

2012

# MarKom

---

# e-MarKom

---

Basislehrgang  
Vorbereitung auf die eidg. Zulassungsprüfung



# Vorteile am SAWI

---

## **Diese Faktoren sprechen für eine Weiterbildung am SAWI:**

- / über 40 Jahre Erfahrung im Weiterbildungsbereich in den Branchen Marketing, Werbung und Verkauf
- / überdurchschnittlich hohe Erfolgsquoten bei den eidg. Fachausweisen und Höheren Fachprüfungen
- / über 20'000 Studenten seit der Gründung
- / begrenzte Klassengrössen und dadurch hoher Interaktionsgrad zwischen Dozenten und Studenten
- / hochkarätige Dozenten von Universitäten und Fachhochschulen sowie praxiserprobte Profis von führenden Unternehmen
- / individuelle und persönliche Betreuung der Klassen
- / grosse und helle Schulräume mit leistungsfähigem WLAN-Zugang
- / 18 PC-Workstations mit Gratis-Internetzugang
- / diverse Räume für Gruppen- oder Einzelarbeiten
- / Lounge mit Automatenverpflegung, Kühlschrank und Kochmöglichkeit
- / Kantine mit warmer Küche
- / Tiefgarage mit diversen Parkplatzmöglichkeiten (gebührenpflichtig)

## **Die wichtigsten Lehrgangs-Fakten in Kürze:**

---

Gesamtdauer:	5 Monate (Abendkurs) resp. 3–4 Monate (Intensivkurs) oder 6 Monate (e-MarKom)
Anzahl Lektionen:	90 Lektionen
Abschluss:	MarKom-Zertifikat



# Inhaltsverzeichnis

---

Die Ausbildung im Überblick	4
Ziele der MarKom Zulassungsprüfung	5
Die Ausbildung (Präsenzlehrgänge)	6
Die Ausbildung (e-MarKom)	7
Lehrgangsaufbau/Methodik	8
Themengebiete	9
Lehrgangsort und Kosten	11
Ausbildungsstandorte / Organisation	12
SAWI Weiterbildungsprogramm	13
Trägerschaft, Sponsoren, Kooperationspartner	14

## **Hinweis zur Lesbarkeit**

Wir verwenden der leichten Lesbarkeit halber die männliche Form bei Personenbezeichnungen; die weibliche Form ist integriert.

# Die Ausbildung im Überblick

## Die Ausbildung im Überblick

Basierend auf den Ausbildungsrichtlinien

- / Marketing
- / Verkauf
- / Kommunikation
- / Public Relations
- / Text

wird eine Basisausbildung mit Abschluss

– die MarKom Zulassungsprüfung –

gefordert. Damit legen Sie die Grundlage für die Vertiefung in sämtliche Fachrichtungen.

Fachrichtungen	Marketing	Verkauf/ Vertrieb	Kommunikation/ Werbung	Public Relations/ PR	Text
ABSCHLUSS Höhere Fachprüfung mit eidg. Diplom	Marketingleiter	Verkaufsleiter	Kommunikationsleiter	PR-Berater	
ABSCHLUSS Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis*	Marketingfachleute	Verkaufsfachleute	Kommunikationsplaner	PR-Fachleute	Texter
ABSCHLUSS Zertifikat zur Zulassung an die Berufsprüfung	MarKom Zulassungsprüfung über die gemeinsamen Grundlagenfächer (Basislehrgang)				

\* Vertiefungslehrgänge

# Ziele der MarKom Zulassungsprüfung

## Ziele der MarKom Zulassungsprüfung

Mit der MarKom Zulassungsprüfung soll den Teilnehmenden

- / eine bessere Information über die spätere Ausbildungsrichtung
- / ein Quereinstieg in die Welt des Marketing und der Kommunikation
- / eine höhere Durchlässigkeit beim Berufswechsel und
- / eine spätere Spezialisierung in die Vertiefungslehrgänge

ermöglicht werden.

## Zulassungsbedingungen gemäss der Prüfungsordnung

Es gilt der Grundsatz: **«Alle können – alle müssen»**. Das heisst, dass alle Kandidaten und Kandidatinnen für die 5 eidg. Berufsprüfungen Marketingfachleute, Verkaufsfachleute, Kommunikationsplaner, PR-Fachleute und Texter bei Anmeldung für die Berufsprüfungen das Zertifikat der MarKom Zulassungsprüfung beilegen müssen.

