



Nachdiplomstudium

Dipl. Marketing- & Verkaufsmanager/-in NDS HF

Bahnhofplatz 10B (direkt im BusinessPoint Witzig, 4. Stock)
Postfach
3001 Bern

Tel. 031 630 70 10

Mail: bern@mbsz.ch

www.mbsz.ch

Nachdiplomstudien im Schweizer Bildungswesen

Anerkannter Abschluss

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

In der Arbeitswelt wird das Nachdiplomstudium geschätzt, da es erfahrenen Berufsleuten eine Aktualisierung, Vertiefung oder Spezialisierung ihrer Fach- und Führungskompetenzen ermöglicht.

Das Durchschnittsalter in diesem Nachdiplomstudium Marketing & Verkauf ist zwischen 32 bis 45 Jahren.

Mit dem erworbenen Know-how tragen Sie zu Problemlösungen im Unternehmen bei, qualifizieren sich für neue Positionen und erhöhen gleichzeitig Ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt.

Dieses Nachdiplomstudium Marketing & Verkauf kann für Sie die praxisorientierte Alternative zum eidg. diplomierten Marketing- bzw. Verkaufsleiter/-innen sein.

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 von einander.

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 ohne Unterricht an.

Ausweis/Titel

Erfolgreiche Absolventen/-innen tragen den eidgenössisch anerkannten Titel **Dipl. Marketing- und Verkaufsmanager/-in NDS HF**.

Zielpublikum

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

Zulassungsbedingungen

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

- Fachausweis einer eidgenössischen Berufsprüfung (z. B. Marketing- und Verkaufsfachleute, Technische Kaufleute usw.),
- Diplom einer Höheren Fachprüfung (z. B. Marketing- und Verkaufsleiter, Immobilientreuhänder usw.)
- Diplom einer Höheren Fachschule (z. B. Technik HF, Tourismus HF usw.)
- Abschluss einer Universität oder Fachhochschule (u. a. im Ausland)
- Langjährige qualifizierte Berufserfahrung (mit Aufnahmeprozess)

Aufbau des Studiums

Das Nachdiplomstudium setzt sich aus drei Modulen zusammen, die in sich geschlossen sind und in beliebiger Reihenfolge absolvieren lassen.

Folgende Module werden angeboten:

- Integrierte Kommunikation (mit Online-Marketing-Konzepten)
- Verkaufsmanagement
- 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 Kommunikationsstrategie wird definiert, über welche Kanäle mit den Zielgruppen in Dialog getreten wird.

Zielsetzung

Nach diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, wirksame moderne 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 (online und klassisch) 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.

Modul Verkaufsmanagement

Ausgangslage

In diesem Modul beschäftigen Sie sich mit betriebs- und vertriebswirtschaftlichen Herausforderungen. Sie analysieren die aktuelle Marktsituation und entwickeln eine passende Strategie. Diese bildet die Grundlage, um eine Firma in den direkten Marktaktivitäten effizient in ihren Wachstumsüberlegungen zu begleiten.

Zielsetzung

Die Studierenden können nach diesem Modul eine auf den relevanten Markt abgestimmte Vertriebsstrategie im Dienstleistungs-, Konsum- und Investitionsgüter-Umfeld entwickeln und implementieren.

Die Mechanismen der Preisgestaltung sowie der absatzorientierte Aufbau eines direkten und indirekten Vertriebssystems befähigen die Studierenden, die unterschiedlichen Märkte aus der Vertriebsperspektive optimal zu bedienen.

Inhalt

- Verkauf im Kontext des gesamten Marketingumfeldes
- Entwicklung von Vertriebsambitionen und –zielen sowie Vertriebsstrategie
- Das strategische Key Account Management zur fokussierten Betreuung von Schlüsselkunden
- Lean Sales – von der Anfrage bis zum Inkasso
- Führungsstile und –techniken im Vertrieb
- Vertriebscontrolling mit Balanced Scorecard und vertriebsorientierten KPI
- Rechtliche Grundlagen im Vertrieb

Nutzen für die Teilnehmenden

Die Studierenden erwerben in diesem Modul das notwendige Wissen, um

- die wesentlichen strategischen Eckpfeiler des Vertriebs praxisgerecht einzusetzen,
- die für das eigene Unternehmen relevanten Absatzstrukturen aufeinander abzustimmen und effizient zu nutzen,
- Mitarbeitende mittels geeigneten Coaching-Instrumenten zu fördern.

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.

Inhalt

- Marketingsituationsanalyse (u.a. SWOT-Analyse)
- Marketingstrategievarianten
- 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 12.30 bis 19.00 Uhr

Start 2018: Montag, 5. November 2018

Variante 2: Freitag von 12.30 bis 19.00 Uhr

Start 2018: Freitag, 9. November 2018

(Nächster Lehrgangstart geplant ab 4. März 2019.)

Ort

MBSZ, Standort Bern

BusinessPoint im Bahnhof Bern, Bahnhofplatz 10B, 3011 Bern

Die Klassengrösse beträgt in der Regel zwischen 8 bis 12 Teilnehmer/-innen, Maximum ist 14.

Preise

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

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

Ferienplan

Weihnachtsferien Kalenderwoche 51 bis 2

Winterferien Kalenderwoche 8 - 9

Frühlingsferien Kalenderwoche 14 bis 15

Sommerferien Kalenderwoche 29 bis 32

Ihr Nachdiplomstudium an der MBSZ

Zentral am Standort Bern

Unsere Kursräume sind modern und sehr zentral gelegen, und zwar am **BusinessPoint Witzig AG, direkt im Bahnhofgebäude (Bahnhofplatz 10B, 4. Stock).**

Das Nachdiplomstudium Dipl. Marketing- und Verkaufsmanager/-in NDS HF bieten wir **auch an unserem Standort in Zürich** an. Bitte sehen Sie zu Kursdaten und -zeiten unter www.mbsz.ch.

Berufsbegleitendes Lernen mit hohem Praxisbezug

Modularer Themenaufbau

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

100 % Praxisbezug

Unsere Dozierende 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.