

Product Management

Master of Advanced Studies (MAS)



Building Competence. Crossing Borders.



“

«Das Berufsbild Produktmanager:in ist anspruchsvoll und wird sich aufgrund von neuen Technologien und Marktentwicklungen stark verändern.»

Dr. Helen Vogt, Studienleiterin MAS Product Management

Editorial

Erfolgreiches Produktmanagement bedeutet, Marktleistungen mit hoher Kundenakzeptanz und überdurchschnittlichem Wachstumspotenzial zu entwickeln und langfristig am Markt zu etablieren.

Das Leistungsangebot bildet das Herzstück eines jeden Unternehmens. Aber wieso «flopt» ein Produkt, während ein anderes zum Verkaufsschlager wird? Glück spielt sicher eine Rolle, aber Erfolg kann man sich auch systematisch erarbeiten.

Hier setzt der Studiengang MAS Product Management an: Angelehnt an den Produktlebenszyklus werden die wichtigsten strategischen und operativen Aufgaben des Produktmanagements methodisch und praxisnah vermittelt.

Der Austausch mit Dozierenden aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie mit Teilnehmenden aus verschiedenen Branchen erweitert den Horizont und schafft neue Netzwerke. Der Weiterbildungsmaster MAS Product Management ist eine konsequent auf die Anforderungen der Praxis ausgerichtete weiterführende Fach- und Managementausbildung.

Dr. Helen Vogt

Studienleiterin MAS Product Management

EQUIS

Die ZHAW School of Management and Law (SML) ist seit 2023 vom European Quality Improvement System (EQUIS) akkreditiert. Das Label zählt zu den führenden Systemen zur Bewertung, Verbesserung und Akkreditierung von Business Schools auf internationaler Ebene. EQUIS würdigt hohe Standards in Lehre, Forschung und Weiterbildung.

AACSB

Als erste Business School einer Schweizer Fachhochschule ist die SML seit 2015 von der Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) akkreditiert. Weltweit tragen nur etwa 6 Prozent aller Wirtschaftshochschulen das Gütesiegel der wichtigsten Akkreditierungsinstitution für Business Schools.

FT RANKING

Die SML ist in renommierten Rankings der Wirtschaftszeitung «Financial Times» vertreten. Sie zählt zu den herausragenden europäischen Business Schools. Ausgewählte Weiterbildungsangebote der SML wurden in das «Executive Education Open»-Ranking aufgenommen.





Inhalt

- 5 DAS STUDIUM AUF EINEN BLICK**
- 6 5 GRÜNDE FÜR EINE WEITERBILDUNG AN DER SML**
- 7 WEITERBILDUNG AN DER SML**
- 9 MASTER OF ADVANCED STUDIES**
 - 10 Studium
 - 11 Aufbau
- 13 CERTIFICATES OF ADVANCED STUDIES**
 - 14 CAS Strategisches Marketing
 - 15 CAS Service Design & Innovation
 - 16 CAS Pricing
 - 17 CAS AI im Product Management
 - 18 CAS Marketing Analytics
 - 19 CAS Digital Brand Management
 - 20 CAS Behavioral Insights for Marketing
 - 21 CAS Health Care Marketing
 - 22 CAS Content Marketing
- 24 DOZIERENDE**
- 27 ORGANISATORISCHES**
- 28 WEITERBILDUNGSTEILNEHMENDE**
- 29 INSTITUT FÜR MARKETING MANAGEMENT**
- 30 PRAXISBEZUG**
- 31 ZUKUNFTSORIENTIERT**

Das Studium auf einen Blick

Eckdaten

Titel	Master of Advanced Studies ZHAW in Product Management
Studienbeginn	Zu jedem CAS-Starttermin möglich
Dauer	2,5 bis 5 Jahre, inkl. Masterarbeit
Arbeitsaufwand	60 ECTS-Credits (entspricht 1500 bis 1800 Stunden Arbeitsaufwand)
Unterrichtsort	ZHAW School of Management and Law, Winterthur
Unterrichtszeiten	Jeweils Freitag ganztags und Samstagvormittag, Ausnahmen möglich
Unterrichtssprache	Deutsch, Gastreferate und Unterlagen teilweise in Englisch
Kosten	CHF 31700.– pro Person (sämtliches Kursmaterial ist inbegriffen)

Kompetenzprofil

Das Masterstudium vermittelt die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen, um fundiert strategische Entscheidungen im Produktmanagement treffen zu können.

Kontakt

STUDIENLEITUNG

Dr. Helen Vogt
ZHAW School of Management and Law
Institut für Marketing Management
Theaterstrasse 17
8401 Winterthur
Telefon +41 58 934 66 99
helen.vogt@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

Alle Informationen zum Studium finden Sie auch unter:

>>> www.zhaw.ch/imm/maspdm



5 Gründe für eine Weiterbildung an der SML



PRAXISNAH

Unsere Dozierenden sind akademisch qualifiziert und verfügen über viel Berufserfahrung und ein breites Beziehungsnetz. Im Unterricht werden häufig reale Fallstudien bearbeitet und die Teilnehmenden bringen ihre eigene Erfahrung ein. Unser Programm passen wir im Austausch mit Unternehmen und Organisationen laufend an die Bedürfnisse der Praxis an.



INNOVATIVE DIDAKTIK

Der Unterricht an der ZHAW School of Management and Law (SML) wird laufend weiterentwickelt und um moderne Unterrichtsformen wie Digital Learning erweitert. Die Inhalte sind aufeinander abgestimmt. Die Teilnehmenden wenden erworbenes Wissen direkt an und verknüpfen es laufend.



INDIVIDUELLE BEGLEITUNG

Weiterbildungsinteressierte werden an der SML individuell beraten, um sicherzustellen, dass sie sich für ein Angebot entscheiden, das optimal ihren Vorstellungen und Wünschen entspricht. Dank des vorteilhaften Betreuungsverhältnisses ist während der Weiterbildung eine individuelle Begleitung gewährleistet.



STARKER PARTNER

Die 1968 als Höhere Wirtschafts- und Verwaltungsschule (HWV) gegründete SML zählt zu den führenden Business Schools der Schweiz. Sie bietet ein umfassendes Weiterbildungsangebot sowie international anerkannte Bachelor- und Masterstudiengänge und realisiert innovative Forschungs- und Entwicklungsprojekte.



