

über die

Höhere Fachprüfung für Marketingleiterinnen und Marketingleiter mit eidg. Diplom

vom 10.10.08 inkl. kleinen Änderungen vom 04.07.11 und 12.10.11, gültig für Prüfungen ab 2012.

Trägerverbände: - Gesellschaft für Marketing (GfM)
- Swiss Marketing (SMC)
- Schweizer Werbung (SW)
- KV-Schweiz (KVS)

Gestützt auf Artikel 28 Absatz 2 des Bundesgesetzes über die Berufsbildung vom 13. Dezember 2002 erlässt die Trägerschaft nach Ziff. 1.2 folgende Prüfungsordnung:

1. ALLGEMEINES

1.1 Zweck der Prüfung

Qualifizierte Kaderkräfte bzw. Titelinhaber/innen erbringen den Nachweis über das erforderliche Fachwissen zu verfügen eine Marketing- und Vertriebsabteilung gemäss Unternehmensvorgaben erfolgreich zu führen.

1.11 Aufgaben:

Marketingleiter/Marketingleiterinnen einer Unternehmung sind verantwortlich für Marketing und Vertrieb. Im Zentrum ihrer Aufgaben steht die Entwicklung und Umsetzung komplexer Marketingstrategien. Sie erstellen umfassende Marktanalysen und leiten die für die eigene Unternehmung relevanten Schlussfolgerungen ab. Sie sind verantwortlich für Marketingbudgets und Businesspläne und führen die Marketingabteilung.

- a) Entwicklung von Marketingstrategien.
- b) Entwicklung von Massnahmen und Lösungen, die auf die Realisierung der strategischen Marketingziele ausgerichtet sind.
- c) Entwicklung, Umsetzung und Koordinierung aller operationellen Marketingaufgaben.
- d) Führung der spezifischen Marketingeinheiten.
- e) Einbezug und Integration globaler Unternehmensziele im marketingorientierten Denken und Handeln.

1.12 *Verantwortung:*

Der Verantwortungsbereich unterscheidet sich je nach Unternehmensprofil:

- *Grossunternehmen*

Der Marketingleiter ist verantwortlich für die Ausarbeitung und Umsetzung der Marketingstrategie oder einer Teil-Marketingstrategie (für einzelne Kunden / Kundengruppen, Produktbereiche und/oder geografische Märkte).

- *Mittlere Unternehmen*

Der Marketingleiter ist zuständig für die Ausarbeitung und Umsetzung der Marketing- und oft auch der Verkaufstrategie.

- *Kleinere Unternehmen*

Der Marketingleiter ist für alle Belange des Marketings verantwortlich.

Marketingleiter sind je nach Unternehmen der Geschäftsleitung direkt unterstellt, sind Mitglied der Geschäftsleitung oder übernehmen in kleineren Firmen die verantwortliche Geschäftsleitung.

1.13 *Handlungskompetenzen:*

Fundierte Methodenkenntnisse im Analysieren, in der Ausarbeitung von Strategien, in der Umsetzung sowie im Führen von Mitarbeitern.

1.2 Trägerschaft

1.21 Die folgenden Organisationen bilden die Trägerschaft:

- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM) - Hauptträger
- Swiss Marketing (SMC)
- Schweizer Werbung (SW)
- KV-Schweiz (KVS)

1.22 Die Trägerschaft ist für die ganze Schweiz zuständig.

2. ORGANISATION

2.1 Zusammensetzung der Prüfungskommission

- 2.11 Alle Aufgaben im Zusammenhang mit der Diplomerteilung werden einer Prüfungskommission übertragen. Sie setzt sich aus 6 Mitgliedern (je 2 Vertreter GfM und SMC sowie je 1 Vertreter SW, KVS) zusammen und wird durch die Trägerschaft für eine Amtsdauer von 3 Jahren gewählt.
- 2.12 Die Prüfungskommission konstituiert sich selbst. Sie ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist. Beschlüsse erfordern das Mehr der Anwesenden. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Präsidentin oder der Präsident.

