

Marketing Management für KMU & Start-ups

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

So funktioniert erfolgreiches Marketing für KMU und Start-ups

Lernen Sie die Anforderungen des Marketings für KMU und Start-ups kennen und erhalten Sie das Rüstzeug, um sich langfristig auf dem Markt zu behaupten.

AUSGANGSLAGE

KMU, Start-ups und Grossunternehmen haben eine Gemeinsamkeit: nur wenn sie ihre Produkte und Dienstleistungen auf den Markt und auf die Kunden ausrichten, werden sie Erfolg haben. So trägt Marketing entscheidend zum Unternehmenserfolg bei und ist für Organisationen jeder Grösse heute unverzichtbar. Jedoch funktioniert Marketing bei KMU und Start-ups anders als bei Grossunternehmen. Insbesondere aufgrund beschränkter personeller, finanzieller und zeitlicher Ressourcen stehen KMU und Start-ups vor besonderen Herausforderungen.

Der Zertifikatslehrgang (CAS) Marketing Management für KMU & Start-ups vermittelt die nötigen Kompetenzen, um das Marketing in einem KMU und Jungunternehmen erfolgreich zu gestalten.

ZIELPUBLIKUM

Der CAS richtet sich an Marketingverantwortliche aus Klein- und Mittelunternehmen, die Wissen und Kompetenzen aufbauen möchten, um das Marketingpotenzial ihres Unternehmens ganzheitlich analysieren und in Zukunft besser ausschöpfen zu können.

LERNZIELE UND NUTZEN

Nach Abschluss des Lehrgangs

- besitzen Sie ein Verständnis des modernen Marketings, samt Herausforderungen und Lösungsansätzen;
- haben Sie eine ganzheitliche Sicht auf Ihr Unternehmen und Ihr Marketing entwickelt;
- können Sie eine umfassende Ist-Analyse durchführen und dabei Baustellen und Herausforderungen ermitteln;
- können Sie mit beschränkten Ressourcen kleinere Marktforschungsprojekte durchführen (z.B. Fokusgruppen, Interviews, Umfragen);
- können Sie mit Widerständen umgehen und sind Sie in der Lage, die Geschäftsleitung und weitere Stakeholder abzuholen und zu überzeugen;
- können Sie eine konsistente und umsetzbare Marketing-Roadmap für die nächsten 12 Monate entwickeln;
- haben Sie sich die nötigen Fach- und Methodenkompetenzen angeeignet, um die eigene Marketing-Roadmap umzusetzen;
- sind Sie in der Lage, ihr Marketingwissen selbständig zu aktualisieren und diese Erkenntnisse für die eigene Arbeit nutzbar zu machen;
- können Sie geeignete Experimente auswählen, um Marketingmassnahmen zu testen;
- kennen Sie verschiedene Methoden, um Kunden in Unternehmensprozesse einzubinden;
- können Sie Customer Centricity über das ganze Unternehmen hinweg promoten;
- haben Sie Self-Leadership-Fähigkeiten entwickelt und praktisch angewendet.

Informationsapéros



Gerne berät Sie die Studienleitung in einem persönlichen Gespräch oder an einem der Informationsapéros.

>>> www.zhaw.ch/imm/info-aperos

Aufbau und Inhalt

Von den Grundlagen zur praktischen Anwendung

Sie arbeiten über den gesamten Lehrgang hinweg am eigenen Unternehmens-Case – von der Baustellenanalyse über die Entwicklung und Umsetzung einer eigenen Marketing-Roadmap.

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Building the Business: Theoretische Grundlagen des modernen Marketings	Running the Business: Praktische Kompetenzen und konkrete Anwendung
<ul style="list-style-type: none">– Modern Marketing Framework: Einführung & Überblick– Anwendung des Frameworks als Analysetool: mit Fokus auf Customer Management-, Product- & Brand Management– Anwendung des Frameworks als Analysetool: mit Fokus auf Daten, Content und Prozesse– Methoden-Werkstatt 1: Analysemethoden im Überblick– Methoden-Werkstatt 2: Sekundärdaten sammeln und auswerten– Methoden-Werkstatt 3: Primärdaten sammeln und auswerten– Prioritäten setzen und Roadmap entwickeln– Stakeholder abholen und überzeugen	<ul style="list-style-type: none">– Kick-off zur Umsetzung der Roadmap– Business Experiments Day– Customer Centricity Day– Self-Leadership Day– Individuelle Coachingtermine– Abschlussveranstaltung

METHODIK

Beim vorliegenden CAS handelt sich nicht um eine Weiterbildung im klassischen Sinn. Die Teilnehmenden arbeiten über den gesamten Lehrgang hinweg am eigenen Unternehmens-Case – von der Baustellenanalyse über die Entwicklung und Umsetzung einer eigenen Marketing-Roadmap. Der Unterricht startet jeweils mit kurzen Theorieinputs, Methodenschulungen und Best Practice Fallstudien. Im Anschluss widmen sich die Teilnehmenden ihren individuellen Fragestellungen. Regelmässige Coaching-Sessions begleiten diese Aktivitäten. Im zweiten Modul des Lehrgangs, wo

es um die Umsetzung der Marketing-Roadmap geht, erhalten die Teilnehmenden Unterstützung durch ein Team von motivierten Studierenden aus dem Bachelorstudiengang in Betriebsökonomie.

DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktikerinnen und Praktiker mit didaktischer Erfahrung

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Rolf Rellstab

Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Fachstelle Digital Marketing &
Marketing Technology

STUDIENLEITUNG

Rolf Rellstab

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 66 34
rolf.rellstab@zhaw.ch

ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law
Customer Service Weiterbildung
Theaterstrasse 15b
Postfach
8401 Winterthur
Telefon +41 58 934 79 79
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch



Institut für Marketing Management (IMM)

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen. Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Customer Management & E-Commerce, Product Management, Behavioral Insights & Pricing, Customer Experience & Service Design, Communication & Branding, Digital Marketing & Marketing Technology sowie Circular Economy Marketing. Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben diesem CAS bietet das IMM zahlreiche weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> www.zhaw.ch/imm

MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY

Mit dieser Weiterbildung erhalten Sie Zugang zur Marketing Management Community der ZHAW.

>>> www.zhaw.ch/imm/community



Organisatorisches

Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens sechs Jahre der genannten Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung nach einem Zulassungsgespräch.

ANMELDUNG

Die Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. Das Anmeldeformular finden Sie unter: >>> www.zhaw.ch/imm/caskmu

TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 20 Personen beschränkt.

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert: >>> www.zhaw.ch/imm/caskmu

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies 300 Stunden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Im Modul 1 besteht der Leistungsnachweis aus einer Präsentation. Im Modul 2 erfolgt er in Form einer Dokumentation und Reflexion der entwickelten Roadmap.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur und/oder online statt. Details zum Unterrichtsformat und zum Campus finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/caskmu

>>> www.zhaw.ch/sml/campus

DAUER

Der Lehrgang dauert 12 Monate und umfasst 14 Unterrichtstage, dazu kommen individuelle Coaching-Termine.

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können in Englisch gehalten werden. Die Kursunterlagen sind in Deutsch oder Englisch verfasst.

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Marketing Management für KMU & Start-ups».

KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities



European Business Schools
Ranking 2021