Zur MarKom Zulassungsprüfung wird zugelassen, wer am Stichtag der Prüfung mindestens 18 Jahre alt ist und die Prüfungsgebühr vollständig einbezahlt hat. Die Prüfungsteilnahme ist unabhängig von der vorgängigen schulischen Ausbildung und der praktischen Tätigkeit.

## Prüfungsfächer

Gemäss Prüfungsordnung werden folgende Fächer geprüft:

Grundwissen Wirtschaft und Recht mit:

- Grundwissen Betriebswirtschaftslehre 40 Min.
- Grundwissen Volkswirtschaftslehre 25 Min.
- Grundwissen Recht 25 Min.
  
- Grundwissen Marketing 60 Min.
- Grundwissen Verkauf und Distribution 30 Min.
- Grundwissen der Marketingkommunikation 30 Min.
- Grundwissen Public Relations 30 Min.

Es handelt sich dabei um eine Online-Prüfung, teilweise im Multiplechoice-System.

# Die Ausbildung (Präsenzlehrgänge)

---

## Die SAWI-Ausbildung

---

SAWI und seine Partnerinstitute bieten seit Jahrzehnten zielgerichtete, praxis- und prüfungskonforme Ausbildungsmöglichkeiten im breiten Feld des Marketing an. Die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten erfreuen sich dank ihrer hohen Professionalität grosser Beliebtheit.

Mit dem SAWI-Konzept können Interessenten eine gradlinige Ausbildung in den Fachrichtungen Marketing, Direct Marketing, Verkauf, Kommunikation, Public Relations und Text durchlaufen. Somit begleitet Sie das SAWI mit seinem erprobten Dozentenstab vom Basislehrgang MarKom über die Berufsprüfungen mit eidg. Fachausweis bis zu den Höheren Fachprüfungen mit eidgenössischem Diplom.

## Die Lehrgangsteilnehmenden

---

Der Basislehrgang MarKom richtet sich an Personen, die

- ✓ den Einstieg oder Quereinstieg in die Welt des Marketing suchen.
- ✓ eine Basisausbildung absolvieren wollen, damit sie die spätere fachspezifische Vertiefung zielgerichteter wählen können.

- ✓ eine professionelle Prüfungsvorbereitung auf die Markom Zulassungsprüfung wünschen und damit die Voraussetzung für eine fundierte Weiterbildung in den Vertiefungsrichtungen Marketing, Verkauf, Kommunikation, Public Relations und Text schaffen.
- ✓ rasch und ohne Zusatzkurse die höheren Stufen zu den eidg. Fachausweisen und den eidg. Diplomen anstreben.

## Kursattest

---

Kursteilnehmer, welche mindestens 80% der Unterrichtsstunden besucht haben, erhalten ein detailliertes Kursattest. Grundlagen für die Errechnung bilden die von den Dozenten unterschriebenen Präsenzkontrollen. Bei Abwesenheiten am Kurs wie zum Beispiel Krankheit, Unfall, Ferien, Militär etc. erfolgt keine Präsenzgutschrift.

# Die Ausbildung (e-MarKom)

---

## **Unabhängiges und zielorientiertes Lernen**

---

Eine Teilnahme an einem MarKom-Kurs ist nicht immer einfach zu planen, vor allem dann, wenn man eine Ausbildung dazu besuchen möchte, örtlich aber nicht unbedingt in der Nähe eines Ausbildungsinstituts arbeitet oder wohnt.

Aus diesem Bedürfnis hat SAWI jetzt ein innovatives Lernkonzept entwickelt, bei dem man seine Ausbildung jederzeit von jedem Ort aus machen kann, ohne an fixe Schulzeiten gebunden zu sein. Unsere Vorarbeit in den herkömmlichen MarKom-Lehrgängen, die Erfahrungen daraus und unsere ausgezeichneten Lehrmittel erlauben es uns heute, diese ganz aussergewöhnliche Lernplattform anzubieten.

## **Wie funktioniert «e-MarKom»?**

---

Sie registrieren sich am SAWI für eine Laufzeit von 6 Monaten. Da die MarKom-Prüfung halbjährlich stattfindet, erreichen Sie so auf jeden Fall eine der Prüfungen.

