



NEU:

Zertifizierter Fernlehrgang

Produkt-Management



Kompakt, Flexibel, Praxisrelevant in 8 Lektionen

Wirkungsvolle Konzepte im Strategischen Produkt-Management

Das Produktlebenszyklus-Modell zur phasengerechten Steuerung und Betreuung von Produkten

Methoden für eine erfolgreiche Produkt-Positionierung

Sicherheit im Vorgehen von der Strategie-Entwicklung bis zur erfolgreichen Umsetzung

Das integrierte Marketing-Kommunikations-Konzept

Konzipierung einer wirkungsvollen Kommunikations-Strategie zur erfolgreichen Produktvermarktung

Kosteneffizientes Budgeting und Pricing-Strategien

Profitabilität im Wettbewerb sicherstellen und Methoden zur Preisfindung kennen

Start:

Ab Frühjahr 2009 frei wählbar

Erweitern Sie Ihre Produkt Management Kompetenz

Ein gewinnbringendes Produkt für anspruchsvolle Kunden mit unterschiedlichen Bedürfnissen am richtigen Ort zum richtigen Preis und Zeitpunkt – Als Produkt Manager tragen Sie für solche unternehmerisch relevanten Entscheidungen die Verantwortung. Von Ihnen wird deshalb ein hohes Mass an Wissen über aktuelle und potenzielle Kundenbedürnisse, konzeptionelle Gestaltung und Umsetzung von Produkt- und Marktstrategien sowie Marktnähe für Konkurrenzbeobachtungen gefordert. Um so bedeutender ist es, das eigene Wissen stets weiter zu entwickeln und zu überprüfen.

Flexible Weiterbildung unabhängig von Zeit & Ort

Dieser ZfU-Fernlehrgang bietet Ihnen in 8 Lektionen eine kompakte Vermittlung von relevantem Produkt-Management-Wissen:

- Sie erarbeiten die Inhalte flexibel in Ihrem Rhythmus und unabhängig von Zeit und Ort
- Fallorientierte Aufgaben unterstützen die Umsetzung in Ihre Praxis
- Fehlzeiten im Büro sowie Reisezeit und -kosten entfallen
- Aufgebaut von einer erstklassigen ZfU-Faculty mit fundiertem Wissen und Praxiserfahrung

ZfU-Lernkonzept

Die Lektionen sind didaktisch so strukturiert, dass Sie diese autonom erarbeiten können. Jede Lektion orientiert sich am 5-stufigen ZfU-Lernkonzept:



1. Stufe: Modell / Konzept

Ausgangsbasis bildet ein Modell, ein Konzept oder eine Theorie, welche die zentralen Lerninhalte aufzeigt und deren Nutzen für die Praxis erklärt.



2. Stufe: Beispiel

Auf dieser Stufe wird die Wirkungsweise des Konzeptes oder Modells in der Praxis anhand von konkreten Beispielen vereinfacht dargestellt und erläutert.



3. Stufe: Übung

Mit einer Fallübung werden Sie aufgefordert, sich mit dem Gelernten tiefer auseinander zu setzen und selbst Lösungen zu erarbeiten.



4. Stufe: Praxis / Transfer

Auf dieser Stufe leiten Sie real umsetzbare Massnahmen für Ihre berufliche Situation ab.



5. Stufe: Lernkontrolle

Als Abschluss kontrollieren Sie Ihre Lernerfolge mit einem online-basierten Lerntest.

Lernziele & Nutzen

- Sie erhalten einen praxisorientierten Leitfaden zur Entwicklung einer schlüssigen Produktstrategie und deren Umsetzung in eine erfolgreiche Marktpositionierung.
- Sie erfahren, wie Sie den Marketing-Mix für Ihre Produkte wettbewerbsstark entwickeln und einsetzen: Angefangen von der passenden Preisstrategie bis zu den Kommunikationsmassnahmen in den verschiedenen Produktlebenszyklus-Phasen.
- Sie machen sich vertraut mit Methodik und Vorgehen zur Schaffung einer Markenidentität und erhalten praxisorientierte Instrumente und Tools zur Leistungsmessung Ihres Erfolgs.