2.2 Aufgaben der Prüfungskommission

- 2.21 Die Prüfungskommission
- a) erlässt die Wegleitung zur vorliegenden Prüfungsordnung und aktualisiert sie periodisch
 - b) setzt die Prüfungsgebühren gemäss Gebührenregelung vom 31.12.1997 des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie (BBT) fest
 - c) setzt den Zeitpunkt und den Ort der Prüfung fest
 - d) bestimmt das Prüfungsprogramm
 - e) veranlasst die Bereitstellung der Prüfungsaufgaben und führt die Prüfung durch
 - f) wählt die Expertinnen und Experten, bildet sie für ihre Aufgaben aus und setzt sie ein
 - g) entscheidet über die Zulassung zur Prüfung sowie über einen allfälligen Prüfungsausschluss
 - h) entscheidet über die Erteilung des Diploms
 - i) behandelt Anträge und Beschwerden
 - j) sorgt für die Rechnungsführung und die Korrespondenz
 - k) entscheidet über die Anerkennung bzw. Anrechnung anderer Abschlüsse und Leistungen
 - l) berichtet den übergeordneten Instanzen und dem BBT über ihre Tätigkeit
 - m) sorgt für die Qualitätsentwicklung und -sicherung, insbesondere für die regelmässige Aktualisierung des Qualifikationsprofils entsprechend den Bedürfnissen des Arbeitmarktes
- 2.22 Die Prüfungskommission kann administrative Aufgaben und die Geschäftsführung dem Sekretariat SWISS MARKETING (SMC) übertragen.

2.3 Öffentlichkeit / Aufsicht

- 2.31 Die Prüfung steht unter Aufsicht des Bundes. Sie ist nicht öffentlich. In Einzelfällen kann die Prüfungskommission Ausnahmen gestatten.
- 2.32 Das BBT wird rechtzeitig zur Prüfung eingeladen und mit den Prüfungsunterlagen bedient.

3. AUSSCHREIBUNG, ANMELDUNG, ZULASSUNG, KOSTEN

3.1 Ausschreibung

- 3.11 Die Prüfung wird mindestens 5 Monate vor Prüfungsbeginn in allen drei Amtssprachen ausgeschrieben.
- 3.12 Die Ausschreibung orientiert zumindest über:
- die Prüfungsdaten
 - die Prüfungsgebühr
 - die Anmeldestelle
 - die Anmeldefrist
 - den Ablauf der Prüfung

3.2 Anmeldung

Der Anmeldung sind beizufügen:

- a) eine Zusammenstellung über die bisherige berufliche Ausbildung und Praxis
- b) Kopien der für die Zulassung geforderten Ausweise und Arbeitszeugnisse
- c) Angabe der Prüfungssprache
- d) Kopie eines amtlichen Ausweises mit Foto

3.3 Zulassung

- 3.31 Zur Prüfung wird zugelassen wer:
- a) ein Fähigkeitszeugnis eines Berufes mit mindestens dreijähriger beruflicher Grundbildung, das Diplom einer vom BBT anerkannten Handelsmittelschule oder ein Maturitätszeugnis und mindestens eine 6-jährige Praxis im Marketing, davon 3 Jahre in einer leitenden Funktion im Marketing nachweisen kann.

oder

- b) einen eidgenössischen Fachausweis im Bereich der branchenspezifischen Berufsprüfungen, das Diplom einer höheren Fachprüfung, das Diplom einer höheren Fachschule, einer Fachhochschule oder einer Hochschule besitzt und mindestens eine dreijährige Praxis in einer leitenden Funktion im Marketing nachweisen kann.

Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr nach Ziff. 3.41.

- 3.32 Über die Gleichwertigkeit von ausländischen Ausweisen und Diplomen entscheidet das BBT.
- 3.33 Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Bewerberin oder dem Bewerber mindestens drei Monate vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid enthält eine Begründung und eine Rechtsmittelbelehrung.

3.4 Kosten

- 3.41 Die Kandidatin oder der Kandidat entrichtet nach bestätigter Zulassung die Prüfungsgebühr. Die Gebühren für die Ausfertigung des Diploms und die Eintragung in das Register der Diplom-inhaberinnen und -inhaber, als auch ein allfälliges Materialgeld werden separat erhoben. Diese gehen zulasten der Kandidatinnen und Kandidaten.
- 3.42 Kandidatinnen und Kandidaten, die nach Ziff. 4.2 fristgerecht zurücktreten oder aus entschuldbaren Gründen von der Prüfung zurücktreten müssen, wird der einbezahlte Betrag unter Abzug der entstandenen Kosten rückerstattet.
- 3.43 Wer die Prüfung nicht besteht, hat keinen Anspruch auf Rückerstattung der Gebühr.
- 3.44 Die Prüfungsgebühr für Kandidierende, welche die Prüfung wiederholen, wird im Einzelfall von der Prüfungskommission unter Berücksichtigung des Prüfungsumfangs festgelegt.
- 3.45 Auslagen für Reise, Unterkunft, Verpflegung und Versicherung während der Prüfung gehen zulasten der Kandidatinnen und Kandidaten.

