



# Nachdiplomstudium

## Marketing Excellence NDS HF

Dipl. Marketingmanager/in NDS HF  
(eidgenössisch anerkannt)

Alpeneggstrasse 1  
3012 Bern

Tel. 031 630 70 10

Mail: [bern@mbsz.ch](mailto:bern@mbsz.ch)

[www.mbsz.ch](http://www.mbsz.ch)

## Nachdiplomstudien in der Bildungslandschaft

### Anerkannter Abschluss

Nachdiplomstudien (NDS HF) der Höheren Fachschulen (HF) zählen zu den höchsten, eidgenössisch anerkannten Abschlüssen.

In der Arbeitswelt wird das Nachdiplomstudium geschätzt, da es erfahrenen Berufsleuten eine Aktualisierung, Vertiefung oder Spezialisierung ihrer Fach- und Führungskompetenzen ermöglicht. Mit aktuellem Know-how tragen Sie zu Problemlösungen im Unternehmen bei, qualifizieren sich für neue Positionen und erhöhen gleichzeitig ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt.

### 100 % Praxisbezug

In einem Nachdiplomstudium steht die Umsetzungsfähigkeit neu erworbener Kenntnisse im Vordergrund:

*Ich setze um!*



Durch die Bearbeitung konkreter Fragestellungen aus ihrer beruflichen Tätigkeit profitieren die Studierenden auch voneinander.

Statt theoretischer Prüfungen erstellen die Studierenden Modul- und Diplomarbeiten mit selbst gewählten Themen, begleitet von Fachexperten. So können Lösungsansätze für aktuelle Aufgaben in der beruflichen Praxis erarbeitet werden.

### Zur Ausbildung

Das Nachdiplomstudium NDS HF dauert 12 Monate unterteilt in drei Module. Danach schliesst sich eine Phase für die Erstellung einer Diplomarbeit an.

### Ausweis/Titel

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen tragen eidgenössisch anerkannten Titel **Dipl. Marketingmanager/in NDS HF.**

## Zielpublikum

Nachdiplomstudien sind geeignet für erfahrene Berufsleute, die eine Aus- bzw. Weiterbildungsmöglichkeit mit hohem Praxisbezug und rascher Umsetzungsmöglichkeit in die berufliche Tätigkeit suchen.

## Zulassungsbedingungen

Zum Nachdiplomstudium zugelassen wird, wer eine der folgenden Bedingungen erfüllt:

- Eidgenössischer Fachausweis und höhere Fachprüfung,
- Diplom einer Höheren Fachschule (z.B: Wirtschaft, Technik, Tourismus),
- Abschluss einer Universität oder Fachhochschule (u. a. im Ausland),
- Langjährige und qualifizierte Berufspraxis (u. a. auch Wiedereinsteiger/innen).

## Aufbau des Studiums

Das Nachdiplomstudium setzt sich aus drei Modulen zusammen. Die Module sind in sich geschlossen und lassen sich in beliebiger Reihenfolge absolvieren. Es können auch nur einzelne Module besucht werden.

Folgenden Module werden angeboten:

- Integrierte Kommunikation mit Online-Konzepten
- Marketing Research
- Marketingstrategie und Markenführung

Um als Nachdiplomstudium anerkannt zu werden, müssen alle drei Module erfolgreich absolviert werden. Zusätzlich ist eine Diplomarbeit zu verfassen.

## Modul Integrierte Kommunikation Mit Online-Marketing Konzepten

### Ausgangslage

Der Ansatz der Integrierten Kommunikation umfasst die interne und externe Kommunikation mit unternehmensrelevanten Zielgruppen wie Kunden, Partner oder Mitarbeitende. Abgeleitet von der übergeordneten Kommunikationsstrategie wird definiert, über welche klassischen und Online-Kanäle mit den Zielgruppen in Dialog getreten wird.

### Zielsetzung

Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, wirksame Kommunikationskonzepte zu verfassen. Sie verstehen es, Kunden, Partner und Mitarbeitende durch das richtige Vorgehen zu gewinnen. Sie lernen, strategische Zielsetzungen in Botschaften und Aktionen über alle Kanäle (klassisch und online) erfolgreich zu kommunizieren.

### Inhalt

- Kommunikationspsychologie
- Strategische Kommunikation
- Der Ansatz der integrierten (digitalen) Kommunikation
- Marketingkommunikation (klassisch und online)
- Interne Kommunikation (klassisch und online)
- HR-Kommunikation (klassisch und online)
- Neuromarketing
- Rechtliche Grundlagen in der Kommunikation
- Zusammenarbeit mit Agenturen

Die Studierenden erstellen und präsentieren ein (Teil-)Konzept der *Integrierten Kommunikation* für ihr berufliches Umfeld.