Teilnehmer

- Produkt Manager/innen
- Brand Manager/innen
- Führungskräfte im Marketing, Marketingkommunikation, Werbung und Vertrieb, die sich auf ihre zukünftige Tätigkeit vorbereiten oder bereits vorhandenes Wissen vertiefen und festigen möchten
- Marketing-Assistenten/innen und Koordinatoren/innen
- Quereinsteiger ins Produkt-Management aus technischen Berufen

ZfU-Faculty: Know-how von Fachexperten

Prof. Dr. Frank Huber



Fachliche Leitung und Autor;
ZfU Associate-Faculty

Lehrauftrag für strategisches Marketing; Dozent und Professor an der Johannes Gutenberg Universität in Mainz. Frank Huber promovierte 1998 an der Universität in Mannheim am Lehrstuhl für Marketing und habilitierte sich 2002 an der Universität in St. Gallen. Partner der 2hm&Associates, Rottweil

Alle Autoren sind anerkannte Experten in ihren Fachgebieten. Sie bringen nebst fundiertem Wissen eigene Praxiserfahrung mit und garantieren dadurch eine hochstehende Qualität.

Qualifizierter Abschluss mit Zertifikat

Nach Abschluss des gesamten Lernprozesses erhalten Sie ein qualifiziertes Zertifikat der ZfU International Business School. Die ZfU gehört seit 30 Jahren zu den führenden Weiterbildungs-Instituten im deutschsprachigen Raum. Basis der Zertifizierung bilden die Lernkontrollen sowie eine persönliche Zusammenfassung der wichtigsten Lerninhalte.

Autorenteam / ZfU-Faculty



Prof. Dr. Frank Huber

Lehrauftrag für strategisches Marketing; Dozent und Professor an der Johannes Gutenberg Universität in Mainz; Partner der 2hm&Associates



Prof. Dr. Andreas Herrmann

Lehrauftrag für Produkt-Management; Professor an der Universität St. Gallen, Leiter Forschungsstelle für Customer Insight, Autor



Prof. Dr. Hermann Diller

Inhaber des Lehrstuhls für Marketing, Universität Erlangen; Präsident Wissenschaftlichen Gesellschaft für Innovatives Marketing, Autor



Tomas Vucurevic

Lehrauftrag für Marken- & Kommunikationsstrategie; Diplom-Betriebswirt; Global Brand Manager Europe, W.L. Gore & Associates GmbH



Klaus-Dieter Koch

Lehrauftrag für Markenführung und Corporate Branding; Unternehmer und Gründer der Firma Brand:Trust, Brand Strategy Consultants, Autor



Leif Steinbrinker

Partner bei 2hm&Associates; Marketingspezialist mit Fokus Produkt- und Marketing-Controlling; langjährige Beratungs- / Projekterfahrung

Lektionen / Inhalte

Lektion 1:

Strategisches Produkt-Management

- Herausforderungen im Produkt-Management verstehen (Produktlebenszyklus-Modell)
- Erkennung von Handlungsoptionen und Kernprozessen
- Herleitung Kunden- & Konkurrenzorientierter strategischer Optionen im Produkt-Management

Lektion 2:

Analyse von Märkten, Kunden & Mitbewerbern

- Grundlegende Methoden der Marktforschung
- Methoden zur Analyse von Märkten & Wettbewerb
- Qualitative & quantitative Prognosen erstellen mittels Szenariotechnik
- SWOT-Analyse durchführen & Massnahmen ableiten

Lektion 3:

Von der Ideengenerierung zum fertigen Produkt

- Ideengenerierung mittels Kreativitäts-Techniken
- Marktbeobachtung & Vorgehen zur Trendermittlung
- Kundenbedürfnisse erkennen & relevante Zielgruppen segmentieren
- Produktentwicklungsprozess aufsetzen & beherrschen

Lektion 4:

Strategien & Tools zur Produktpositionierung

- Instrumente & Tools zur Ermittlung der Positionierung
- Ableitung von Produktpositionierungs-Strategien & Festlegung der Positionierungsrichtung
- Produktposition wirkungsvoll kommunizieren
- Bewertung von Produktpositionierung vornehmen

Lektion 5:

