



Berner Fachhochschule
Wirtschaft und Verwaltung

CAS Marketing für KMU

Certificate of Advanced Studies
Informationsbroschüre

Ausgangslage

Über 90% der Schweizer Unternehmen sind kleine oder mittlere Unternehmen (KMU). Der Disziplin Marketing, welche speziell auf die Bedürfnisse von KMU abgestimmt werden muss, kommt eine entsprechend hohe Bedeutung zu. Richtig angewendet und eingesetzt kann professionelles Marketing entscheidend zum Erfolg von kleinen und mittleren Unternehmungen beitragen.

Marketing in einem KMU unterscheidet sich wesentlich vom Marketing eines grossen Unternehmens oder eines internationalen Konzerns. Bei KMU sind finanzielle und personelle Ressourcen in der Regel begrenzt, der Horizont ist viel kurzfristiger und das Marketing akquisitionsorientierter. KMU sind bestrebt, durch kreative Ideen die gleiche Wirkung zu erzielen, wie mit klassischen, meist kostenintensiven, Marketingmassnahmen. Oft werden dabei jedoch einige interne und externe Marketing-Instrumente vernachlässigt, bzw. wenig erfolgsversprechend oder suboptimal eingesetzt.

Um Marketing in einer KMU zu gestalten, benötigt es solide Fachkenntnisse und eine systematische Vorgehensweise. Der professionelle Einsatz von Marketing-Instrumenten lässt sich erlernen und ist in erster Linie nicht eine Frage der verfügbaren finanziellen Ressourcen. Vorhandenes Fachwissen ist ein Garant dafür, dass die zur Verfügung stehenden Ressourcen bestmöglich genutzt werden. Solides Know-how im Bereich Marketing ermöglicht auch KMU ihre Marketingaktivitäten optimal auszurichten und erfolgsversprechend einzusetzen.

Zielsetzung

Der CAS-Studiengang Marketing für KMU vermittelt das nötige Fachwissen, was KMU benötigen, um strategische, operative und taktische Marketingentscheide auf Basis einer soliden Analyse systemisch zu fällen. Der Studiengang zeigt auf, wie die entsprechenden Umsetzungsmassnahmen wirkungsvoll einzusetzen sind und wie dadurch die Unternehmenszielsetzungen erreicht werden können.

Die Studierenden werden Marketing als Teil der ganzheitlichen und integrierten Unternehmensführung wirkungsvoll und erfolgreich in die strategischen Führungsinstrumente ihrer Unternehmung implementieren. Sie werden in der Lage sein, konkrete und für KMU spezifische Marketingmassnahmen entwickeln, umsetzen und kontrollieren zu können.

Zielgruppe

Das CAS Marketing für KMU richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus KMU mit Marketingverantwortung sowie an Neueinsteigende und Nachwuchskräfte, welche sich eine solide Basis für die praktische Marketing-, Verkaufs- und Kommunikationstätigkeit aneignen wollen.

Auch Teilnehmende aus kleineren und mittleren NGOs werden alle nötigen Inhalte vermittelt bekommen, um ihr Marketing zu professionalisieren.

Der Studiengang eignet sich auch explizit für Personen, die eine selbständige Tätigkeit aufnehmen oder eine bereits bestehende Tätigkeit optimieren oder ausweiten wollen.

Konzeption

Der Studiengang zeichnet sich durch seine grosse Anwendungsorientiertheit aus. Das kompakte Fachwissen, was vermittelt wird, lässt sich im betrieblichen Alltag unmittelbar anwenden und einsetzen. So kann bereits nach kurzer Zeit ein entscheidender Mehrwert für das KMU erzielt werden.

Lehr-, Lern- und Arbeitsformen:

- Vorlesungen, Lehrgespräche und interaktiver Erfahrungsaustausch
- Studium von Best-Practice-Beispielen mit Reflexion
- Lerntagebuch (fakultativ)

Diese erwachsenengerechten Unterrichtsformen werden ergänzt durch die Studierendenplattform SharePoint. Sie ermöglicht den Zugriff auf Dokumente, Mitteilungen und Informationen.

