |
| 57 | 3.8  |
| 56 | 3.8  |
| 55 | 3.7  |
| 54 | 3.7  |
| 53 | 3.6  |
| 52 | 3.6  |
| 51 | 3.5  |
| 50 | 3.5  |
| 49 | 3.4  |
| 48 | 3.4  |
| 47 | 3.3  |
| 46 | 3.3  |
| 45 | 3.2  |
| 44 | 3.2  |
| 43 | 3.1  |
| 42 | 3.1  |
| 41 | 3.0  |
| 40 | 3.0  |
| 39 | 2.9  |
| 38 | 2.9  |
| 37 | 2.8  |
| 36 | 2.8  |
| 35 | 2.7  |
| 34 | 2.7  |
| 33 | 2.6  |
| 32 | 2.6  |
| 31 | 2.5  |

| %  | Note |
|----|------|
| 30 | 2.5  |
| 29 | 2.4  |
| 28 | 2.4  |
| 27 | 2.3  |
| 26 | 2.3  |
| 25 | 2.2  |
| 24 | 2.2  |
| 23 | 2.1  |
| 22 | 2.1  |
| 21 | 2.0  |
| 20 | 2.0  |
| 19 | 1.9  |
| 18 | 1.9  |
| 17 | 1.8  |
| 16 | 1.8  |
| 15 | 1.7  |
| 14 | 1.7  |
| 13 | 1.6  |
| 12 | 1.6  |
| 11 | 1.5  |
| 10 | 1.5  |
| 9  | 1.4  |
| 8  | 1.4  |
| 7  | 1.3  |
| 6  | 1.3  |
| 5  | 1.2  |
| 4  | 1.2  |
| 3  | 1.1  |
| 2  | 1.1  |
| 1  | 1.0  |
| 0  | 1.0  |

Die Punkteberechnung wird in Prozenten aufgezeigt, da es je nach Dauer der Prüfung verschiedene Anzahl von Punkten gibt. (Punktemaximum: BWL 96 Punkte/ Marketing 160 Punkte/ V&D, M-Komm., PR 72 Punkte/ VWL, Recht 61 Punkte)

## 6.2 Taxonomiestufen (TS)

Für die MarKom Zertifikatsprüfung gelten die folgenden Taxonomiestufen (in Anlehnung an Bloom):

| <b>Taxonomiestufe</b>  | <b>Inhalt</b>   | <b>Beschreibung</b>   |
|--|---|---|
| <b>K1 Wissen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Faktenwissen</li> <li>Kennen</li> </ul>  | Aufzeichnen von Teilantworten, abfragen und wieder erkennen   | Die Kandidatin / der Kandidat gibt wieder, was sie / er vorher gelernt hat: Zum Beispiel Bezeichnungen, Zusammenhänge, Daten, Lösungsschritte, Abfolgen. Probleme werden durch Assoziation oder automatisch, routinemässig gelöst. Der Prüfungsstoff muss auswendig gelernt werden oder geübt werden.   |
| <b>K2 Verständnis</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Verstehen, mit eigenen Worten begründen</li> </ul>                                    | Übersetzen, interpretieren und fortschreiben  | Die Kandidatin / der Kandidat erklärt zum Beispiel einen Begriff, eine Formel oder einen Sachverhalt. Das Verständnis zeigt sich darin, dass sie / er das Gelernte auch in einem Kontext präsent hat, der sich von jenem unterscheidet, in welchem gelernt worden ist. So kann sie / er z.B. einen Sachverhalt auch umgangssprachlich erläutern oder den Zusammenhang graphisch darstellen. |
| <b>K3 Anwendung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Umsetzung eindimensionaler Lerninhalte</li> <li>Beispiele aus eigener Praxis</li> </ul> | Anwendung in Situationen, die neu sind, unüblich oder einen neuen Blickwinkel für Studierende haben | Die Kandidatin / der Kandidat wendet etwas Gelerntes in einer neuen Situation an. Diese Anwendungssituation ist vorher im Unterricht nicht vorgekommen.   |
| <b>K4 Analyse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zerlegen in Einzelteile</li> <li>Fallstudien-Torsos</li> </ul>                            | In Teile herunter brechen, in Formen herunter brechen   | Die Kandidatin / der Kandidat zerlegt Probleme, Situationen, Ausgangslagen, Lösungen oder anderes in deren Bestandteile. Dabei muss sie / er in komplexen Sachverhalten die Aufbauprinzipien oder inneren Strukturen entdecken. Sie / er erkennt Zusammenhänge. Der Gegenstand ist neu.   |