OPTIMAL VERNETZT

Der Standort Winterthur in unmittelbarer Nähe des Finanz- und Businesshubs Zürich ermöglicht ein hervorragendes Beziehungsnetz und erleichtert durch eine optimale Anbindung ans öffentliche Verkehrsnetz das berufsbegleitende Studieren. Dank unserer Partnerschaften und Alumni-Vereinigungen können die Teilnehmenden ihr Karrierenetzwerk gewinnbringend erweitern.

Weiterbildung an der SML

Unsere international anerkannten Hochschulabschlüsse

Die praxisbezogenen Weiterbildungsmöglichkeiten bringen Sie genau dahin, wo Sie hinwollen – oder weiter.

WEITERBILDUNGSMASTER

«Master of Business Administration» (MBA), «Master of Advanced Studies» (MAS) und «Executive Master» (ExM) sind die höchsten Weiterbildungsdiplome an der ZHAW School of Management and Law. Während der MBA allgemeine Management- und Leadership-Kompetenzen vermittelt, besitzen ExM-Programme einen fachspezifischen Fokus. Umfassende Berufserfahrung wird vorausgesetzt. Die MAS-Programme richten sich an Personen mit einigen Jahren Berufserfahrung, die eine vertiefte und spezialisierte Weiterbildung machen möchten.

DIPLOMA OF ADVANCED STUDIES

Mit dem «Diploma of Advanced Studies» (DAS) eignen Sie sich weitere Kompetenzen für Ihre aktuelle Tätigkeit oder für ein neues Berufsfeld an.

CERTIFICATE OF ADVANCED STUDIES

Mit einem «Certificate of Advanced Studies» (CAS) erwerben Sie zusätzliche Qualifikationen in einem bestimmten Fachbereich. Die Lehrgänge sind modular aufgebaut und können Teil einer DAS- oder MAS-Weiterbildung sein.

WEITERBILDUNGSKURSE

Weiterbildungskurse und -module sind kurze Weiterbildungen, die Ihnen die Möglichkeit bieten, sich fachspezifisches Wissen anzueignen und bestimmte Themen kompakt zu vertiefen.

>>> www.zhaw.ch/sml/weiterbildung

AUFBAU

AUSBILDUNG	MSc Master of Science 90 ECTS-Credits*	WEITERBILDUNG	MBA Master of Business Administration 90 ECTS-Credits
	BSc Bachelor of Science 180 ECTS-Credits		ExM Executive Master in Marketing Leadership 60 ECTS-Credits
	MAS Master of Advanced Studies 60 ECTS-Credits		
	DAS Diploma of Advanced Studies 30 ECTS-Credits		
	CAS Certificate of Advanced Studies 12 ECTS-Credits		

* Credits werden nach dem ECTS-Leistungspunktesystem (European Credit Transfer System) berechnet. Credits schaffen Transparenz im europäischen Bildungsraum durch einheitliche Bewertung von Studienleistungen. Ein ECTS-Credit steht an der ZHAW School of Management and Law für 30 Stunden Arbeitsleistung im Studium (BSc/MSc) und 25 bis 30 Stunden Arbeitsleistung in der Weiterbildung.



”

«Durch den Studiengang konnte ich wertvolles Wissen für meinen beruflichen Alltag gewinnen. Die Vermittlung des praxisbezogenen Fachwissens, der stetige Austausch unter den Studierenden sowie die angeregten Diskussionen mit den Dozierenden waren ein wichtiger Faktor für meine berufliche Weiterentwicklung.»

Maria Keller-Bonomo, Product Manager OTC, Melisana AG

Master of Advanced Studies

Alle Informationen zum MAS Product Management finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/imm/maspdm



Studium

Den Unternehmenserfolg positiv beeinflussen

Verstärken Sie gezielt Ihre Kompetenzen im Produktmanagement und tragen Sie damit zum langfristigen Erfolg Ihres Unternehmens bei.

AUSGANGSLAGE

Schweizer Firmen behaupten sich seit Jahren erfolgreich im nationalen und internationalen Umfeld. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor sind innovative Produkte und Dienstleistungen, die einen hohen Kundennutzen haben und sich klar am Markt differenzieren. Fachpersonen im Product Management sind die treibende Kraft hierfür, ihr Aufgabengebiet wird strategisch immer bedeutender und zunehmend digitalisiert. Sie müssen den langfristigen Erfolg ihres Leistungsangebots gezielt erarbeiten und dieses an die sich ändernden Kundenbedürfnisse anpassen. Produkte müssen nicht nur technisch funktional, sondern insbesondere auf den optimalen Kundennutzen hin gestaltet werden. Die Daten aus allen Phasen des Produktlebenszyklus müssen genutzt werden, um Produkte besser zu machen, effizienter herzustellen und schneller auf den Markt zu bringen sowie neue Services zu entwickeln. Der digitale Wandel ermöglicht neue, datenbasierte Leistungsangebote und Geschäftsmodelle, erhöht aber auch die Komplexität und erweitert das Aufgabengebiet von Fachkräften im Product Management.

LERNZIELE UND NUTZEN

Die Teilnehmenden lernen, ein Erfolg versprechendes Produkt- und Serviceportfolio zu entwickeln, effizient über den ganzen Lebenszyklus zu steuern und langfristig am Markt zu etablieren. Im Studium lernen Sie hierzu die am besten bewährten Methoden kennen und erhalten die notwendigen Kompetenzen, um neue Anforderungen infolge Digitalisierung und anderer Megatrends zu meistern – wissenschaftlich fundiert und gleichzeitig praxisnah.

ZIELPUBLIKUM

Der MAS Product Management richtet sich an Hochschulabsolvent:innen aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und Verkauf, die ihre Karrieremöglichkeiten im Produktmanagement finden. Angesprochen sind auch Betriebswirtschaftler:innen mit Berufserfahrung im Marketing oder Vertrieb. Ebenso profitieren Marketingnachwuchskräfte, Quereinsteiger:innen und -einsteiger (z. B. mit technischem oder naturwissenschaftlichem Hintergrund) sowie Produktmanager:innen, die ihr Fachwissen vertiefen oder erweitern möchten.