Wer sich registriert hat, erhält folgende Hilfsmittel:

- ✓ Das bewährte SAWI-eigene MarKom-Lehrmittel in zwei Bänden
- ✓ Zugang zum Online-Übungs-Tool im Internet

- ✓ Zugang zu 550 Prüfungs-Fragen in der SAWI iApp  
(zur Zeit nur für iPhone, iPad und iPod touch, weitere sind geplant)
- ✓ Zugang zum betreuten SAWI MarKom-Forum

## **Cleveres Forum**

---

Das besondere am SAWI MarKom-Forum: Entgegen anderen Foren, wo sich die Teilnehmer lediglich untereinander austauschen können, wird dieses Forum ausserdem von Fachexperten des SAWI betreut. So kann sichergestellt werden, dass jede Frage mit Sicherheit von einem Spezialisten beantwortet wird.

Das ist ein wegweisendes Konzept und wir haben es damit geschafft, einerseits den sich verändernden Bedürfnissen der Teilnehmer gerecht zu werden und gleichzeitig die Qualität sicherzustellen, die man vom SAWI erwarten darf. Dass wir dies ausserdem zu einem wirklich sehr attraktiven Preis anbieten zeigt, dass wir unsere Aufgabe in der Schweizerischen Ausbildungslandschaft nach wie vor sehr ernst nehmen.

# Lehrgangsaufbau/Methodik

---

## Die Lernziele

---

Mit dem SAWI-Basislehrgang MarKom werden folgende Lernziele erreicht:

Eine zielgerichtete, effiziente Vorbereitung auf die Zulassungsprüfung.

Ein Training mit hohen Erfolgsaussichten.

Eine Entscheidungsgrundlage für die Wahl der späteren Vertiefungsrichtung. Grundverständnisse über die Themengebiete im Marketing, deren Zusammenhänge und Instrumente.

Förderung des konzeptionellen Denkens, damit in der Praxis planerische, koordinierende und kontrollierende Aufgaben übernommen werden können.

## Die Ausbildungsmethodik

---

Das SAWI-Konzept basiert auf folgender Methodik:

- / Vermittlung des Fachinhalts durch bewährte Dozenten und SAWI-eigene Lehrmittel
- / Vertiefung des Stoffes durch kurze Einzel- und Gruppenübungen während des Unterrichtes
- / Überprüfung des persönlichen Wissensstandes mit Online-Tool
- / Hausaufgaben

## Die Ausbildungsinhalte

---

Der Lehrgang umfasst rund 90 Lektionen, ist konsequent auf die Zulassungsprüfung MarKom ausgerichtet und beinhaltet Grundwissen in den Modulen

- / Betriebswirtschaft
- / Volkswirtschaft
- / Recht
- / Marketing
- / Verkauf und Distribution
- / Marketingkommunikation
- / Public Relations



# Themengebiete

---

## Grundwissen Betriebswirtschaft

- Grundfunktionen von Unternehmen erklären
- Zweck und Ziele von Unternehmen erklären
- Unternehmensformen und ihre Eigenschaften benennen
- Organisation von Unternehmen, Funktions- und Geschäftsbereiche erläutern
- Struktur der Erfolgsrechnung und Bilanz erläutern
- Einfache Kostenrechnungen/Preisberechnungen/Kalkulationen erklären
- Grundlagen der persönlichen Arbeitstechnik, des Zeitmanagements, der Protokollführung und des Briefings erklären
- Einfache Budgets erklären

## Grundwissen Volkswirtschaft

- Einfachen Wirtschaftskreislauf darstellen
- Den Konjunkturzyklus und die Faktoren des Wirtschaftswachstums darstellen
- Sektorielle Gliederung der Wirtschaft darstellen
- Prinzip von Angebot und Nachfrage darstellen

## Grundwissen Recht

- Aufbau der Rechtsordnung und der Rechtsquellen erläutern
- Wesen ausgewählter Vertragstypen (insbesondere einfacher Vertrag, Kaufvertrag, Arbeitsvertrag, Werkvertrag und Leasingvertrag) erklären
- Rechtsgrundlagen der Kommunikation (inkl. Werberecht) erläutern

## Grundwissen Marketing

- Zielsetzung des Marketing sowie die Funktion der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- Aufteilung der Märkte (insbesondere in Gesamtmarkt, Teilmärkte, Marktsegmente und Marketingzielgruppen) erklären
- Marketingzielsetzungen interpretieren
- Marketinginstrumente und ihre Einsatzmöglichkeiten erläutern
- Grundlagen der Marktforschung und der Beschaffung von Basisdaten angeben