| Taxonomiestufe  | Inhalt   | Beschreibung  |
|---|--|---|
| <p><b>K5 Synthese</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vernetzen; fachübergreifend darstellen</li> <li>• Optimieren: Projektaufgaben</li> </ul> | <p>Elemente kombinieren zu einem Muster, das vorher nicht klar war</p> | <p>Die Kandidatin / der Kandidat zeigt eine konstruktive Leistung. Sie / er muss verschiedene Teile zusammenfügen, die sie / er noch nicht zusammen erlebt oder gesehen hat. Aus ihrer / seiner Sicht muss eine schöpferische Leistung erbracht werden. Das Neue kann in der bisherigen Zivilisation, Kultur oder Wissenschaft schon vorhanden sein. Es ist aber noch nicht in der bisherigen Erfahrung, im Unterricht oder in der sonstigen Kenntnis der Kandidatin / des Kandidaten präsent.</p>  |
| <p><b>K6 Beurteilung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entspricht K4 mit zusätzlicher Bewertung durch den Kandidaten</li> </ul>              | <p>bezogen auf einen Kriterienkatalog und angeben warum</p>            | <p>Die Kandidatin / der Kandidat beurteilt Probleme, Situationen Ausgangslagen, Lösungen, Ansätze, ein Verfahren oder etwas Ähnliches - insgesamt in Hinsicht auf dessen Zweckmässigkeit oder innere Struktur. Das Objekt der Beurteilung ist komplex, es beinhaltet mehrere Elemente. Sie / er kennt zum Beispiel das Modell, dessen Bestandteile und darüber hinaus noch die Qualitätsangemessenheit, die innere Stimmigkeit oder Eignung. Darüber muss sie sich ein Urteil bilden, um die Aufgabe richtig lösen zu können. Das Urteil gilt dem ganzen Objekt. Zum Urteil gehört auch das Begründen. Man muss sagen können, warum etwas besser ist.</p> |

## 7. Beschwerden

Kandidatinnen und Kandidaten, die den Entscheid der Prüfungskommission betreffend die Verweigerung des Zertifikats mittels Beschwerde anfechten wollen, haben einige Regeln zu beachten. Auf Beschwerden, welche die nachfolgenden Regeln nicht erfüllen, wird nicht eingetreten.

### 7.1 Beschwerdefrist und Beschwerdeinstanz

Beschwerden sind innert 30 Tagen nach Erhalt des Entscheides der Prüfungskommission im Doppel bei der Prüfungskommission der MarKom Zertifikatsprüfung einzureichen.

### 7.2 Inhalt und Form der Beschwerde

Die Beschwerdeschrift hat klare Rechtsbegehren (Anträge) zu enthalten und muss die Unterschrift der Beschwerdeführerin oder des Beschwerdeführers tragen. Der angefochtene Prüfungsentscheid ist der Beschwerde beizulegen. Die Anträge sind im Einzelnen konkret zu begründen. Subjektive Eindrücke genügen nicht als Beschwerdegründe. Verfahrensfehler oder Willkür betreffend Prüfungsablauf oder Notengebung müssen glaubhaft gemacht werden.

### 7.3 Verfahrenskosten und weiteres Verfahren

Der Prüfungsrat bestätigt den Eingang der Beschwerde und verlangt einen Kostenvorschuss zur Deckung der mutmasslichen Verfahrenskosten. Kann die Beschwerde gutgeheissen werden, wird dieser Kostenvorschuss rückerstattet.

### 7.4 Weiteres Verfahren

Über das weitere Verfahren wird die Beschwerdeführerin oder der Beschwerdeführer jeweils durch den Prüfungsrat informiert, wenn ein neues Stadium eintritt.

## 8. Adresse

MarKom Zertifikatsprüfung  
Prüfungssekretariat  
Marchweg 6  
5035 Unterentfelden

Telefon 062 724 14 92  
E-Mail [info@markom.org](mailto:info@markom.org)  
[www.markom.org](http://www.markom.org)