METHODIK

Das didaktische Konzept folgt den Grundsätzen der Erwachsenenbildung. Kontaktstudium, Einzel- und Gruppenarbeiten sowie selbstständiges Lernen werden zielgerichtet miteinander verknüpft. Dozierende vermitteln theoretische Konzepte in Form von Referaten und praktischen Anwendungen mit Fallbeispielen. Einzel- und in Gruppen werden vertiefende Übungen absolviert. Mit der Erarbeitung von Case Studies und der Analyse von Best Practices wird aktuelles Wissen praxisnah vermittelt. Die direkten Kontakte im Netzwerk der berufserfahrenen Mitstudierenden vervollständigen das Potenzial zur Vernetzung von Wissen und Erfahrung. Alle erforderlichen Unterlagen werden zur Verfügung gestellt und sind während der Studiendauer auf der elektronischen Lernplattform zugänglich.

Aufbau

Ein flexibles Studium als Wettbewerbsvorteil

Erweitern und vertiefen Sie Ihre Kompetenzen zielgerichtet nach Ihren Bedürfnissen.

KONZEPT

Das Studienprogramm umfasst vier Zertifikatslehrgänge und eine Masterarbeit. Kurse zu wissenschaftlichem Arbeiten und Auftrittskompetenz sowie Veranstaltungen zu Marketingtrends ergänzen Ihre Weiterbildung. Dank seiner modularen Struktur können Sie den Masterstudiengang individuell gestalten. Das Fundament bilden die beiden Pflicht-CAS «Strategisches Marketing» und «Service Design & Innovation». Die anderen beiden CAS können Sie aus den Angeboten der Wahlpflicht-CAS A und B wählen, wodurch Sie das Studium an Ihre individuellen Anforderungen und Vorkenntnisse anpassen können. Ergänzende Weiterbildungen geben Ihnen die Möglichkeit, Ihre Kompetenzen noch mehr zu vertiefen.

Das Studium ist flexibel. Sie können einzelne CAS absolvieren und erst zu einem späteren Zeitpunkt entscheiden, ob Sie die komplette Weiterbildung MAS Product Management absolvieren möchten. Dazu müssen Sie die vier gewählten CAS erfolgreich beenden und eine Masterarbeit schreiben. Insgesamt haben Sie fünf Jahre Zeit, die vier Lehrgänge und die Masterarbeit abzuschliessen.

MASTERARBEIT

Nicht nur Sie selber, auch Ihr Unternehmen profitiert von Ihrem Studium: Sie können Ihre neu erworbenen Fähigkeiten direkt in die Praxis einfließen lassen und neue Problemlösungen wissenschaftlich, aber auch praxisnah entwickeln.

DER MODULARE WEITERBILDUNGS-MAS

Master of Advanced Studies (MAS) 60 ECTS-Credits	MAS Product Management 4 CAS (48 ECTS-Credits) + Masterarbeit (12 ECTS-Credits)	
Masterarbeit 12 ECTS-Credits	Masterarbeit	
Pflicht-CAS je 12 ECTS-Credits	CAS Strategisches Marketing	CAS Service Design & Innovation
Wahlpflicht CAS (max. 2 CAS) je 12 ECTS-Credits	CAS Pricing	CAS AI im Product Management
	CAS Behavioral Insights for Marketing	CAS Marketing Analytics
	CAS Digital Brand Management	CAS Content Marketing
	CAS Circular Economy Marketing	CAS Health Care Marketing
Ergänzende Bausteine	Wissenschaftliches Arbeiten (Pflicht*) Weiterbildungskurs (WBK)	Auftrittskompetenz (Optionaler Mehrwert**) Weiterbildungskurs (WBK)

*Pflicht bei Aufnahme «sur dossier» ** Profitieren Sie vom bewährten WBK Auftrittskompetenz – für MAS-Teilnehmende des IMM kostenfrei



”

«Erfolgreiches Produktmanagement ist anspruchsvoll. Die Disziplinen, Methoden und Kompetenzen, die ich im MAS PDM erlernt und vertieft habe, sind entscheidend, um die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen in meinem beruflichen Alltag bewältigen zu können.»

Patrick Weber, Leiter Product Management, Rotronic Measurement Solutions

Certificates of Advanced Studies

Alle Informationen zum MAS Product Management finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/imm/maspdm



CAS Strategisches Marketing

Strategische Marketinginitiativen erfolgreich gestalten

Dem Marketing kommt als Bindeglied zu den Kund:innen eine zentrale Kontroll- und Steuerungsfunktion für alle unternehmerischen Wertschöpfungsprozesse zu.

AUSGANGSLAGE

Eine konsequent marktorientierte Unternehmensführung stellt die wertschöpfenden Bereiche von Unternehmen, das Produkt- und Kundenmanagement, ins Zentrum. Der Zertifikatslehrgang CAS Strategisches Marketing befasst sich mit den Potenzialen, die sich für Unternehmen aus dem Produkt- und Kundenmanagement ergeben, und definiert vier Kernaufgaben im Marketing.

NUTZEN

Teilnehmende entwickeln ein Verständnis für den zentralen Stellenwert von Produktinnovation und -pflege bzw. Kundenakquisition und -bindung. Die Weiterbildung befähigt die Studierenden, aus der Unternehmensstrategie eine Produkt- bzw. Kundenstrategie zu entwickeln und dabei Werkzeuge wie Kundenverhaltens- oder Kundenpotenzialanalysen einzusetzen. Die Studierenden arbeiten dabei an eigenen Fallstudien aus ihren Unternehmen.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer Fallstudie und einer Literaturarbeit.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Strategischem Marketing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cassm

LEITUNG

Dr. Steffen Müller, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- verstehen Sie, wie durch Produkte bzw. Dienstleistungen und durch Kundenbeziehungen Wert im Unternehmen geschaffen wird;
- kennen Sie die zentralen Theorien, Modelle und Instrumente des Produkt- bzw. Kundenmanagements und können diese in der Praxis anwenden;
- besitzen Sie die Fähigkeit, eine Produkt- bzw. Kundenstrategie selbstständig zu erarbeiten;
- können Sie Kunden- und Leistungspotenziale identifizieren, evaluieren und selektieren;
- kennen Sie die Grundlagen des Kundenverhaltens und entwickeln ein Verständnis für zu den Kund:innen und ihre Bedürfnisse;
- verstehen Sie Wesen, Aufgaben und Methoden der Marktforschung.

