



^b
UNIVERSITÄT
BERN

Certificate of Advanced Studies

Marketingmanagement und Verkauf

CAS

Start: 31. Oktober 2024

Der «Certificate of Advanced Studies» (CAS) Lehrgang im Bereich Marketingmanagement und Verkauf ist Teil des «Executive MBA in Marketing Management» der Universität Bern.

www.imu-weiterbildung.ch

CAS Marketingmanagement und Verkauf

Liebe Interessierte

Wir freuen uns, Ihnen einen Zertifikatslehrgang vorzustellen, der Marketing aus umfassender und moderner Optik angeht. Dazu gehören neben dem klassischen Marketing und Verkauf selbstverständlich auch neuere Aspekte aus der digitalen Welt. Der Lehrgang wird im Herbst 2022 zum 9. Mal durchgeführt. Wir vermitteln mit diesem CAS-Lehrgang den heutigen Stand des Marketings so, wie er Berufsleuten aus der Praxis Nutzen bringt.

Wir legen grosses Gewicht auf den Bezug zur Unternehmenspraxis. Nach jedem Lehrgangsmodul werden die Inhalte auf ein frei wählbares Unternehmensprojekt übertragen. Die Universität Bern stellt die Expertinnen und Experten, die die Weiterbildungsstudierenden bei der Praxisarbeit beraten und begleiten.



Prof. Dr. Harley Krohmer
Direktor des IMU
Universität Bern



Dr. Caroline Kähr Serra
Leitung der Weiterbildung
am IMU Marketing EMBA
Universität Bern

Modul 1 und 2

Kundenverhalten und Marketingstrategie

31. Oktober bis 02. November 2024

Eine moderne Marketinglehre baut auf sinnvollen Annahmen über das Verhalten auf. Uns interessiert dabei das Verhalten sowohl der Käuferinnen und Käufer als auch der Verkäuferinnen und Verkäufer. Weiter analysieren wir den Austauschprozess im Detail und die Interventionsmöglichkeiten der Akteure, insbesondere natürlich des Absatzes.

Zentrale Lerninhalte

- Eigenschaften von Märkten
- Verhalten der Akteure
- Generelle Verhaltensgrundlagen für modernes Marketing
- Rolle des Marketings in einem systemischen Unternehmensmodell darstellen
- Ziele formulieren
- Eine Marketingstrategie und ein Verkaufskonzept entwickeln

Moderation:
Prof. Dr. Harley Krohmer
(Universität Bern)

Produkt-, Innovations- und Preismanagement

05. bis 07. Dezember 2024

Der Verkauf lebt vom zielführenden Einsatz der Marketinginstrumente. Dieses Modul beschäftigt sich demzufolge eingehend mit der Produkt- und Preisgestaltung. Es gilt neue Leistungen zu entwickeln, also Innovationen, welche die Wertschöpfung erhöhen. Wir zeigen dabei, wie Unternehmen den Zeit- als auch den Qualitätswettbewerb gewinnen können.

Zentrale Lerninhalte

- Produktstrategien, Innovationsprozesse und Innovationsmanagement: Floprate reduzieren
- Gestaltung des Produktprogramms: Kundenprobleme besser lösen
- Product Life Cycle Management, Time to Market
- Preisfindung wissenschaftlich und praktisch

Moderation:
Dr. Clemens Ammann
(Universität Bern)

Modul 3 und 4

Marktanalyse und Marketingplanung

15. bis 18. Januar 2025

Handeln im Marketing erfordert eine Grundlage, welche die Marktforschung liefert. Dabei werden Informationen gesammelt, welche anschliessend ausgewertet und so für die Erarbeitung der Marketingaktivitäten genutzt werden können. Dieses Modul stellt den Forschungsprozess vor inkl. Datenbeschaffung, Datenanalyse und Dateninterpretation.

Zentrale Lerninhalte

- Grundlagen, Prozess und Methodik der Marktforschung
- Neueste Methoden der Datenanalyse und -interpretation kennen (Data Mining, Big Data)
- Managementorientierte Dateninterpretation vornehmen
- Analyseresultate in Strategien überführen

Moderation:
Prof. Dr. Andreas Fürst
(DHBW)

Branding und Kommunikationsmanagement

27. Februar bis 01. März 2025

Marken sind wertvoll. Sie aufzubauen, zu gestalten und gegen Angriffe zu verteidigen, erfordern den Einsatz einer gezielten Kommunikationsstrategie. Dieses Modul vermittelt einen Einblick in die Grundlagen einer erfolgreichen Markenführung.

Zentrale Lerninhalte

- Markenmanagement: Strategie, Auftritt und Controlling
- Rechtliche Aspekte des Marken- und Kommunikationsmanagements
- Ziele und Zielgruppen der Kommunikation: Kunden besser ansprechen
- Kommunikationskonzepte entwickeln

Moderation:
Dr. Lucia Malär
(Universität Bern)

Modul 5 und 6

Verkaufsstrategie und Verkaufsmanagement

20. bis 22. März 2025

Umsatz, Gewinn und Cash Flow sind nicht nur der Atem eines Unternehmens, sondern auch dessen Jungbrunnen dar, weil nur mit Gewinn und Cashflow investiert werden kann. All diese Größen werden durch den Verkauf generiert. Wer gut verkauft, macht das Wesentliche richtig. Dieses Modul widmet sich deshalb den Instrumenten einer erfolgreichen Verkaufsgestaltung.