### Nutzen für die Teilnehmenden

Die Studierenden erwerben in diesem Modul das notwendige Wissen, um

- ein *Integriertes Kommunikationskonzept* selbstständig zu erstellen,
- Teilkonzepte für klassische und Online-Kanäle abzuleiten und
- einen erfolversprechenden Kommunikationsmix zu konzipieren.

## Modul Marketing Research

### Ausgangslage

Nicht alle Unternehmen haben die finanziellen Möglichkeiten, um bei Bedarf auf ein Marktforschungs-Institut zurückzugreifen. Mehrwissen über Markt und Verbraucherbedürfnisse wären jedoch oft hilfreich. Zu mehr als einem Fragebogen reicht es aber meistens nicht.

### Zielsetzung

Nach diesem Modul können die Teilnehmenden einfache Fragestellungen selbst erheben. Bei komplexen Marktforschungsprojekten sollen sie sachkundige Partner eines Marktforschungsinstituts werden, d.h. ein Projekt von der Fragestellung bis zur Interpretation beurteilen und interpretieren können. Die Abhängigkeit von den Profis soll durch erhöhtes Verständnis des Projektablaufs reduziert werden.

### Inhalt

- Grundlagen der Statistik
- (Online-)Marktforschung
- Fragearten, Fragebogen, Befragungstechnik
- Zusammenarbeit mit Marktforschungsinstituten: Auswahl, Offerte, Briefing
- Erhebungsmethoden, Datengewinnung (u.a. online)
- Datenauswertung und Datenanalyse (u.a. online)
- Charts und deren Präsentation

Begleitend zum Unterricht wird von den Teilnehmenden eine (Online-) Befragung durchgeführt, ausgewertet, analysiert und präsentiert.

### Nutzen für die Teilnehmenden

Die Studierenden erwerben in diesem Modul das notwendige Wissen, um komplexe Forschungsprojekte durchzuführen. Dabei gewinnen sie

- Fachkompetenz als Auftraggeber und
- die Kompetenz zur selbstständigen Realisation einfacherer Marktforschungsprojekte.

## Modul Marketingstrategie und Markenführung

### Ausgangslage

Der eigenständige Charakter einer Marke ist letztlich entscheidend für den Erfolg. Es ist deshalb zwingend, diese Eigenständigkeit zu definieren und die erforderlichen marketingstrategischen Entscheidungen konsequent abzuleiten und zu fällen.

### Zielsetzung

Nach diesem Modul können die Teilnehmenden, die für eine Marketingstrategie und Markenführung erforderliche Informationsbasis schaffen und als Marketingsituationsanalyse aufbereiten. Sie sollen die relevanten marketingstrategischen Entscheidungen fundiert und analytisch fällen und für eine definierte Problemstellung herbeiführen. Und sie sollen entsprechende Aufträge/Briefings für Marketingsubbereiche definieren können.

### Inhalt

- Marketingsituationsanalyse (u.a. SWOT-Analyse)
- (Marketing-)Strategievarianten
- Entscheidungsgrundlagen im Marketing
- Konsistente Entscheidungsfindung innerhalb der Marketingstrategie
- Marketing als Teil des Businessplans
- Briefing an operative Marketingsubbereiche

Begleitend zum Unterricht und zur Vertiefung wird von den Teilnehmenden am praktischen Beispiel für ein Produkt oder eine Dienstleistung eine Strategie entwickelt.

### Nutzen für die Teilnehmenden

Die Studierenden erwerben in diesem Modul das notwendige Wissen, um

- eine Marketingsituationsanalyse strukturiert und praxisnah zu erstellen,
- die erforderlichen Entscheidungsgrundlagen aufzubereiten und die relevanten marketingstrategischen Entscheidungen konsistent zu fällen,
- einen Businessplan mit Schwerpunkt Marketing darzustellen und
- die Aufträge für die hierarchisch unterstellten Marketingbereiche als Briefing zu formulieren.

