

Höhere Fachprüfung (HFP)

Tätigkeiten

Marketingleiterinnen und Marketingleiter tragen die Gesamtverantwortung für das Marketing eines Unternehmens. Sie erstellen Marketinganalysen, entwickeln PR-Strategien und setzen diese um. Weiter werten sie Kennzahlen aus und liefern der Geschäftsleitung wichtige verkaufstechnische Anregungen.

Sie üben folgende Tätigkeiten aus:

Marketingstrategie einer Firma leiten

- Marketingstrategie eines Unternehmens festlegen
- Positionierung bei Kundschaft und Absatzermittlern veranlassen
- intensive Marktforschung betreiben
- Analysen für Marken, Sortimente und einzelne Kundinnen und Kunden, Kundengruppen oder geografische Märkte erstellen
- Marketingstrategie operativ umsetzen
- Kontakt zu Institutionen im Bereich der Marktforschung, Werbung oder Beratung pflegen
- marketingorientiertes Denken laufend neuen Trends anpassen
- Bescheid wissen über betriebs- und finanzwirtschaftliche Entwicklungen

Verhandlungen führen und Mitarbeitende schulen

- Verhandlungen mit Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern führen
- Corporate Identity des Unternehmens überwachen und zu marketingrelevanten Rechtsfragen Stellung nehmen
- Mitarbeitende und Lernende leiten und schulen

Berufsfeld 17
Wirtschaft, Verwaltung,
Tourismus



Ausbildung

Grundlage

Eidg. genehmigte Prüfungsordnung vom 23.5.2019 (Stand 3.5.2021)

Prüfungsvorbereitung

Die für die Prüfung erforderlichen Qualifikationen werden in der Regel in Form von Kursen erworben. Prüfungsordnung und Wegleitung sind auf der Webseite von suxxess.org erhältlich.

Bildungsangebote

Eine Liste der Angebote ist auf suxxess.org abrufbar.

Dauer

3 - 4 Semester, berufsbegleitend

Prüfungsteile

- Schriftlich: Situative Fragen Marketing und Verkauf, Integrative Fallstudie 1 & 2
- Mündlich: Erfolgskritische Situationen, Präsentation, Fachgespräch

Abschluss

Eidg. anerkannter Titel "dipl. Marketingleiter/in"

Voraussetzungen

Bei Prüfungsantritt erforderlich:

- eidgenössischer Fachausweis der branchenspezifischen Berufsprüfung (beispielsweise Marketingfachmann/-frau), Diplom einer anderen höheren Fachprüfung, Diplom einer höheren Fachschule oder Diplom einer Fachhochschule/Hochschule
- 3 Jahre Berufspraxis in leitender Funktion im Marketing
oder
- eidgenössisches Fähigkeitszeugnis einer mindestens 3-jährigen beruflichen Grundbildung, Diplom einer anerkannten Handelsmittelschule oder Fachmittelschule oder Maturitätszeugnis
- 6 Jahre Berufspraxis, davon 3 Jahre in leitender Funktion im Marketing

Anforderungen

- analytische Fähigkeiten
- marketingorientiertes Denken
- gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Kommunikationsfähigkeit
- gute Fremdsprachenkenntnisse

Weiterbildung

Kurse

Angebote von Fachorganisationen sowie Fachhochschulen und Universitäten

Höhere Fachschule

Z. B. dipl. Betriebswirtschafter/in HF

Fachhochschule

Z. B. Bachelor of Science (FH) in Betriebsökonomie. Je nach Fachhochschule gelten unterschiedliche Zulassungsbedingungen.

Nachdiplomstufe

Angebote von höheren Fachschulen und Fachhochschulen in verwandten Bereichen, z. B. Master of Advanced Studies (MAS) in Marketing und Management von Dienstleistungen, Marketing Management, Innovationsmanagement, Customer Relationship Management, Unternehmensführung.

Berufsverhältnisse

Abhängig von der Grösse des Unternehmens sind Marketingleiterinnen und Marketingleiter der Geschäftsleitung direkt unterstellt oder Mitglied der Geschäftsleitung. In kleineren Firmen sind sie auch für die Geschäftsleitung verantwortlich. In der Kommunikations- und Werbebranche oder als selbstständig Erwerbende im Marketingbereich bestehen für diese Berufsleute weitere Perspektiven.

Weitere Informationen

suxxess.org ag
8050 Zürich
www.suxxess.org

Allgemeine Informationen:
www.berufsberatung.ch

Verwandte Berufe

Berufsfeld / SD

Kommunikationsleiter/in HFP	17 / 0.612.5.0
PR-Berater/in HFP	17 / 0.612.12.0
Verkaufsleiter/in HFP	16 / 0.613.31.0