CAS Service Design & Innovation

Wie aus neuen Ideen nachhaltige Angebote werden

Nutzerzentriertes Design beruht darauf, die Bedürfnisse und Ziele von Kund:innen genau zu verstehen.

AUSGANGSLAGE

Manche Organisationen streben inkrementelle Innovationen an – andere radikale. In beiden Fällen braucht es dafür die Fähigkeit, systematisch Lösungsansätze zu entwerfen und diese regelmässig mit Nutzer:innen zu testen.

NUTZEN

Im Zertifikatslehrgang CAS Service Design & Innovation lernen Sie die wichtigsten Denk- und Vorgehensweisen zur kundenzentrierten Entwicklung, Gestaltung und Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen kennen. Dies umfasst die Erforschung der Lebenswelt der Nutzer:innen sowie die Herstellung und das Testen von Service-Prototypen. Zudem wird Ihnen auf Organisationsebene vermittelt, wie systematisch Innovationsansätze entdeckt und weiterentwickelt werden können.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Fallstudie inklusive Gruppenpräsentation sowie einer Posterpräsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Service Design & Innovation (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cassdi

LEITUNG

Sandro Graf, Institut für Marketing Management,
ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- können Sie ein konkretes Vorgehen zur Neuentwicklung oder Verbesserung eines Angebots planen;
- wissen Sie, mit welchen Methoden man die Lebenswelt von Kund:innen effektiv und effizient erkundet;
- können Sie den Design-Thinking-Ansatz und dessen Methoden, wie z. B. Customer Journeys oder Service Blueprints, selbstständig anwenden;
- kennen Sie verschiedene Möglichkeiten, wie Organisationen systematisch Innovationsansätze identifizieren und weiterentwickeln können.

CAS Pricing

Preisstrategie als wichtiger Treiber der Profitabilität

Zahlreiche Unternehmen verschenken Gewinnpotenziale, da sie dem Thema zu wenig Aufmerksamkeit widmen und dadurch keinen ihrer Leistung entsprechenden Marktpreis erzielen. Vor diesem Hintergrund rückt die Bestimmung und Durchsetzung optimierter Preise in den Mittelpunkt.

AUSGANGSLAGE

In einer globalisierten Welt reicht es nicht mehr aus, die eigenen Preise mit Wettbewerbern zu vergleichen oder Deckungsbeitragsgrenzen zu definieren. Um die Zahlungsbereitschaft der Kundschaft optimal auszuschöpfen, werden immer anspruchsvollere Strategien und Methoden für die Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung angewendet, mitunter auch dynamisch. Parallel zu dieser Entwicklung steigen Stellenwert und Möglichkeiten eines ganzheitlichen Vertriebs durch die Digitalisierung und die Sättigung vieler Märkte rapide an. Die weiterhin zahlreicher werdenden Kanäle für Absatz und Kommunikation können mit einer immer grösser werdenden Menge an Daten aus dem Kundenbeziehungsmanagement bestmöglich ausgestaltet werden. Die Herausforderungen und Chancen einer konsistenten Preis- und Vertriebsstrategie rechtzeitig zu erkennen und umzusetzen, wird somit zu einer zentralen Kompetenz für jedes Unternehmen.

NUTZEN

Der Zertifikatslehrgang CAS Pricing ist eine praxisorientierte und wissenschaftlich fundierte Fachausbildung für alle, die das Margenpotenzial ihres Unternehmens ausschöpfen und ihre Produkte effektiv und effizient vermarkten wollen.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Einzelarbeit und einer Gruppenpräsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Pricing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/caspris

LEITUNG

Dr. Nina Heim, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie die grundlegenden Zusammenhänge, Mechanismen und Trends hinsichtlich Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung;
- kennen Sie die Möglichkeiten zur Ermittlung der Zahlungsbereitschaft von Kund:innen;
- können Sie Produkt-, Markt- und Kundeninformationen qualitativ und quantitativ analysieren, um diese als Informationsgrundlage in Ihre Preis- und Vertriebsstrategien zu integrieren;
- kennen Sie die Erfolgsfaktoren und Möglichkeiten zur optimalen Ausgestaltung der internen Prozesse und Anreize für zielgerichtetes Preis- und Vertriebsmanagement;
- wissen Sie die relevante Verhaltenstheorie und Psychologie hinter erfolgreichem Verhandlungsmanagement in Ihrem Unternehmen anzuwenden.

CAS AI im Product Management

Erweitern Sie Ihr Know-how

Machen Sie sich und Ihre Produkte fit für die Herausforderungen der Digitalisierung.

AUSGANGSLAGE

In allen Lebensphasen von Produkten und Dienstleistungen werden heute Daten erzeugt. Mit diesen Daten können Kundenbedürfnisse besser verstanden sowie neuer Produktnutzen und letztendlich neue Businessmodelle geschaffen werden. Machine Learning und Artificial Intelligence unterstützen Product Manager schon heute dabei, in grossen Datensätzen strategische Entscheidungsgrundlagen zu identifizieren und Aufgaben des operativen Tagesgeschäfts zu automatisieren. Dieser CAS bringt Sie auf den neusten Stand hinsichtlich Methoden und Technologien des Product Management im Zeitalter von Artificial Intelligence.

NUTZEN

Im CAS AI im Product Management entwickeln Sie ein Verständnis dafür, wie produktbezogene Daten erhoben und genutzt werden können, um neue Services, Ertrags- und Geschäftsmodelle zu definieren.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Einzelarbeit und einer Gruppenarbeit.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in AI im Product Management (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/aijm

LEITUNG

Prof. Dr. Rainer Fuchs, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie das Potenzial von Daten und künstlicher Intelligenz im Kontext von modernem Product Management;
- beherrschen Sie die zur Realisierung wichtigen Methoden und Instrumente;
- können Sie einfache IoT-Kits anwenden, um Smart Connected Products zu pilotieren;
- können Sie in produktbezogenen Daten Muster der Produktnutzung und des Kundenverhaltens identifizieren;
- können Sie Best Practices auf Ihre eigene Situation übertragen, um neue Businessmodelle zu entwickeln;
- können Sie Führung im Unternehmen übernehmen, um für Ihre Produkte IoT und AI-Projekte in der Organisation umzusetzen.