## Zeiten, Daten, Preise und Ferienplan

### **Variante 1: Montag** von 14.00 bis 21.00 Uhr

Start 2017: Montag, 6. November 2017

Starts 2018: Montag, 5. März oder 25. Juni oder 5. November 2018

### **Variante 2: Dienstag- und Donnerstagabend** jeweils von 18.15 bis 21.25 Uhr

Start 2017: Dienstag, 20. Juni oder 7. November 2017

Starts 2018: Dienstag, 6. März oder 26. Juni oder 6. November 2018

### **Variante 3: Donnerstag** von 14.30 bis 21.25 Uhr

Start 2017: Donnerstag, 9. November 2017

Starts 2018: Donnerstag, 8. März oder 28. Juni oder 8. November 2018

### **Variante 4: Freitag** von 13.30 bis 20.20 Uhr

Start 2017: Freitag, 10. November 2017

Starts 2018: Freitag, 9. März oder 29. Juni oder 9. November 2018

### **Variante 5: Samstag** von 8.00 bis 15.00 Uhr

Start 2017: Samstag, 11. November 2017

Starts 2018: Samstag, 10. März oder 30. Juni oder 10. November 2018

## Ort

MBSZ, Alpeneggstrasse 1, 3012 Bern (fünf Minuten vom Hauptbahnhof)

Die Klassengrösse beträgt in der Regel zwischen 8 – 12 Personen. Maximal sind 18 Teilnehmer/innen pro Klasse zugelassen.

## Preise

Gesamtkurs CHF 11'700 (oder 12 Zahlungen zu CHF 990)

Einzelmodul CHF 4'400 (oder 3 Zahlungen zu CHF 1'500)

Alle obligatorischen Kursunterlagen und die Prüfungs-/Diplomgebühren sind im Kursgeld inbegriffen. Ausnahme davon sind kostenpflichtige Verschiebungen oder Wiederholungen von Prüfungsleistungen.

## Ferienplan

Weihnachtsferien 2017/18

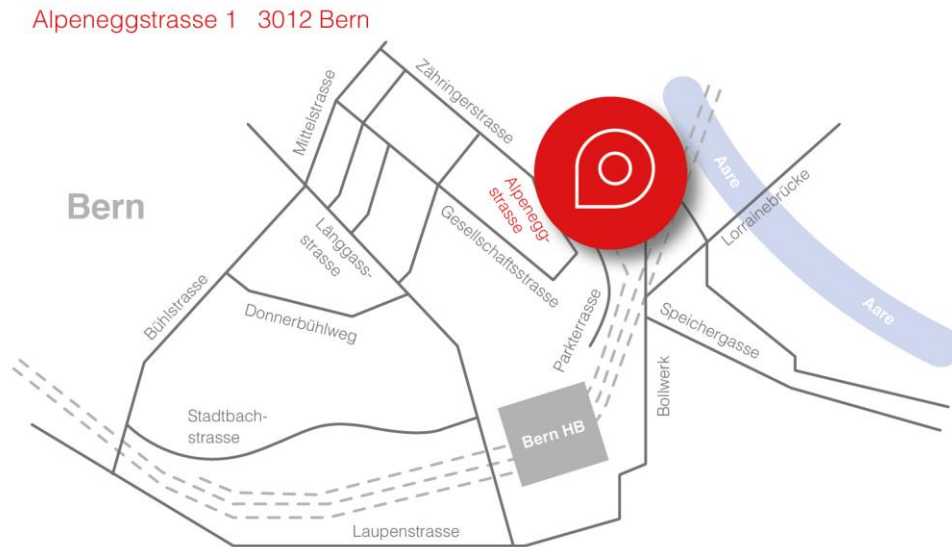
18. Dezember 2017 bis 7. Januar 2018

Sommerferien 2018

16. Juli bis 12. August 2018

# Ihr Nachdiplomstudium an der MBSZ

## Zentral am Standort Bern



Das Nachdiplomstudium Dipl. Marketingmanager/in NDS HF bieten wir **auch an unserem Standort in Zürich** an. Bitte sehen Sie zu Kursdaten und –zeiten die separate Broschüre. Download unter [www.mbsz.ch](http://www.mbsz.ch).

## Berufsbegleitendes Lernen mit hohem Praxisbezug

### Modularer Aufbau

Die Nachdiplomstudien bestehen aus in sich geschlossenen Themenbereichen (Modulen), die in beliebiger Reihenfolge oder auch einzeln absolviert werden können.

### 100 % Praxisbezug

Unsere Dozentinnen und Dozenten sind erfahrene Praktiker in ihrem Gebiet und legen Wert auf die Umsetzungsfähigkeit der Studierenden.

### Persönliche Betreuung

Wir sind persönlich für Sie da und begleiten Sie durch Ihre Ausbildung.