4. DURCHFÜHRUNG DER PRÜFUNG

4.1 Aufgebot

- 4.11 Die Prüfung wird durchgeführt
- in deutscher Sprache, soweit 25 Kandidierende,
 - in französischer Sprache, soweit 8 Kandidierende,
 - in italienischer Sprache, soweit 3 Kandidierende
- die Zulassungsbedingungen erfüllen.
- 4.12 Die Kandidatin bzw. der Kandidat kann sich in einer der drei Amtssprachen Deutsch, Französisch oder Italienisch prüfen lassen.
- 4.13 Die Kandidatin bzw. der Kandidat wird mindestens 30 Tage vor Beginn der schriftlichen Prüfung und mindestens 15 Tage vor Beginn der mündlichen Prüfung schriftlich aufgeboten. Das Aufgebot enthält:
- a) das Prüfungsprogramm mit Angaben über Ort und Zeitpunkt der Prüfung sowie die zulässigen und mitzubringenden Hilfsmittel
 - b) das Verzeichnis der Expertinnen und Experten der mündlichen Prüfung
- 4.14 Ausstandsbegehren gegen Expertinnen und Experten müssen mindestens eine Woche vor Prüfungsbeginn der Prüfungskommission schriftlich eingereicht und begründet werden. Diese trifft die notwendigen Anordnungen.

4.2 Rücktritt

- 4.21 Kandidatinnen und Kandidaten können ihre Anmeldung bis acht Wochen vor Beginn der Prüfung zurückziehen.
- 4.22 Später ist ein Rücktritt nur bei Vorliegen eines entschuldbaren Grundes möglich. Als entschuldbare Gründe gelten namentlich
- a) Mutterschaft
 - b) Krankheit und Unfall
 - c) Todesfall in engerem Umfeld
 - d) unvorhergesehener Militär-, Zivilschutz- oder Zivildienst
- 4.23 Der Rücktritt muss der Prüfungskommission unverzüglich schriftlich mitgeteilt und belegt werden.

4.3 Nichtzulassung und Ausschluss

- 4.31 Kandidatinnen und Kandidaten, die bezüglich Zulassungsbedingungen wissentlich falsche Angaben machen, oder die Prüfungskommission auf andere Weise täuschen versuchen, werden nicht zur Prüfung zugelassen.
- 4.32 Von der Prüfung ausgeschlossen wird, wer
- a) unzulässige Hilfsmittel verwendet
 - b) die Prüfungsdisziplin grob verletzt
 - c) die Expertinnen oder Experten zu täuschen versucht
- 4.33 Der Ausschluss von der Prüfung muss von der Prüfungskommission verfügt werden. Bis ein rechtsgültiger Entscheid vorliegt, hat die Kandidatin und der Kandidat Anspruch darauf, die Prüfung unter Vorbehalt abzuschliessen.

4.4 Prüfungsaufsicht, Expertinnen und Experten

- 4.41 Mindestens eine fachkundige Aufsichtsperson überwacht die Ausführung der schriftlichen Prüfungsarbeiten. Sie hält ihre Beobachtungen schriftlich fest.
- 4.42 Mindestens zwei Expertinnen oder zwei Experten beurteilen die schriftlichen Prüfungsarbeiten und legen gemeinsam die Note fest.
- 4.43 Mindestens zwei Expertinnen oder zwei Experten nehmen die mündlichen Prüfungen ab, erstellen Notizen zum Prüfungsgespräch sowie zum Prüfungsablauf, beurteilen die Leistungen und legen gemeinsam die Note fest.
- 4.44 Dozentinnen und Dozenten der vorbereitenden Kurse, Verwandte sowie gegenwärtige und frühere Vorgesetzte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kandidatin oder des Kandidaten treten bei der Prüfung als Expertinnen und Experten in den Ausstand.

