



Dipl. Marketing- & Verkaufsmanager/-in NDS HF

Stampfenbachstrasse 6
8001 Zürich

Tel. 044 267 70 10

Mail: zuerich@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.

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

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

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 vier Module. Danach schliesst sich eine Phase für die Erstellung einer Diplomarbeit ohne Unterricht von ca. 4 Monaten 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 Umsetzungsmöglichkeit in die berufliche Tätigkeit suchen.

Die Nachdiplomstudien eignen sich hervorragend für Berufsleute, die nicht den klassischen Unterricht suchen. In Workshops setzen sich die Teilnehmenden mit den Themen auseinander und vertiefen die theoretischen Kenntnisse in ihre Praxis.

Die Klassengrösse beträgt in der Regel zwischen 8 - 12 Personen, maximal sind 14 Teilnehmer/-innen pro Klasse zugelassen.

Zulassungsbedingungen

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

- Fachausweis einer eidgenössischen Berufsprüfung
- oder eine langjährige qualifizierte Berufserfahrung (mit Aufnahmeprozess)
- oder Diplom einer Höheren Fachprüfung
- oder Diplom einer Höheren Fachschule
- Abschluss einer Universität oder Fachhochschule (u. a. im Ausland)

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.

Folgende Module werden angeboten:

- Integrierte Kommunikation (mit Online-Marketing-Konzepten)
- Verkaufsmanagement
- Marketingmanagement

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 (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 praxissgerecht einzusetzen,
- die für das eigene Unternehmen relevanten Absatzstrukturen aufeinander abzustimmen und effizient zu nutzen,
- Mitarbeitende mittels geeigneten Coaching-Instrumenten zu fördern.

Modul Marketingmanagement

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 usw.)
- Marketingstrategievarianten
- Entscheidungsgrundlagen im Marketing mit Business Model Generation
- 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

Zeitenvarianten mit Stardaten 2018

- **Variante 1:** Dienstag & Donnerstag, jeweils von 18.20 bis 20.50 Uhr
Start: Dienstag, 5. März 2019
- **Variante 2:** Mittwoch von 09.20 bis 14.50 Uhr
Start: Mittwoch, 6. März 2019
- **Variante 3:** Donnerstag von 15.20 bis 20.50 Uhr
Start: Donnerstag, 7. März 2019
- **Variante 4:** Freitag von 14.00 bis 19.30 Uhr
Start: Freitag, 8. März 2019
- **Variante 5:** Freitag und Samstag (vierzehntätiglich)
Freitag von 14.00 bis 19.30 und Samstag von 09.20 bis 14.50 Uhr
Start: Freitag, 8. März 2019

Für alle Zeitvarianten gilt:

- Nächster Start ist im Juni und Oktober/November 2019.
- Der Unterricht vom Nachdiplomstudium dauert 12 Monate.
- Nach dem erfolgreichen Abschluss der drei Module erstellen Sie während ca. vier Monaten Ihre Diplomarbeit.
- Terminplan mit Unterricht und Ferien finden Sie auf www.mbsz.ch .
Für andere Zeitvarianten kontaktieren Sie uns: roland.gerber@mbsz.ch.

Preise

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

Alle obligatorischen Kursunterlagen und Prüfungsgebühren sind im Kursgeld inbegriffen. Ausgenommen davon sind kostenpflichtige Verschiebungen und Wiederholungen von Prüfungsleistungen.

Ort

MBSZ Zürich, Stampfenbachstrasse 6, 8001 Zürich
(knapp 10 Gehminuten vom Zürich HB)

Nachdiplomkurse (NDK)

Informationen zu den Nachdiplomkursen (NDK) mit Zertifikat finden Sie unter:
www.mbsz.ch .

Ihr Nachdiplomstudium an der MBSZ

Zentral am Standort Zürich



Berufsbegleitendes Lernen mit hohem Praxisbezug!

Modularer Themenaufbau

Die Nachdiplomstudien bestehen aus in sich geschlossenen Themenbereichen (Modulen), die auch einzeln als Praxismodule bzw. Nachdiplomkurse mit Zertifikat abgeschlossen 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.

Flexibler Unterrichtsbesuch

Verpasste Unterrichtseinheiten können Sie in der Parallelklasse vor- bzw. nachholen. Ein Unterbruch nach jedem Modul und eine Fortsetzung innert drei Jahren ist möglich.