CAS Marketing Analytics

Stützen Sie Ihre Marketingentscheidungen auf Daten

Lernen Sie, geeignete Daten und geeignete Methoden einzusetzen, und steigern Sie Ihren Return on Marketing Investment.

AUSGANGSLAGE

Der Umgang mit und die Analyse von Daten sind zentrale Elemente im Marketing. Die steigende Verfügbarkeit von Daten führt auf der einen Seite zu neuen Erkenntnissen über Kund:innen, Konkurrenten und den Erfolg der eigenen Aktivitäten, auf der anderen Seite erhöht sich durch die Nutzung neuer Technologien auch die Komplexität. Der Wert von Daten im Marketing ist mittlerweile unbestritten. Bei Marketingverantwortlichen ohne technisches Basiswissen bestehen allerdings oft Berührungängste. Zudem hat sich eine ausgedehnte Landschaft von Tools und Servicedienstleistern entwickelt, die es zu bewerten gilt und deren Einsatz zu optimieren ist. Hier setzt der CAS Marketing Analytics an.

NUTZEN

Der CAS Marketing Analytics vermittelt eine holistische Perspektive auf Marketing Analytics, indem die verschiedenen Aspekte von «Data-driven Marketing» vernetzt betrachtet werden. Teilnehmende werden befähigt, Einsatz und Umsetzung von Marketing Analytics in ihren Unternehmen zu analysieren, zu beurteilen, zu implementieren sowie zu koordinieren. Dabei gibt es keinen Branchenfokus.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie mit je einer Präsentation pro Modul.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Marketing Analytics (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cas-marketing-analytics

LEITUNG

Dr. Steffen Müller, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie ein detailliertes Verständnis für die Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren von Marketing Analytics;
- können Sie Marketing-Analytics-Initiativen planen und umsetzen;
- kennen Sie aktuelle Tools und Trends;
- verstehen Sie im Detail, wann Konsument:innen bereit sind, ihre Daten zu teilen, und wie Unternehmen mit diesen Daten umgehen sollten (z. B. DSGVO);
- können Sie grundlegende Methoden anwenden (z. B. Regressionsanalysen);
- kennen Sie den Unterschied zwischen Descriptive, Diagnostic, Predictive und Prescriptive Analytics;
- kennen Sie Use Cases aus allen Bereichen des Marketings (Produkt-, Preis-, Vertriebs- und Kommunikationsmanagement) und wissen, was zu tun ist, um diese im Unternehmen umzusetzen;
- können Sie mit Daten kommunizieren;
- können Sie mit Daten Veränderungen bewirken.

CAS Digital Brand Management

Wie starke Marken Unternehmen erfolgreich machen

In diesem Lehrgang wird Ihr Wissen um strategische Vorgehensweisen erweitert, damit Sie Marken intern sowie extern zum Erfolg führen können.

AUSGANGSLAGE

Für Produkte und Dienstleistungen stehen zwei Strategien zur Auswahl: eine Preisstrategie und eine Differenzierungsstrategie. Die Preisstrategie führt systematisch zu sogenannten «Burn-out-Brands», weshalb Markenführung für gesunde Unternehmen einer zunehmend digitalisierten Welt immer wichtiger wird. Die identitätsbasierte Differenzierungsstrategie verspricht für Unternehmen jeder Grösse und Branche mehr Gesundheit und Wachstum – sowohl im Markt wie auch innerhalb des Teams. Aufstrebende Start-ups vermarkten äusserst erfolgreich den Kern ihrer Markenidentität; etablierte Unternehmen sind im Zugzwang. Mit einer Weiterbildung in Digital Brand Management öffnen Sie Ihren Blick für das, was ein Unternehmen «im Innersten zusammenhält» (nämlich die Marke). Mehr denn je gehört dieses einschlägige Wissen zum relevanten Know-how für erfolgreiches Marketing.

NUTZEN

Der Zertifikatslehrgang Digital Brand Management befasst sich mit den zentralen Aspekten der identitätsorientierten Führung von Unternehmens-, Produkt- und Dienstleistungsmarken.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Prüfung sowie einer Konzeptarbeit inklusive mündlicher Präsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Digital Brand Management (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casbrand

LEITUNG

Anna-Maria Strässner, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- besitzen Sie ein detailliertes Verständnis für das identitätsbasierte Konzept der Markenführung;
- sind Sie fähig, einen ganzheitlich wirksamen Brandingprozess zu erarbeiten;
- können Sie eine Markenstrategie selbstständig erarbeiten;
- kennen Sie die zentralen Konzepte des in-nengerichteten Markenmanagements;
- verstehen Sie Wesen, Aufgaben und Methoden von Brand Citizenship Behavior, Markenwissen und Brand Commitment als verhaltensbezogene und psychografische interne Zielgrössen;
- kennen Sie die Relevanz des eigenen Verhaltens für die Marke und deren Erfolg;
- verstehen Sie, wie Marken in der digitalen Welt wahrgenommen werden;
- kennen Sie die Verfahren, die im Rahmen des Markencontrollings zur Verfügung stehen.

CAS Behavioral Insights for Marketing

Werden Sie Behavioral-Insider:in

Lernen Sie, Ihre Kund:innen besser zu verstehen, und beeinflussen Sie Konsum- und Kaufentscheidungen zu Ihrem Vorteil.

AUSGANGSLAGE

Der CAS Behavioral Insights for Marketing ist einer der ersten Lehrgänge in der Schweiz, der Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie (Behavioral Economics) und der Konsumentenpsychologie verbindet und für praktische Anwendungen im Marketing greifbar macht. Die Verknüpfung von Behavioral Economics und Psychologie bezeichnen wir als Behavioral Insights. Sie erwerben ein umfassendes Verständnis dafür, wie sich Kaufentscheidungen von Konsument:innen erklären, vorhersagen, messen und durch gezielte Marketingmassnahmen beeinflussen lassen. Konsument:innen zeigen in ihren Bewertungen, Urteilen und Entscheidungen in bestimmten Situationen scheinbar irrationale Verhaltensmuster. Um diese Denk- und Verhaltensmuster zu analysieren und zu verstehen, sind geeignete Werkzeuge nötig.