4.5 Abschluss und Notensitzung

- 4.51 Die Prüfungskommission beschliesst im Anschluss an die Prüfung an einer Sitzung über das Bestehen der Prüfung. Die Vertreterin oder der Vertreter des BBT wird rechtzeitig an diese Sitzung eingeladen.
- 4.52 Dozentinnen und Dozenten der vorbereitenden Kurse, Verwandte sowie gegenwärtige und frühere Vorgesetzte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kandidatin oder des Kandidaten treten bei der Entscheidung über die Erteilung des Diploms in den Ausstand.

5. PRÜFUNG

5.1 Prüfungsteile

5.11 Die Prüfung umfasst folgende Teile und dauert:

Basiswissen	Prüfungsart	Dauer (Std.)
1 Marketing: Grundlagen und Strategie	mündlich	ca. 0.5*
2 Führung und Organisation	schriftlich/Fallstudie	4.0
3 Unternehmensrechnung	schriftlich/Fallstudie	2.0
4 Recht	mündlich	ca. 0.5*
5 VWL	mündlich	ca. 0.5*
Vertiefungswissen	Prüfungsart	Dauer (Std.)
6 Strategisches Management	mündlich	ca. 0.5*
7 Strategisches Marketing	schriftlich/Fallstudie	4.0
8 Operatives Marketing	schriftlich/Fallstudie	4.0
9 Marktforschung und Informationsmanagement	schriftlich/Fallstudie	4.0

* Für die mündliche Prüfung ist eine zeitliche Differenz von +/- 3 Minuten zulässig

5.12 Jeder Prüfungsteil kann in Positionen unterteilt werden. Diese Unterteilung legt die Prüfungskommission fest.

5.2 Prüfungsanforderungen

5.21 Die detaillierten Bestimmungen über die Abschlussprüfung sind in der Wegleitung nach Ziffer 2.21 Bst. a aufgeführt.

5.22 Die Prüfungskommission entscheidet über die Gleichwertigkeit abgeschlossener Prüfungsteile bzw. Module anderer Prüfungen auf Tertiärstufe sowie über die allfällige Dispensation von den entsprechenden Prüfungsteilen der vorliegenden Prüfungsordnung.

6. BEURTEILUNG UND NOTENGEbung

6.1 Allgemeines

Die Beurteilung der Prüfung resp. der einzelnen Prüfungsteile erfolgt mit Notenwerten. Es gelten die Bestimmungen nach Ziff. 6.2 und Ziff. 6.3 der Prüfungsordnung.

6.2 Beurteilung

6.21 Positionsnoten werden mit ganzen und halben Noten nach Ziff. 6.3 bewertet.

6.22 Die Note eines Prüfungsteils ist das Mittel aller Positionsnoten. Sie wird auf eine Dezimalstelle gerundet. Führt der Bewertungsmodus ohne Positionen direkt zur Note eines Prüfungsteils, so wird diese nach Ziff. 6.3 erteilt.

6.23 Die Gesamtnote ist das Mittel aus den Noten der einzelnen Prüfungsteile. Sie wird auf eine Dezimalstelle gerundet.

6.3 Notenwerte

Die Leistungen werden mit Noten von 6 bis 1 bewertet. Die Note 4 und höhere bezeichnen genügende Leistungen. Andere als halbe Zwischennoten sind nicht zulässig.

6.4 Bedingungen zum Bestehen der Prüfung und zur Erteilung des Diploms

6.41 Die Prüfung ist bestanden, wenn:

- a) in der Gesamtnote mindestens die Note 4.0 erreicht und in keinem Prüfungsteil die Note 3.0 unterschritten wird,
- b) sowie nicht mehr als 2 Prüfungsteile unter der Note 4.0 liegen.

6.42 Die Prüfung gilt als nicht bestanden, wenn die Kandidatin oder der Kandidat:

- a) sich nicht rechtzeitig abmeldet
- b) ohne entschuldbaren Grund nicht dazu antritt
- c) ohne entschuldbaren Grund nach Beginn zurücktritt
- d) von der Prüfung ausgeschlossen werden muss

6.43 Die Prüfungskommission entscheidet allein auf Grund der erbrachten Leistungen über das Bestehen der Prüfung. Wer die Prüfung bestanden hat, erhält das eidgenössische Diplom.

