

# CAS in Marketing Management und Verkauf

## Überblick

Certificate of Advanced Studies verleiht durch die  
Universität Bern

18 ECTS

Dauer: 8 Monate (Oktober 2024 bis Juni 2025)

Sprache: Deutsch

Kosten: 11'800 CHF

## Kontakt

Engehaldenstrasse 4, 3012 Bern

[info@imu-weiterbildung.ch](mailto:info@imu-weiterbildung.ch)

031 684 45 41

[www.unibe.mba](http://www.unibe.mba)

LinkedIn: [@Universität Bern Weiterbildung in  
Marketing & Management](#)

Instagram: [@imu.m\\_unibe](#)

Entdecken Sie die Schlüsselkomponenten und Strategien des modernen Marketings. Von klassischen Marketinggrundlagen bis hin zu neuesten digitalen Trends – dieser Kurs bietet tiefgehende Einblicke und praktische Anwendungen, um Sie optimal auf die Herausforderungen und Chancen in der dynamischen Welt des Marketings vorzubereiten. Erfahren Sie, wie Sie durch innovative Marketingstrategien, effektives Produkt- und Preismanagement in B2C- und B2B-Segmenten, sowie zielgerichtete Verkaufstaktiken Ihre berufliche Entwicklung vorantreiben können.

## Studienleitung



**Dr. Clemens Ammann** kombiniert als Marketing- und Strategiepartner bei **Saige** profundes Fach- und Methodikwissen mit einer starken Leidenschaft für die Unterstützung von Unternehmen bei den Herausforderungen der modernen Marktlandschaft. Mit einem pragmatisch-wissenschaftlichen Ansatz hilft er Unternehmen in der Strategieentwicklung, im Marketing und in der Marktforschung. Als Forscher an der Universität Bern erweitert er kontinuierlich sein Verständnis des Konsumentenverhaltens auf sozialen Medien. Zudem widmet er sich aktuellen technologischen Entwicklungen wie der generativen Künstlichen Intelligenz (KI), um den Transfer wissenschaftlicher Einsichten in effektive, praktische Lösungen voranzutreiben.

# Modulübersicht

## **Modul 1: Kundenverhalten und Marketingstrategie**

**31. Oktober - 02. November 2024**

In diesem Modul erforschen Teilnehmende das Verhalten von Käufer:innen und Verkäufer:innen und entwickeln fundierte Marketingstrategien durch detaillierte Analyse des Austauschprozesses und der Interventionsmöglichkeiten im Markt.

## **Modul 2: Marktanalyse und Marketingplanung**

**05. - 07. Dezember 2024**

Dieses Modul vermittelt Grundlagen der Marktforschung, von der Datenbeschaffung bis zur Dateninterpretation. Ebenfalls erforschen Teilnehmende, wie KI den Marktforschungsprozess neu definiert und wenden diese Erkenntnisse an, um effektive Marketingstrategien zu entwickeln.

## **Modul 3: Produkt-, Innovations- und Preismanagement**

**15. - 18. Januar 2025**

Teilnehmende vertiefen ihr Verständnis von Produktstrategien, Innovationsmanagement und Preisgestaltung, um die Wertschöpfung zu maximieren und sowohl den Zeit- als auch den Qualitätswettbewerb erfolgreich zu gestalten.

## **Modul 4: Branding und Kommunikationsmanagement**

**27. Februar - 01. März 2025**

Dieses Modul behandelt den Prozess des Markenmanagements, von der Strategieentwicklung bis zur Kommunikation, und behandelt, wie Marken effektiv aufgebaut, gestärkt und geschützt werden können.

## **Modul 5: Verkaufsstrategie und Verkaufsmanagement**

**20. - 22. März 2025**

Teilnehmende erkunden Techniken zur Steigerung von Umsatz, Gewinn und Cashflow durch effektives Verkaufsmanagement, inklusive der Gestaltung von Vertriebswegen und der Beziehungspflege zu Key Accounts.

## **Modul 6: Digitales Marketing**

**24. - 26. April 2025**

In diesem Modul erlernen Teilnehmende, wie sie ihr Marketing an das digitale Zeitalter anpassen können, mit Fokus auf Onlinemarketing, Suchmaschinenoptimierung, Social-Media-Strategien und Marketing Automation.

## **Modul 7: B2B Marketing und Dienstleistungsmarketing**

**15. - 17. Mai 2025**

Die Besonderheiten des B2B-Marketings werden im Rahmen dieses Moduls analysiert. Teilnehmende diskutieren zudem Predictive Analytics, sowie neue Ansätze im Dienstleistungs- und vertikalem Marketing.

## **Modul 8: Umsetzung der Marketing- und Verkaufsstrategie**

**27. - 29. Juni 2025**

Teilnehmende diskutieren in diesem Modul Methoden zur effektiven Umsetzung von Marketing- und Verkaufsstrategien, verbessern Marketing- und Verkaufsorganisationen und messen dabei den ROI ihrer Marketingaktivitäten.