NUTZEN

Mithilfe aktueller Konzepte, Forschungsmethoden und Tools trainieren Sie, solche Muster zu erfassen und aus den Erkenntnissen wirksame Marketing- und Kommunikationsmassnahmen abzuleiten.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis für beide Module erbringen Sie in Form je eines mündlichen Referats (Präsentation).

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Behavioral Insights for Marketing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casbim

LEITUNG

Dr. Kurt A. Ackermann, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie ein umfassendes Verständnis dafür, wie Konsument:innen denken und entscheiden;
- können Sie die praxisbezogenen Grundlagen nutzen, um (irrationales) Konsumentenverhalten zielgerichtet zu analysieren und vorherzusagen;
- kennen Sie die wichtigsten Anwendungen von Behavioral Insights im Marketing;
- können Sie Behavioral Insights auf spezifische Fragestellungen in Ihrem Unternehmen anwenden, um Marketing- und Kommunikationsmassnahmen wirksamer zu gestalten.

CAS Health Care Marketing

Versiert und gut vernetzt im Gesundheitsmarketing

Der CAS Health Care Marketing ist der erste Zertifikatslehrgang in der Schweiz, der Marketing- und Kommunikationskompetenzen gezielt für den Gesundheitsmarkt vermittelt.

AUSGANGSLAGE

Ob Heilmittelgesetz, Datenschutz, Zulassungsverfahren für Neuprodukte oder ethische Fragestellungen – Marketing im Gesundheitswesen ist hochkomplex.

NUTZEN

Der CAS Health Care Marketing vermittelt gezielt branchenspezifische Marketing- und Kommunikationskompetenzen. Der Lehrgang berücksichtigt dabei die Komplexität der Akteure und Strukturen, den stark regulierten Markt und die Eigenheiten der Kund:innen im Gesundheitswesen. Zudem profitieren die Teilnehmenden davon, ihren Horizont in interdisziplinären Teams aus dem Spital-/Praxis- und dem Industriebereich zu erweitern.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Prüfung und einer Fallstudie.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Health Care Marketing (12 ECTS-Credits). Der CAS ist zudem Bestandteil des «MAS Health Care & Marketing», der in Kooperation mit dem Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie (WIG) der ZHAW School of Management and Law durchgeführt wird.

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cashm

LEITUNG

Dr. Jens Haarmann, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Lernziele



Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie einen systematischen Überblick über die Akteure, die regulatorischen Rahmenbedingungen und die Vergütungssysteme des Schweizer Gesundheitsmarktes;
- haben Sie gelernt, die Stakeholder in Ihrem Marktsegment zu identifizieren und einen Kommunikations-/CRM-Plan zu entwickeln;
- kennen Sie die branchenspezifischen juristischen Anforderungen für Marketing, Werbung und PR;
- haben Sie Tools angewendet, mit denen Sie die medizinischen und emotionalen Bedürfnisse Ihrer Patient:innen bzw. Kund:innen analysieren können;
- kennen Sie Best-Practice-Methoden für die Entwicklung und Lancierung neuer medizinischer Dienstleistungen/Produkte;
- sind Sie informiert über internationale Trends (z.B. Digital Health Marketing, Medizintourismus und Zuweisermanagement).

CAS Content Marketing

Content is King

Relevanter Content und gutes Storytelling als Voraussetzungen für einen erfolgreichen Kundendialog.

AUSGANGSLAGE

Content Marketing stellt eine der vertrauenswürdigsten und authentischsten Formen dar, wie Marken, Organisationen und Unternehmen mit ihren Kund:innen interagieren können. Anstelle von klassischer Produktwerbung stehen hochwertige, zielgruppenrelevante Inhalte im Zentrum. Die informierende, unterhaltende und beratende Vermittlung von Inhalten mit einem deutlichen Mehrwert für klar bestimmte Zielgruppen hat sich in den letzten zehn Jahren zu einem weitverbreiteten Marketingansatz entwickelt.

NUTZEN

Der CAS Content Marketing vermittelt das notwendige theoretische Wissen und praktische Rüstzeug, um einen Content-Marketing-Prozess von der Analyse über Planung und Umsetzung bis zur Kontrolle erfolgreich zu gestalten. Die Teilnehmenden werden befähigt, Content in verschiedenen Formaten zu produzieren und mediengerecht zu publizieren sowie die dafür notwendigen Voraussetzungen im Unternehmen zu schaffen.

LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis ist als Präsentation sowie in Form eines Content-Portfolios zu erbringen.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Content Marketing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cascontent

LEITUNG

Valerio Stallone, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie die verschiedenen Anwendungsfelder und Zielsetzungen von Content Marketing;
- können Sie einen Content-Audit durchführen;
- sind Sie in der Lage, eine Content-Marketing-Strategie zu erarbeiten;
- können Sie geeignete Themen identifizieren und daraus funktionierende Storys entwickeln;
- können Sie Content für unterschiedliche Kanäle und Formate erstellen und kuratieren;
- können Sie Storys auf unterschiedlichen Kanälen überzeugend erzählen;
- sind Sie in der Lage, neue Erkenntnisse zu Konzeption und Umsetzung von Content Marketing für die eigene Arbeit nutzbar zu machen.

”

«Das Product Management muss den Innovationsprozess auslösen und aktiv begleiten. Entscheidend für den Markterfolg von Innovationen ist es, für die Kund:innen einen Mehrnutzen zu schaffen.»

Dr. Suk-Woo Ha, CEO, Promedical AG



Dozierende

MATTHIAS EHRAT 1

Dr., Dozent und Projektleiter
Telefon +41 58 934 66 31
matthias.ehrat@zhaw.ch

RAINER FUCHS 2

Prof. Dr., Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Product
Management
Telefon +41 58 934 70 56
rainer.fuchs@zhaw.ch

SANDRO GRAF 3

Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Customer
Experience & Service Design
Telefon +41 58 934 66 36
sandro.graf@zhaw.ch

JENS HAARMANN 4

Dr., Dozent für Marketing
Telefon +41 58 934 61 52
jens.haarmann@zhaw.ch

FRANK HANNICH 5

Prof. Dr., Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Customer
Management & E-Commerce
Telefon +41 58 934 68 65
frank.hannich@zhaw.ch

NINA HEIM 6

Dr., Dozentin für Marketing
Telefon +41 58 934 68 66
nina.heim@zhaw.ch

MANUEL HOLLER 7

Dr., Dozent für Digital Innovation
Telefon +41 58 934 70 60
manuel.holler@zhaw.ch