Zentrale Lerninhalte

- Auswahl der Vertriebsorgane und Gestaltung der Vertriebswege
- Beziehungen zu Vertriebspartnern und Key Accounts
- Multi-Channel-Management
- Kundenkontakte und Personal Selling optimieren
- Verkaufserfolge kontrollieren und Training gezielt einsetzen

Moderation:
Prof. Dr. Nikolas Beutin
(Quadriga Hochschule / XBANQ)

Digitales Marketing

24. bis 25. April 2025

Die Digitalisierung nimmt einen enormen Einfluss auf etablierte Strukturen und Lösungen. Dies gilt auch für das Marketing. Dieses Modul trägt diesen Einflüssen Rechnung und vermittelt den Teilnehmenden die nötigen Erkenntnisse und Instrumente, um Marketing im digitalen Zeitalter erfolgreich zu meistern.

Zentrale Lerninhalte

- Online Marketing, Mobile Marketing
- Suchmaschinenoptimierung
- Social Media Marketing
- Digitales Marketing als Teil des Marketingkonzepts
- Neue Ansätze auf Nutzbarkeit überprüfen
- Controllingkonzepte auf Basis der Onlinemedien einführen

Moderation:
Dr. Oliver Blattmann
(Internetagentur iqual AG)

Modul 7 und 8

B2B Marketing und Dienstleistungsmarketing

15. bis 17. Mai 2025

Was geschieht, wenn Profis von Industrieunternehmen einkaufen? Läuft der Entscheidungsprozess anders ab? In diesem Modul wird gezeigt, was anders läuft und wie. Damit ist ebenfalls begründet, dass man eine andere Form des Marketings einsetzen muss.

Zentrale Lerninhalte

- Eigene Märkte beurteilen
- Strategische Besonderheiten des B2B-Marketings und Dienstleistungsmarketings
- Instrumentelle Besonderheiten des B2B-Marketings und des Dienstleistungsmarketings
- Neue Ansätze in Strategien und Konzepte überführen

Moderation:
Dr. rer. oec. Michael Kreuzer
(Universität Bern)

Umsetzung der Marketing- und Verkaufsstrategie

12. bis 14. Juni 2025

Viele Strategien und Konzepte sind gut, werden aber schlecht umgesetzt und nicht von Controlling geleitet. Dabei ist gerade dies entscheidend um die Marketing- und Verkaufsorganisation zu verbessern. Hier geben wir Anleitungen, wie eine gute Umsetzung gestaltet werden muss. Dabei entfernen wir uns etwas von den bekannten Instrumenten und stellen neue Möglichkeiten vor.

Zentrale Lerninhalte

- Marketing: Der integrale Führungsansatz
- Umsetzungsprozesse steuern
- Marketing und Verkaufscontrolling: Marketing Return on Investment ausweisen und kritisch beurteilen
- Quantitative Methoden und Modelle zur Absicherung von Entscheidungen nutzen

Moderation:
Prof. Dr. Harley Krohmer
(Universität Bern)

Wichtige Infos

Zielpublikum: Personen, die in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf, Beratung und Verwaltung tätig sind. Bereiten Sie sich jetzt auf die anstehenden Aufgaben vor und erlernen die entsprechenden Kompetenzen.

Organisatorisches:

- 8 Module à 3 Tage (Donnerstag 08:30 Uhr bis Samstag 15:00 Uhr)
- Start: 31. Oktober 2024; Letztes Modul: 12. Juni 2025
- Unterrichtsort: mehrheitlich in der Engehaldenstrasse 8
- Kosten: CHF 11'800.- (inkl. Unterricht, Unterlagen, Prüfung und Zertifikat)

Zulassung:

- In der Regel werden ein Hochschulabschluss (Fachhochschule, Universität oder ETH) sowie Berufserfahrung von mindestens 3 Jahren vorausgesetzt.
- Personen ohne Hochschulabschluss können von der Programmleitung «sur dossier» zugelassen werden, gegebenenfalls mit Auflagen.
- Interessierte an einzelnen Modulen können zugelassen werden, sofern freie Plätze vorhanden sind.

Anmeldung: mit dem Anmeldeformular unter www.imu-weiterbildung.ch

Studienleitung CAS Marketingmanagement und Verkauf:



Dr. Clemens Ammann
Universität Bern

Weitere Informationen: Monatliche Infoveranstaltungen im Hauptgebäude der Universität Bern. Anmeldung: www.imu-weiterbildung.ch

Gerne beantwortet die Studienleitung offene Fragen oder stellt sich für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung:
Dr. Caroline Kähr Serra | Leitung Weiterbildung IMU Marketing EMBA |
info@imu-weiterbildung.ch | 031 684 45 76

EMBA Marketing Management

- CAS Marketingmanagement und Verkauf
- CAS Onlinemarketing und Social Media
- CAS Markenmanagement und Kommunikation
- CAS Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre
- CAS Digitale Transformation
- CAS Tourismus und Digitalisierung

Jeder dieser CAS-Lehrgänge wird mit **18 ECTS-Punkten** bewertet. Für den Mastertitel «**Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern**» sind mindestens 60 ECTS-Punkte notwendig. Davon müssen 9 ECTS-Punkte zwingend in Form einer schriftlichen **Masterarbeit** erworben werden.

Der **CAS-Lehrgang «Marketingmanagement und Verkauf»** der Universität Bern stellt eine in sich abgeschlossene Weiterbildung dar. Das offizielle Zertifikat wird vergeben, wenn die Zwischen- und Schlussprüfung bestanden sowie die modulübergreifende CAS-Arbeit – begleitet durch Experten – erfolgreich abgeschlossen wurden.

Weiterbildungspartner

valiant

MADE IN BERN

Universität Bern
Institut für Marketing und Unternehmensführung
Engehaldenstrasse 4
3012 Bern

Telefon +41 31 684 45 41
info@imu-weiterbildung.ch

www.imu-weiterbildung.ch