Kosteneffiziente Budgetierung & Produkt-Pricing

- Die wichtigsten Arbeitsschritte zum Produkt-Budget
- Der Pricing-Prozess für neue Produkte
- Kosten-, Wettbewerber- und Nachfrageorientierte Preisfindung: Kalkulationsmethoden / Nutzenrechnung
- Target Pricing, Preisdifferenzierung & Preis-Controlling

Lektion 6:

Integrierte Marketing-Kommunikation

- Ableitung einer wirkungsvollen Kommunikations-Strategie aus den Unternehmenszielen
- Elemente & Vorgehen zur Erstellung eines ganzheitlichen Kommunikationskonzepts
- Kommunikations-Erfolgsmessung & Planoptimierung

Lektion 7:

Markenidentität schaffen & Produktmarken im Portfolio erfolgreich managen

- Identifikation & Definition des Markenstils
- Trends zu Nährböden für den Produkterfolg machen
- Vorgehen zur kompetitiven Markenpositionierung
- Erfolgreiches Markenportfolio-Management

Lektion 8:

Effektives Marketing-Controlling

- Kennzahlen-Cockpit im Produkt-Management
- Strategisches Produkt-Controlling mittels Kunden- & Markenwert-Ansätzen
- Durchführung von Deckungsbeitrags-Rechnungen & Break-Even-Analysen

Organisation / Anmeldung

Professionelle Lernmethodik

Um Ihren Lernerfolg sicherzustellen, werden verschiedene Formen des elektronischen und klassischen Lernens kombiniert (Blended Learning):

- Selbststudium: Lernskript im PDF-Format zur Bearbeitung / als Download
- Online-basierte Lernkontrollen (Performance Monitor)
- Video-basierte Lernsequenzen
- Transfer mit Selbstreflexion und persönlichen "Lessons learned"
- Interaktion und Austausch mit anderen Teilnehmern (fakultativ)

Ihre persönliche Lernplattform **www.myzfu.ch** eröffnet Ihnen einen unabhängigen Zugang auf sämtliche Lernmaterialien.

Start & Ablauf

Für Ihre maximale Flexibilität können Sie den Fernlehrgang jederzeit, bzw. am Anfang jeden Monats starten, erstmals ab Frühjahr 2009. Auf www.myzfu.ch stellen wir Ihnen dann die Lektionen bereit.

In Ihrem Lerntempo und nach Ihren zeitlichen Möglichkeiten können Sie selbstständig an den Themen arbeiten.

Bei einem wöchentlichen Rhythmus dauert ein Lehrgang mit beispielsweise 8 Lektionen minimal 8 Wochen. Wieviel Zeit Sie sich bis zum Abschluss aller Lektionen nehmen, entscheiden Sie jedoch selbst.

Preis inkl. Zertifikat

Standardpreis CHF 2450.–/EUR 1650.–

Weiterbildungs-Credits: Für diesen Fernlehrgang werden bis zu 150 Credits angerechnet.

Annullations: Gemäss AGB (www.zfu.ch/agb)

Abschluss mit Zertifikat oder Testat



Sie entscheiden selbst, ob Sie Ihren Fernlehrgang mit einem Zertifikat oder einem Teilnehmertestat abschliessen möchten:

Testat: Sie erhalten ein Teilnahmetestat, wenn Sie alle Lektionen mit allen Lernkontrollen absolviert haben.

Zertifikat: Sie erhalten ein Zertifikat, wenn Sie nebst den Lernkontrollen zusätzlich Ihre persönlichen Lessons Learned eingereicht haben.

Beratung & Kontakt

Tamara Beyeler

Projektkoordination Fernlehrgänge

Telefon: +41 44 722 85 66

Email: tamara.beyeler@zfu.ch

Anmeldung **Zertifizierter Fernlehrgang: Strategisches Management**

So geht's am schnellsten: **Visitenkarte** anheften und faxen: +41 44 722 85 86

oder via Internet: www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/z19t.htm

- Herr
 Frau Name/Vorname

Firma

Telefon/Fax

E-Mail

Funktion/
Abteilung

Strasse/
Postfach

Dies ist

- Firmenadresse

Land/PLZ/Ort

Startpunkt für meinen Fernlehrgang:

- Start sofort (Ab Frühjahr 2009) oder Datum _____

Z19 11/08 sw