MICHAEL KLAAS 8

Dr., Dozent für Digital Marketing,
Leiter Fachstelle Digital Marketing &
Marketing Technology
Telefon +41 58 934 66 07
michael.klaas@zhaw.ch

STEFFEN MÜLLER 9

Prof. Dr., Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Behavioral
Insights & Pricing
Telefon +41 58 934 79 24
steffen.mueller@zhaw.ch

BRIAN RÜEGER 10

Prof. Dr., Dozent für Marketing,
Leiter Institut für Marketing
Management
Telefon +41 58 934 68 75
brian.rueeger@zhaw.ch

VALERIO STALLONE 11

Studienleitung CAS Content Marketing
+41 58 934 41 31
valerio.stallone@zhaw.ch

ANNA-MARIA STRÄSSNER 12

Studienleitung CAS Digital
Brand Management
Telefon +41 58 934 40 63
anne-maria.straessner@zhaw.ch

HELEN VOGT 13

Dr., Dozentin für Product Management
und Marketing, Studienleiterin
MAS Product Management
Telefon +41 58 934 66 99
helen.vogt@zhaw.ch

WEITERE DOZIERENDE

Zu den externen Dozierenden, die
regelmässig in unseren Lehrgängen
unterrichten, gehören u. a.:

- **Markus Beinert**, Prof. Dr.,
Hochschule Weihenstephan-
Triesdorf
- **Marc Blume**, Ginetta
- **Michael Bullinger**, Gründer,
Bullinger – Institut für Verhandlungs-
prozesse
- **Anja Gähwiler**, Stimmt AG
- **Jean-Philippe Hagmann**,
Radical Innovation
- **Andreas Lucco**, Dr., Dozent
für Marketing HSLU
- **Tiia Mäkinen**, Managing
Partner, Musta Experience
- **Fabian Olivier**, CTW AG
- **Sebastian Plau**,
DMG Mori Academy
- **Sabrina Scheidler**, Prof. Dr.,
FH Dortmund
- **Florian Siems**, Prof. Dr.,
Technische Universität Dresden
- **Christina Taylor**, scenario C
- **Heiko Visarius**, Dr.,
Visartis Healthcare GmbH
- **Judith Wimmer**,
so und anders GmbH





”

«Die wissenschaftlichen Inhalte des MAS PDM ergänzen meine beruflichen Product-Management-Erfahrungen ideal. Die Dozierenden verfügen über einen umfassenden Erfahrungsschatz und legen damit die Basis für einen wertvollen Austausch unter den Kommiliton:innen.»

Marcel Hämmerli, Produktmanager, AXA Winterthur AG

Organisatorisches

Melden Sie sich jetzt an

Die Studienplätze werden nach der Reihenfolge des Eingangs der vollständigen Anmeldeunterlagen vergeben.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolvent:innen 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 Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt: >>> www.zhaw.ch/imm/maspdm

DATEN

Die Kursdaten der jeweiligen CAS sind online publiziert: >>> www.zhaw.ch/imm/weiterbildung

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiengangs werden 60 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Studiengang entspricht dies 1500 bis 1800 Stunden.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur oder online statt. Details zum Unterrichtsformat finden Sie auf den jeweiligen Programm-Webseiten. Details zum Campus: >>> www.zhaw.ch/sml/campus

DAUER

Der Masterstudiengang besteht aus vier Unterrichtssemestern und einem Semester für das Verfassen der Masterarbeit (Diplomsemester). Die Studiendauer beträgt zweieinhalb bis fünf Jahre, inklusive Masterarbeit. Der Einstieg ins Studium ist zu jedem CAS-Starttermin möglich.

UNTERRICHTSZEITEN

Der Unterricht findet in der Regel im 14-Tage-Rhythmus jeweils freitags und samstags statt.

UNTERRICHTSSPRACHE

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

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflicht von mindestens 80 Prozent verleiht die ZHAW School of Management and Law den Titel «Master of Advanced Studies ZHAW in Product Management».

KOSTEN

Die Studiengebühr für den MAS Product Management beträgt insgesamt CHF 31 700.–. Die Kosten setzen sich aus denjenigen für die Zertifikatslehrgänge (CHF 8340.– pro CAS) und das Diplomsemester (CHF 1800.–) sowie dem MAS-Rabatt (CHF 3460.–) zusammen. Der MAS-Rabatt wird gewährt, sofern alle vier CAS am Institut für Marketing Management absolviert wurden.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

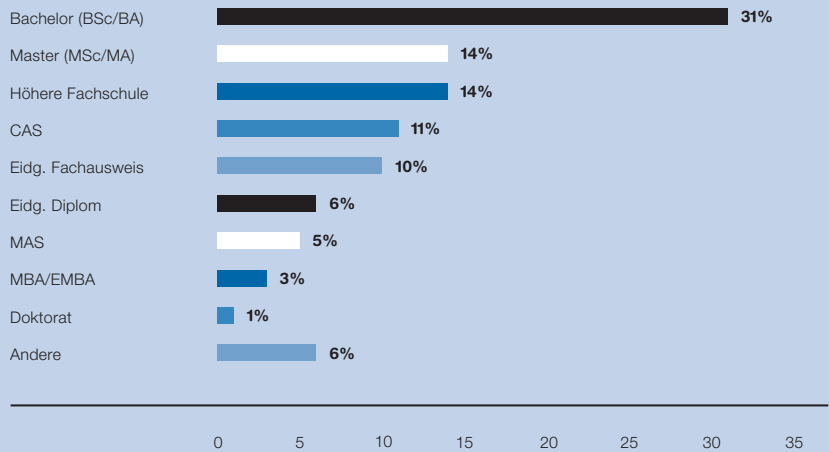
Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der ZHAW School of Management and Law finden Sie unter: >>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Weiterbildungsteilnehmende