# Themengebiete

---

## Grundwissen Verkauf und Distribution

- Zielsetzungen des Verkaufs und der Distribution sowie die Funktion der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- Verschiedene Verkaufsformen und ihre Funktion schildern
- Umsatz- und Absatzplanung und deren Kontrolle darstellen
- Eigenschaften der geläufigsten Distributionsformen und Absatzkanäle sowie ihre Eigenschaften und ihre Bedeutung erklären
- Grundprinzipien des Offert- und Reklamationswesens erläutern

## Grundwissen Marketingkommunikation

- Zielsetzungen der Marketingkommunikation sowie die Funktion der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- Kommunikationsinstrumente und die Einsatzmöglichkeiten der Werbung und der Verkaufsförderung erläutern
- Teilgebiete der kommerziellen Kommunikation benennen
- Planung und Abwicklung von Kommunikationsaufgaben erklären
- Wichtigste Partner für die Produktion von Werbemitteln präzisieren
- Struktur und Bedeutung der wichtigsten Mediengattungen sowie die Einsatzmöglichkeiten der Medien in der kommerziellen Kommunikation erklären

## Grundwissen Public Relations

- Zielsetzungen der institutionellen Kommunikation sowie die Funktionen der beteiligten Berufe und ihre Aufgaben darstellen
- Teilgebiete der institutionellen Kommunikation erklären
- Gängigste PR-Mittel und PR-Massnahmen erklären
- Unterschiede bezüglich der Ziele, Dialoggruppen und Instrumente zwischen institutioneller Kommunikation und kommerzieller Kommunikation erklären und begründen
- Struktur und Bedeutung der wichtigsten Mediengattungen sowie die Einsatzmöglichkeiten der Medien in der institutionellen Kommunikation erläutern



# Lehrgangsort und Kosten

---

## Die Kursorte

---

Das SAWI bietet den Basislehrgang MarKom in den Ausbildungszentren Zürich-Stettbach und Bern an. Alternativ dazu können Sie sich auch für e-MarKom anmelden, mit welchem virtuell und völlig ortsunabhängig gelernt werden kann.

## Die Kurszeiten

---

Daten und Kurszeiten gemäss Anmeldeformular.

## Anmeldung

---

Die Anmeldung zu den Präsenzlehrgängen erfolgt mit dem beiliegenden Formular und wird nach Eingang des Poststempels berücksichtigt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Die Anmeldung zu e-MarKom erfolgt elektronisch über die Webseite [www.sawi.com/emarkom](http://www.sawi.com/emarkom)

## Lehrgangskosten

---

Ihre Investition für den Lehrgang MarKom: CHF 2'995 (Präsenzlehrgänge) respektive CHF 890 (e-MarKom) inkl. umfassende Lehrmittel, Online-Lerntool und Zugang zu 550 zusätzlichen Übungsfragen in der SAWI iApp.

In den Präsenzlehrgängen können einzelne Themengebiete auch separat gebucht werden. Details dazu finden Sie auf dem Anmeldeformular.

# Ausbildungsstandorte / Organisation

---

## **SAWI in Zürich**

---

Schweizerisches Ausbildungszentrum  
für Marketing, Werbung und Kommunikation  
Stettbachstrasse 6  
8600 Dübendorf/Zürich

Telefon 044 802 25 00  
Telefax 044 802 25 25  
info@sawi.com  
www.sawi.com

## **SAWI in Bern**

---

Vatter Business-Center  
Bärenplatz 2  
3011 Bern

Telefon 044 802 25 00  
Telefax 044 802 25 25  
info@sawi.com  
www.sawi.com

## **Lehrgangsleitung**

---



MICHAEL BROGLIN

Leiter Lehrgänge

Tel: 044 / 802 25 02

Der Lehrgangsleiter ist für die fachlich einwandfreie Durchführung der Ausbildung verantwortlich.



