

## Checkliste zum Diplom-Lehrgang Marketing-Manager ZfU

Status	Module/ Inhalte	Dauer/ Umfang	Form der Lernkontrolle
<b>Pflichtmodule</b>			
	Marketing Management Lehrgang	5 Tage	Lessons learned *; Performance Monitor Fragen (www.myzfu.ch); mündliche Prüfung
	Strategisches Preismanagement	2 Tage	
	Marketing Controlling	2 Tage	
	Competitive Intelligence	1.5 Tage	
<b>Wahlmodule (Wählen Sie 1 aus 3)</b>			
	Selbstcoaching - Das Corssen Seminar	2 Tage	Lessons learned *; Performance Monitor Fragen (www.myzfu.ch); mündliche Prüfung
	Situativ und typgerecht führen	3 Tage	
	Effektives Selbstmanagement	2 Tage	
<b>Fernlektionen (Download unter <a href="http://www.myzfu.ch">www.myzfu.ch</a> möglich)</b>			
	Strategisches Marketing	81 Seiten **	Lessons learned *; Performance Monitor Fragen (www.myzfu.ch); mündliche Prüfung
	Marketing-Instrumente richtig einsetzen	86 Seiten; Video **	
	Innovationsmanagement im Marketing	118 Seiten; Video **	
	Strategisches Produktmanagement	75 Seiten; Video **	
<b>Management-Literatur</b>			
	Die neue Dimension des Marketings (Autoren: Kotler, P. / Kartajaya, H. / Setiawan, I.)	223 Seiten	Lessons learned im Umfang von max. 10 Seiten über die relevanten Kapitel; mündliche Prüfung
<b>Management-Artikel (Pflicht-Readings)</b>			
MML	Zehn globale Trends und Herausforderungen im Loyalty-Marketing	5 Seiten	Integration des Gelesenen in die Lessons learned des dazugehörigen Seminars; mündliche Prüfung
MML	Marken brauchen keine Zielgruppen	3 Seiten	
MML	Das Führungsverhalten ist die eigentliche Her- ausforderung im CRM	2 Seiten	MML: Marketing Management Lehrgang PRI: Strategisches Pricing MCO: Erfolgsmessung im Marketing
PRI	Die Don'ts im Pricing	3 Seiten	
MCO	Marketingaudit: Zur Notwendigkeit eines Mar- keting Health Checks	4 Seiten	
<b>Management-Artikel (Additional Readings)</b>			
MML	Customer Relationships Shine Through Blackout	1 Seite	Nach Möglichkeit Integration des Gelesenen in die Lessons learned des dazugehörigen Seminars
MML	The One Number You Need to Grow	10 Seiten	
MCO	Boosting returns on marketing investment	5 Seiten	
MCO	Cockpit-Check: Welche Kennzahlensysteme für Marketing und Verkauf wirklich nützlich sind	1 Seite	
<b>Diplomarbeit &amp; mündliche Prüfung</b>			
	Diplomarbeit mit starkem Praxisbezug zur per- sönlichen und aktuellen Unternehmenssituation	20 bis max. 30 Seiten exklusive Inhalts-, Abbildungs- und Lite- raturverzeichnissen	Begutachtung durch Prüfungsexperten, Leiter Marketing Academy ZfU und Co- Korrektor; Präsentation und Diskussion an mündlicher Prüfung
	Mündliche Prüfung: Präsentation der Diplomar- beit mit anschliessender Diskussion und Frage- runde durch Experten zur Arbeit und den Inhal- ten aus den Seminaren und dem Selbststudium	60-70 Minuten insge- samt (eigentlicher Prüfungsteil dauert max. 30 Minuten)	Beurteilung durch Prüfungsexperten, Leiter Marketing-Academy ZfU und Co-Korrektor; anschliessende Bewertung über Prüfungs- leistung mündlich und schriftlich

\* Mehr Informationen zur Struktur der Lessons learned finden Sie unter [www.zfu.ch/pdf/lessons.doc](http://www.zfu.ch/pdf/lessons.doc)  
Nach Fertigstellen der Lessons learned, bitte auf [www.myzfu.ch](http://www.myzfu.ch) unter dem jeweiligen Seminartermin bzw. Modul als  
Word- oder PDF-Dokument uploaden.

\*\* Aufwand individuell je nach Vorwissen

Das Buch „Die neue Dimension des Marketings“ kann unter [book-it.ch](http://book-it.ch) bestellt werden.  
ISBN-Nr. 978-3-593-39343-8