Struktur

Der CAS-Studiengang setzt sich aus zehn aufeinander abgestimmten Unterrichtsmodulen zusammen. Das zehnte Modul integriert sämtliche Themen in Form einer wissenschaftlich aufgebauten Transferarbeit.

Die Transferarbeit beinhaltet ein Marketing-Thema aus der eigenen Unternehmung und soll einen möglichst grossen Transfernutzen für den Studierenden und die Unternehmung aufweisen.

Modulinhalte

Modul

Stichworte zu den Inhalten

- | | |
|--|--|
| 1. Grundlagen des Marketings | Definition und Begriffe im Marketing
Strukturierung im KMU Marketing |
| 2. Marktforschung | Marktforschungsmethoden für KMU
Erhebungsmethoden |
| 3. Marktanalyse | Externe und interne Analyse
Diagnose inkl. SWOT-Analyse |
| 4. Strategische Unternehmensführung und Marketingstrategie | Leitbild, Vision, Unternehmensstrategie für KMU, Marketingstrategie inkl. Steuerung der Umsetzung |
| 5. Operative Marketinginstrumente | Externe und interne Marketinginstrumente, (Marketing-Mix und -Infrastruktur) |
| 6. Kundenakquisition und Kundenbindung | Ziele und Möglichkeiten der Kundengewinnung und -bindung bei KMU
Entwicklung und Umsetzung von Akquisitions- und CRM-Instrumenten |
| 7. Recht im Marketing | Wettbewerbs- und Kommunikationsrecht für KMU, Obligationenrecht und Vertragsrecht für KMU |
| 8. Online Marketing, E-Business, E-Commerce, | Anwendungsmöglichkeiten für KMU
Möglichkeiten und Grenzen |
| 9. Marketing-Controlling | Erfassung, Auswertung und Interpretation von Marketingdaten, Umsetzung der Datenauswertung in Massnahmen |
| 10. Vorbereitung Transferarbeit | Präsentationstechniken und Rhetorik
Wissenschaftliches Arbeiten |

Arbeitsaufwand

Der zeitliche Gesamtaufwand für den Studiengang kann in Stunden wie folgt veranschlagt werden:

20 Tage Kontaktstudium à 8h	160
Transferarbeit und Präsentation	80
Vor- und Nachbearbeitung, Selbststudium	120
TOTAL (12 ECTS)	360

Dozierende

Die Dozierenden sind ausgewählte Persönlichkeiten aus dem Marketingbereich mit langjähriger Erfahrung in der Unternehmensberatung. Als Expertinnen und Experten haben sie sich durch ihr erfolgreiches Wirken in namhaften Institutionen, bei Projekten und bei höheren Ausbildungen ausgewiesen.

In alphabetischer Reihenfolge:

Markus Britschgi, eidg. dipl. Marketingleiter
Inhaber Blue eyes marketing gmbh

Roland Fritsche, lic. rer. pol. / eidg. dipl. Marketingleiter
Fritsche-Richner Consulting GmbH

Alexander Hunziker, Dr. oec. publ., Studienleiter EMBA Public
Management an der Berner Fachhochschule und Buchautor

Michael Neuer, eidg. dipl. Betriebsökonom FH
Mitinhaber Neuer Rinderknecht & Partner

Roland Oetterli, eidg. dipl. Marketing- und Kommunikationsleiter
Direktor Zofinger Tagblatt AG

Philippe Probst, Fürsprecher LL.M.Eur.
Partner von Fuhrer Marbach & Partner

Reto Steiner, eidg. dipl. Marketingleiter
Inhaber r / s / t marketing gmbh

Qualifizierung und Kompetenznachweis

Die erfolgreiche Teilnahme am Studiengang setzt den regelmässigen Besuch des Kontaktunterrichts und das Bestehen des Kompetenznachweises voraus. Bei erfolgreichem Abschluss erhalten die Studierenden für die gesamthaft erbrachten Studienleistungen 12 ECTS¹-Punkte, die an andere Weiterbildungsstudiengänge angerechnet werden können.