# SAWI Weiterbildungsprogramm

---

## Höhere Fachprüfung mit eidg. Diplom

---

- / Marketingleiter
- / Kommunikationsleiter
- / Verkaufsleiter
- / Web Project Manager

## Höhere Fachschule

---

- / Dipl. Marketingmanager HF

## Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis

---

- / Marketingfachleute
- / Kommunikationsplaner
- / Verkaufsfachleute
- / Public Relations Fachleute
- / Texter

## Bachelor-Studiengang Unternehmens- und Marketingkommunikation

---

1 ½-jähriges Vollzeitstudium mit Abschluss als Berater Unternehmens- und Marketingkommunikation und direktem Einstieg in die Praxis oder Anschluss an das verkürzte Bachelor-Studium «Media-engineering».

## Lehrgänge mit SAWI-Diplom

---

- / Projektleiter Events/Messen/  
Sponsoring
- / Key Account Management
- / Product Manager
- / Kulturmanager
- / Hochzeitsplaner

## Kompaktkurse

---

- / Direct Marketing
- / Eventmarketing

## Vorkurse

---

- / Rechnungswesen
- / Statistik

## MarKom Zulassungsprüfung

---

Basislehrgang MarKom zur Vorbereitung auf die Zulassungsprüfung

## Vollzeitausbildung Kommunikationsplaner CAS

---

2-jähriges Vollzeitstudium mit CAS-Abschluss in Advertising & New Media und garantiertem Praxiseinstieg in die Werbebranche.



# **Trägerschaft, Sponsoren, Kooperationspartner**

---

SAWI wurde 1968 als Verein mit der Idee gegründet, dass sich die Ausbildung und Weiterbildung durch die Branche selbst organisiert, konzipiert und gestaltet. Alle führenden Verbände und Vereinigungen der Schweizer Kommunikationsbranche – Berufsorganisationen, Unternehmen, Werbeagenturen, Zeitungsverleger – gehören der Trägerschaft SAWI an oder sind Sponsoren bzw. Kooperationspartner. Heute umfasst der Verein über 200 Mitglieder.

Diese Partner tragen massgeblich zum Erfolg und Bestehen des SAWI bei. Ihnen gehört unser Dank.

## Trägerschaft



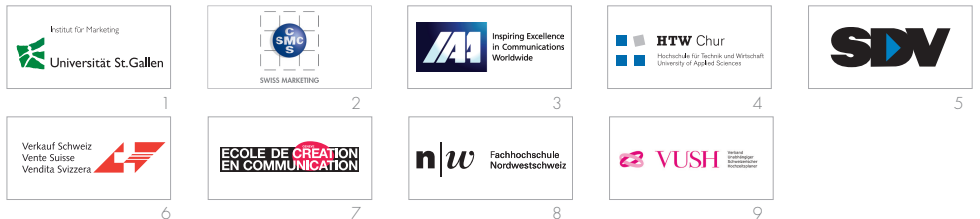
1. Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW 2. BSW leading swiss agencies 3. Vereinigung für Werbekommunikation common 4. Publicité romande  
5. Gesellschaft für Marketing GfM 6. Verband Schweizer Medien 7. Script Schweizer Texterinnen- und Texterverband 8. Schweizer Werbeauftraggeberverband SWA  
9. Schweizerischer Public Relations Verband SPRV 10. Verband Schweizer Werbegesellschaften VSW 11. Verband Schweizer Werbung SW

## Sponsoren



1. APG Allgemeine Gesellschaft 2. Biella Individual 3. iSource 4. Keystone 5. M+K Marketing & Kommunikation 6. NZZ Media 7. Publicitas  
8. PubliGroupe SA 9. Publisuisse SA

## Kooperationspartner



1. Universität St.Gallen 2. Swiss Marketing 3. IAA International Advertising Association 4. HTW Chur 5. Schweizer Direktmarketing Verband SDV 6. Verkauf Schweiz  
7. Ecole de création en communication 8. Fachhochschule Nordwestschweiz 9. Verband Unabhängiger Schweizerischer Hochzeitsplaner VUSH



**SAWI** Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation,  
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf/Zürich. Tel. 044 802 25 00, Fax 044 802 25 25.  
Ausbildungszentren in Zürich, Bern, Lausanne und Genf.

**SAWI** Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication,  
Maison de la Communication, Av. Florimont 1, 1006 Lausanne. Tél. 021 343 40 60, Fax 021 343 40 61.  
Centres de formation à Lausanne, Genève, Zurich et Berne.  
[www.sawi.com](http://www.sawi.com), [info@sawi.com](mailto:info@sawi.com)