6.44 Die Prüfungskommission stellt jeder Kandidatin und jedem Kandidaten ein Zeugnis über die Prüfung aus. Diesem können zumindest entnommen werden:

- a) die Noten in den einzelnen Prüfungsteilen und die Gesamtnote
- b) das Bestehen oder nicht Bestehen der Prüfung
- c) bei nicht Erteilung des Diploms eine Rechtsmittelbelehrung

6.5 Wiederholung

6.51 Wer die Prüfung nicht bestanden hat, kann die Prüfung zweimal wiederholen.

6.52 Wiederholungsprüfungen beziehen sich nur auf Prüfungsteile, in denen nicht mindestens die Note 5.0 erzielt wurde.

6.53 Für die Anmeldung und Zulassung gelten die gleichen Bedingungen wie für die erste Prüfung.

7. DIPLOM, TITEL UND VERFAHREN

7.1 Titel und Veröffentlichung

7.11 Das eidgenössische Diplom wird auf Antrag der Prüfungskommission vom BBT ausgestellt und von dessen Direktorin oder dessen Direktor und der Präsidentin oder dem Präsidenten der Prüfungskommission unterzeichnet.

7.12 Die Diplominhaberinnen und -inhaber sind berechtigt, folgenden geschützten Titel zu führen:

- "Diplomierte/r Marketingleiterin / Marketingleiter"
- "Chef de Marketing diplômé/e"
- "Capo di Marketing diplomato/a"

Als englische Übersetzung wird "Marketing Manager with Advanced Federal Diploma of Professional Education and Training" empfohlen. In der Praxis kann verkürzt "Marketing Manager with Advanced Federal PET Diploma" angewendet werden.

7.13 Die Namen der Diplominhaberinnen und -inhaber werden in ein vom BBT geführtes Register eingetragen.

7.2 Entzug des Diploms

7.21 Das BBT kann ein auf rechtswidrige Weise erworbenes Diplom entziehen. Die strafrechtliche Verfolgung bleibt vorbehalten.

7.22 Der Entscheid des BBT kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung an das Bundesverwaltungsgericht weiter gezogen werden.

7.3 Rechtsmittel

7.31 Gegen Entscheide der Prüfungskommission wegen Nichtzulassung zur Prüfung oder Verweigerung des Diploms kann innert 30 Tagen nach ihrer Eröffnung beim BBT Beschwerde eingereicht werden. Diese muss die Anträge der Beschwerdeführerin oder des Beschwerdeführers und deren Begründung enthalten.

7.32 Über die Beschwerde entscheidet in erster Instanz das BBT. Sein Entscheid kann innert 30 Tagen nach Eröffnung an das Bundesverwaltungsgericht weitergezogen werden.

8. DECKUNG DER PRÜFUNGSKOSTEN

8.1 Die Trägerschaft legt auf Antrag der Prüfungskommission die Ansätze fest, nach denen die Mitglieder der Prüfungskommission sowie die Expertinnen und Experten entschädigt werden.

8.2 Die Trägerschaft trägt die Prüfungskosten, soweit sie nicht durch die Prüfungsgebühr, den Bundesbeitrag und andere Zuwendungen gedeckt sind.

8.3 Nach Abschluss der Prüfung reicht die Prüfungskommission dem BBT gemäss Richtlinie eine detaillierte Erfolgsrechnung ein. Auf dieser Basis bestimmt das BBT den Bundesbeitrag für die Durchführung der Prüfung.

9. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

9.1 Aufhebung bisherigen Rechts

Das Prüfungsreglement vom 30. September 1982 über die höhere Fachprüfung für Marketingleiter wird aufgehoben.

9.2 Übergangsbestimmungen

Repetentinnen und Repetenten nach dem bisherigen Reglement vom 30. September 1982 erhalten Gelegenheit zu einer Wiederholung bis und mit dem Jahr 2009.

9.3 Inkrafttreten

Diese Prüfungsordnung tritt mit der Genehmigung des BBT in Kraft.

10. ERLASS

Zürich, 10.10.08

GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing

Der Präsident:

Der Prüfungskommissionspräsident

Ulrich H. Moser

Marc Heim

Diese Prüfungsordnung wird genehmigt.

Bern, 10.10.08

BUNDESAMT FÜR BERUFSBILDUNG UND TECHNOLOGIE

Die Direktorin

Dr. Ursula Renold