

Berufs- und Brancheninfo: Medienfachmann/-frau

Infos für Ausbilder/innen und Lehrlinge zum Lehrberuf Medienfachmann/-frau

Achtung:

Der alte Lehrberuf Medienfachmann/-frau mit den Schwerpunkten "Marktkommunikation und Werbung", "Mediendesign" und "Medientechnik" ist auslaufend – bei Eintritt bis 31. Mai 2018 ist die alte Ausbildungsordnung gültig bis 30. November 2022.

Der neue Lehrberuf Medienfachmann/-frau mit den Schwerpunkten "Webdevelopment und audiovisuelle Medien", "Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien", "Online-Marketing" und "Agenturdienstleistungen" ist am 1. Juni 2018 gestartet. Untenstehend finden Sie die Kurzbeschreibungen und weiterführende Links.

Der Lehrberuf Medienfachmann/-frau hat eine Ausbildungsdauer von drei Jahren. Er kann in unterschiedlichen Schwerpunkten erlernt werden. Nähere Informationen zu den Berufsprofilen, Ausbildungsvorschriften, dem Lehrvertrag, der Berufsschule und Lehrabschlussprüfung finden sich auf den Seiten zu den jeweiligen Schwerpunkten. Im Anschluss finden Sie die wichtigsten Tätigkeiten der vier Schwerpunkte im Lehrberuf Medienfachmann/-frau auf einen Blick:

Webdevelopment und audiovisuelle Medien

- Kund/innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Zielgruppen bestimmen, Grafiken und Corporate Identity bzw. Corporate Design einholen
- Konzept, Projektplan und Kalkulation erstellen
- Konzept präsentieren und mit Kund/innen abstimmen
- Websites nach den Kund/innenwünschen gestalten (Front- und Backend)
- Content Management System (CMS) einrichten
- Datenbanken einrichten, Plug-ins installieren
- mittels Software-Anwendungen und Programmiersprachen die Funktionen der Websites einrichten
- Web-Oberflächen nach Vorlage der Screendesigns umsetzen
- Browser-, Geräte- und Suchmaschinenoptimierung (SEO) durchführen
- Analysetools einrichten und Reports auswerten
- Video- und Audiobeiträge sowie Animationen planen und organisieren
- Produktion der Video- und Audiobeiträge sowie Animationen betreuen

Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien

- Kund/innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Zielgruppen eruiieren, Grafiken und Corporate Design einholen oder gestalten
- Konzept, Projektplan und Kalkulation erstellen
- Layout, Formate, Bilder- und Farbwelten, Moodboards entwerfen
- Skizzen und Prototypen erstellen
- Druckmaterialien, -Farben und -techniken recherchieren
- Schriften, Grafiken, Fotos oder Bilder in Datenbanken recherchieren
- Konzept präsentieren und mit Kund/innen abstimmen
- Print- und Digitalmedien erstellen und Daten übermitteln
- gegebenenfalls unterschiedliche Varianten (Print, Website, Newsletter) erstellen
- Qualität der Printprodukte und Screendesigns überprüfen
- Video- und Audiobeiträge sowie Animationen planen und organisieren
- Produktion der Video- und Audiobeiträge sowie Animationen betreuen

Online-Marketing

- Kund/innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Zielgruppen bestimmen, Grafiken, Logos (Corporate Design) einholen
- Content und Online-Kanäle recherchieren
- an Konzept, Projektplan und Kalkulation mitarbeiten
- Online-Marketingplan präsentieren und mit Kund/innen abstimmen
- Websites betreuen und Usability bzw. Accessibility berücksichtigen
- Maßnahmen zu Suchmaschinenwerbung (SEA) und Suchmaschinenoptimierung (SEO) umsetzen
- E-Mail-Marketing-Kampagnen (Newsletter) umsetzen
- Social-Media-Auftritte der Kund/innen betreuen
- Werbeeinschaltungen auf Online- und Social-Media-Plattformen schalten
- Online-Marketing- und Werbemaßnahmen beobachten, analysieren und dokumentieren
- Mentions sammeln und Reports auswerten
- Online-Marketing-Strategien laufend weiterentwickeln und optimieren

Agenturdienstleistungen

- Kund/innen beraten und Wünsche und Vorstellungen einholen
- Zielgruppen bestimmen, Grafiken und Corporate Identity einholen oder entwickeln
- Marktforschung und Medienrecherchen durchführen
- Art der Werbe- und Marketingmaßnahmen bestimmen
- bei Erstellung von Konzept, Projektplan und Kalkulation (Media- bzw. Marketingplan) mitarbeiten
- Media- bzw. Marketingplan mit Kund/innen abstimmen
- redaktionelle Inhalte, Presse- und Kommunikationstexte erstellen
- Medienkooperationen vereinbaren und abwickeln
- Anzeigen und Advertorials gestalten und schalten
- Presseaussendungen verfassen und verschicken
- Pressekonferenzen organisieren, abhalten, nachbearbeiten
- Sponsoring-Partnerschaften vereinbaren und abwickeln
- Event- und Erlebnismarketing-Events planen und organisieren bzw. beauftragen
- Netzwerk zu Partner/innen und Multiplikator/innen pflegen
- Marketing- und Werbemaßnahmen beobachten, analysieren und dokumentieren
- Medienbeobachtung durchführen *)

*) Die Zusammenfassungen der wichtigsten Tätigkeiten wurden mit freundlicher Genehmigung vom BerufsinformationsComputer BIC übernommen.

Infos zu weiteren Karrieremöglichkeiten finden Sie hier: Bildungspfad Strategische Kommunikation & Public Relations, Bildungspfad Film, TV & Media

Stand: 29.10.2019