¹ 1 ECTS-Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand von ca. 30 Stunden.

Zulassung

Hochschulabschluss (Fachhochschule, Universität oder ETH) oder höhere Fachschule und mindestens 2-jährige Praxiserfahrung.

Bewerberinnen und Bewerber, welche nicht über den geforderten Abschluss verfügen, können zugelassen werden, wenn sich die Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt (z.B. langjährige Berufserfahrung und andere absolvierte Aus- und/oder Weiterbildungen).

Wenn Sie Fragen bezüglich Ihrer Abschlüsse und/oder Qualifikationen haben, kontaktieren Sie bitte die Studienkoordination.

Titel und Abschluss

Certificate of Advanced Studies in Marketing für KMU, Berner Fachhochschule

Informationsveranstaltungen

Im Verlauf des Jahres finden verschiedene Informationsveranstaltungen zu unseren Weiterbildungsangeboten statt. Die genauen Daten finden Sie unter www.wirtschaft.bfh.ch/cas.

Individuelle Beratungsgespräche

Während des ganzen Jahres können Sie mit der Studienkoordination einen Termin für ein unverbindliches und kostenloses Beratungsgespräch mit individueller Bedarfsanalyse vereinbaren.

Durchführungsrhythmus und Dauer

Die Gesamtdauer des CAS Marketing für KMU beläuft sich auf sechs Monate. Die Dauer des Kontaktunterrichts beträgt 20 Tage. Der Unterricht findet 14-täglich, immer dienstags und donnerstags am Nachmittag und Abend statt.

Der Studiengang startet jährlich. Informationen zur nächsten Durchführung und die genauen Unterrichtsdaten finden Sie auf unserer Webseite unter www.wirtschaft.bfh.ch/cas.

Anmeldungen

Mittels Anmeldeformular (www.wirtschaft.bfh.ch/cas) bis 3 Wochen vor Unterrichtsbeginn.

Studienort

Berner Fachhochschule, Fachbereich Wirtschaft und Verwaltung,
Bern

Studiengebühr

Die Studiengebühr beläuft sich auf CHF 7'800.- und umfasst die Kursunterlagen (exkl. fakultative Studienliteratur), den Zugang zur Studierendenplattform SharePoint, die Betreuung des Kompetenznachweises sowie die Zertifikatsfeier.

Leitung des Studiengangs

Reto Steiner, eidg. dipl. Marketingleiter, reto.steiner@rstmarketing.ch

Studienkoordination Weiterbildung

Anna Knutti

T +41 31 848 44 73, E-Mail: anna.knutti@bfh.ch

Administration CAS

Priska Gigaud-Peterhans

T + 41 31 848 34 14, E-Mail: priska.gigaud@bfh.ch

Option zum Master of Advanced Studies (MAS)

Es besteht die Möglichkeit, den CAS-Studiengang in den modularen Master of Advanced Studies zu integrieren. Der MAS umfasst insgesamt 60 ECTS-Punkte. Die 12 ECTS-Punkte des CAS Marketing für KMU können vollständig an den modularen MAS angerechnet werden.

Bitte beachten Sie:

Für den Master of Advanced Studies gelten erhöhte Zulassungsbedingungen. Es wird empfohlen, die Zulassung vorgängig durch die Studienkoordination prüfen zu lassen.

Berner Fachhochschule
Fachbereich Wirtschaft und Verwaltung
Morgartenstrasse 2c CH-3000 Bern
Telefon +41 31 848 34 00 Fax +41 31 848 34 01
E-Mail wirtschaft@bfh.ch
www.wirtschaft.bfh.ch