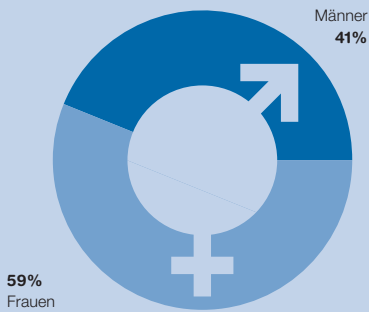
Wer bei uns studiert



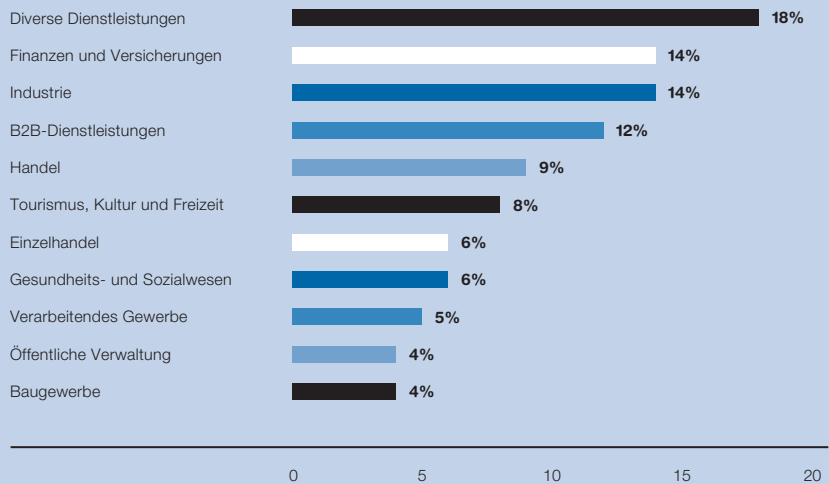
HÖCHSTER BILDUNGSABSCHLUSS



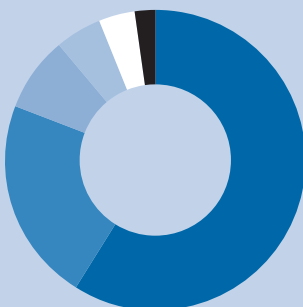
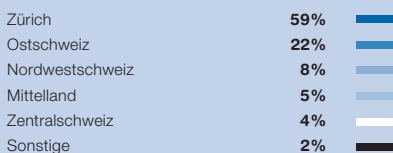
GESCHLECHT



BRANCHE



REGION



FACHRICHTUNG ERSTAUSBILDUNG



Institut für Marketing Management

Über uns

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, AI in Marketing & Communication, 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 Netzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem MAS Marketing Management bietet das IMM noch 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

Info-Apéro



Bei unseren Informationsveranstaltungen haben Sie die Möglichkeit, sich unverbindlich über das Weiterbildungsangebot des Instituts für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law zu informieren. Beim anschliessenden Apéro besteht die Gelegenheit, mit den Kursleiter:innen ins Gespräch zu kommen und Fragen zu diskutieren. Melden Sie sich gleich für den Info-Apéro an. Details und Daten:

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

IMM-Kanäle

>>> blog.zhaw.ch/marketingmanagement

>>> www.facebook.com/zhaw.imm/

>>> twitter.com/imm_zhaw

Praxisbezug

Bilden Sie sich praxisnah und berufsbegleitend weiter

An der ZHAW School of Management and Law (SML) wird Praxisorientierung gelebt. Das gilt für die Leistungsbereiche Forschung und Beratung, aber auch für die Studien- und Weiterbildungsangebote, die konsequent auf die Anforderungen der Praxis ausgerichtet sind.

> 180

Weiterbildungs-
angebote

BUILDING COMPETENCE. CROSSING BORDERS.

Als Teil einer Fachhochschule ist die SML der angewandten Forschung verpflichtet. Die Bedürfnisse der Praxis bestimmen die Zielrichtung. Getreu unserem Leitsatz «Building Competence. Crossing Borders.» bündeln wir nicht nur unser eigenes Know-how, sondern überschreiten auch geografische und fachliche Grenzen, wenn es der Auftrag erfordert. Dabei greifen wir auf die Kompetenzen anderer Departemente der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), unserer Praxispartner sowie unserer über 190 Partnerhochschulen weltweit zurück.

> 4000

Weiterbildungsteilnehmende
jährlich

HOHE PRAXISRELEVANZ

Die in der Forschung gewonnenen Erkenntnisse zeichnen sich durch hohe Praxisrelevanz aus und sind rasch umsetzbar. Sie fließen konsequent in unsere Lehr- und Beratungstätigkeiten mit ein. Dies erlaubt es den Dozierenden, reale Praxisfälle im Unterricht zu behandeln und interessante Aufgabenstellungen abzuleiten. So können die Teilnehmenden unserer Weiterbildungen realistische Fallbeispiele unter Anwendung der erlernten Theorien bearbeiten. Oft lassen sich die so gewonnenen Erkenntnisse auch im eigenen Unternehmen umsetzen.

> 200

Praxisprojekte
in den letzten 5 Jahren

FACHERFAHRUNG UND BEZIEHUNGSNETZ

Um alle Leistungsbereiche bedienen zu können, legt die SML bei der Rekrutierung der Dozierenden neben der akademischen Laufbahn grossen Wert auf langjährige Fach- und Führungserfahrung. Das breite Beziehungsnetz, das die Dozierenden mitbringen, kommt auch Teilnehmenden in der Weiterbildung zugute. Zudem werden zu unseren Weiterbildungen nur Personen zugelassen, welche die jeweils nötigen beruflichen und persönlichen Qualifikationen mitbringen. Damit ist ein Erfahrungsaustausch auf hohem Niveau garantiert und die Teilnehmenden profitieren auch gegenseitig von ihrem Know-how.

Zukunftsorientiert

Erfolgreich auf dem Arbeitsmarkt

Mit Ihrer erweiterten Fachkompetenz profitieren Sie von besseren Karrierechancen. Mehr noch: Sie vergrössern kontinuierlich Ihr Netzwerk, freuen sich an Ihrer beruflichen Weiterentwicklung und lernen die vielen Vorteile des lebenslangen Lernens kennen.



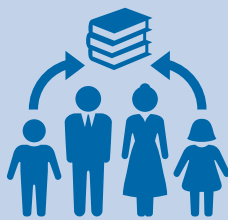
**Netzwerk
ausbauen**



**Perspektive auf
bessere Karrierechancen**



**Berufliche
Weiterentwicklung**



**Lebenslanges
Lernen**



**Verbesserte Chancen
auf dem Arbeitsmarkt**



**Erweiterte
Fachkompetenz**



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities