

EIDG. DIPL. VERKAUFSLEITER EIDG. DIPL. MARKETINGLEITER

Inhaltsverzeichnis

Das SMI	2
Verkaufsleiter/-in mit eidg. Diplom	3
Marketingleiter/-in mit eidg. Diplom	6
Basis Intensivkurs Rechnungswesen	8
Wissenswertes	9

Die neue Bildungslandschaft

Seit 16 Jahren bildet das SMI Fachleute im Bereich Marketing und Verkauf aus. Als zuverlässiger Partner begleiten wir Sie von Beginn an bei Ihrer Laufbahnplanung und beraten Sie kompetent in Ihren Weiterbildungsmöglichkeiten. Studierende am SMI profitieren vom grossen Fachwissen und dem praxisbezogenen Unterricht unserer Dozenten und sind damit bestens gerüstet, die erlernten Fähigkeiten in der täglichen Arbeit einzusetzen. Die persönliche und individuelle Betreuung durch unser Team schafft eine angenehme und entspannte Lernatmosphäre. Zielorientiert bereiten wir Sie auf die gewählte Prüfung vor und freuen uns mit Ihnen über Ihre Erfolge.

Die folgende Grafik legt die vielfältigen Ausbildungswege dar:



Zählen Sie bei Ihrer Karriereplanung in Marketing und Verkauf auf das SMI als Ihr kompetenter und fachkundiger Bildungspartner. Wir freuen uns darauf, mit Ihnen Ihre Zukunft zu gestalten!

Eidg. dipl. Verkaufsleiter/-in

Der/die Verkaufsleiter/-in zeichnet verantwortlich für verschiedene absatzorientierte Funktionen, von der Grosskundenbetreuung bis zur Leitung von ganzen Absatzorganisationen. Das Aufgabengebiet umfasst die Konzipierung, Planung und Führung der Verkaufs- und Vertriebsorganisation. Für die Umsetzung der gewählten Strategie steuert und koordiniert er/sie die ausführenden Bereiche wie z.B. Aussendienst, Innendienst und Logistik.

Prüfungszulassung

Prüfungszulassung kann vom Institut abgeklärt werden.

Lernbereiche und –inhalte

Basiswissen:

Führung und Organisation

Führungsstile, -techniken und -instrumente, Mitarbeitermotivation, Teamführung und Mobbing, Lohn- und Anreizsysteme, Anforderungsprofile und Stellenbeschreibungen, Personalrekrutierung

Unternehmensrechnung

Finanzielles und betriebliches Rechnungswesen, Rechnungslegungsstandards, Analyse und Interpretation von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Ziele und Prinzipien der Konzernrechnung, Geldflussrechnung, Finanzierungs-, Investitions-, Liquiditäts- und Deckungskennzahlen

Marketing: Grundlagen, Strategie

Marketinganalyse und -planung, Umsetzung von strategischen und operativen Entscheiden, Wirkungs- und Kostenkontrolle, Marketingkontrolle und -audits, Marktforschung, Konsumgüter-, Industriegüter- und Dienstleistungsmarketing

Recht und Volkswirtschaftslehre

Obligationen, Einzelverträge, kaufmännisches Hilfsgewerbe, Gesellschaftsrecht, Immaterialgüterrecht, kommerzielles Kommunikationsrecht, Angebot und Nachfrage, Marktformen und Marktwirtschaft, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Konjunktur, Wirtschafts- und Geldpolitik, Inflation und Zinsen, Rolle des Staates, Aussenwirtschaft, internationale Wettbewerbsfähigkeit

Vertiefungswissen

Verkaufsplanung, Distribution und Vertriebsmanagement Integrierte Verkaufs- und Distributionskonzepte und Distributionsprozesse, Exportkonzepte, übergeordnete Strategien (Businesspläne, Unternehmensstrategien), Verkaufsanalysen, strategisches Verkaufskonzept, operative Verkaufsplanung, Key Account Management, Kundenbindung

Verkaufsinformation und Vertriebscontrolling

Verkaufs- und Distributionscontrolling, Frühwarnsysteme, Entwicklung und Einsatz von Management- und Verkaufs-Informationen-Systemen, Erfolgs- und Potenzialanalysen, Zusammenarbeit mit dem Vertriebscontrolling

Verkaufsführung

Schulungskonzepte, Einsatz von internen oder externen Referenten bzw. Beratern, Prozessorganisation, Projektmanagement

Marketing und Instrumente

Internationales Marketing, Markenpolitik und Markenführung, Preis- und Konditionensysteme, Zusatzleistungen, Kommunikations-Mix, neue Medien, e-Commerce, integrierte Kommunikation

Prüfungsfächer**Schriftliche Prüfung**

Führung und Organisation	4 Std.
Unternehmensrechnung	2 Std.
Verkaufsplanung, Distribution und Vertriebsmanagement	4 Std.
Marketing und Instrumente	4 Std.
Verkaufsinformation und Vertriebscontrolling	4 Std.

Mündliche Prüfung

Marketing: Grundlagen und Strategie	0.5 Std.
Recht	0.5 Std.
Volkswirtschaftslehre	0.5 Std.
Verkaufsführung	0.5 Std.

Termine

Dauer: 12 Monate

Abendstudium: Dienstag und Donnerstag, 18.30 - 21.30 Uhr

Tagesstudium: Samstag, 08.15 – 15.15 Uhr

Anmeldeschluss: Mai 2016

Kursbeginn: 7. Juni 2016 (Abendklasse) / 11. Juni 2016 (Tagesklasse)

Prüfung: schriftlich August 2017 / mündlich Oktober 2017

Kosten

Diplomlehrgang inkl. Lehrmittel, Unterrichtsunterlagen und Echtfallstudien von Prüfungen	CHF	11'680.00*
2 Tage Intensivrepertorium zur Prüfungsvorbereitung und 3 Tage interne Prüfungen (schriftlich und mündlich)	CHF	1'850.00
Zusätzliche Fallstudien-Korrektur (fakultativ), pro Fallstudie	CHF	50.00
Eidg. Prüfungsgebühren	CHF	3'000.00

*auch in 16 Raten à CHF 730.00 möglich

Eidg. dipl. Marketingleiter/-in

Der/die Marketingleiter/-in einer Unternehmung ist verantwortlich für Marketing und Vertrieb. Im Zentrum der Aufgaben steht die Entwicklung der Marketingstrategie der Unternehmung (oder Teile davon). Für die Umsetzung der gewählten Strategie steuert und koordiniert er/sie ausführende Unternehmensbereiche wie z.B. Verkauf, Marketingkommunikation, Logistik und Produktentwicklung.

Prüfungszulassung

Prüfungszulassung kann vom Institut abgeklärt werden.

Lernbereiche und -inhalte

Basiswissen:

Führung und Organisation

Führungsstile, -techniken und -instrumente, Mitarbeitermotivation, Lohn- und Anreizsysteme, Anforderungsprofile und Stellenbeschreibungen, Personalrekrutierung, Schulungskonzepte, Prozessorganisation, Projektmanagement

Unternehmensrechnung

Finanzielles und betriebliches Rechnungswesen, Rechnungslegungsstandards, Analyse und Interpretation von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Ziele und Prinzipien der Konzernrechnung, Geldflussrechnung, Finanzierungs-, Investitions-, Liquiditäts- und Deckungskennzahlen, Investitionsrechnung

Recht und Volkswirtschaftslehre

Obligationen, Einzelverträge, kaufmännisches Hilfsgewerbe, Gesellschaftsrecht, Immaterialgüterrecht, kommerzielles Kommunikationsrecht, Angebot und Nachfrage, Marktformen und Marktwirtschaft, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Konjunktur, Wirtschafts- und Geldpolitik, Inflation und Zinsen, Rolle des Staates, Aussenwirtschaft, internationale Wettbewerbsfähigkeit

Marketing Grundlagen & Strategie

Marketinganalyse, -planung und -strategie, Erfolgspotenziale, Wirkungs- und Kostenkontrolle, Marketingkontrolle und Marketingaudits, Marktforschung, Konsumgüter-, Industriegüter- und Dienstleistungsmarketing

Vertiefungswissen:

Strategisches Management

Aufgaben, Erklärungsmodelle, Marktpositionen, Wettbewerbsvorteile, Unternehmensstrategien, strategische Analyse, Planung, Kontrolle und Umsetzung, Geschäftsfelder, Geschäftsbereiche, Umsetzungsprogramme, Unternehmenskultur, Strategieimplementierung

Marktforschung und Informationsmanagement

Grundlagen der Marktforschung, Erhebungsarten, Fragetechniken, Sonderformen der Marktforschungsinstrumente, Management-Informationssysteme, Marketing-Informationssysteme, Gestaltung und Anwendung von Systemen und Instrumenten des Informationsmanagement

Operatives Marketing

Operative Marketingkonzepte und -pläne, Key Account Management, CRM, Budgetierung und Kontrolle

Strategisches Marketing

Internationales Marketing, Markenpolitik und Markenführung

Prüfungsfächer**Schriftliche Prüfung**

Führung und Organisation	4 Std.
Unternehmensrechnung	2 Std.
Marktforschung und Informationsmanagement	4 Std.
Operatives Marketing	4 Std.
Strategisches Marketing	4 Std.

Mündliche Prüfung

Marketing: Grundlagen und Strategie	0.5 Std.
Recht	0.5 Std.
Volkswirtschaftslehre	0.5 Std.
Strategisches Management	0.5 Std.

Termine

Dauer: 12 Monate

Tag: Samstag, 08.15 – 15.15 Uhr

Anmeldeschluss: Mai 2016

Kursbeginn: 11. Juni 2016

Prüfung: schriftlich August 2017 / mündlich Oktober 2017

Kosten

Diplomlehrgang inkl. Lehrmittel, relevante Begleitliteratur, programmierbarer Business-Rechner, E-Learning Volkswirtschaftslehre, Transferaufgaben mit Themenführerschaft, Case Study aus der Praxis und Echtfallstudien von Prüfungen
CHF 13'980.00*

2 Tage Intensivrepetitorium zur Prüfungsvorbereitung und
3 Tage interne Prüfungen (schriftlich und mündlich) CHF 1'850.00

Zusätzliche Fallstudien-Korrektur (fakultativ), pro Fallstudie CHF 50.00

Eidg. Prüfungsgebühren CHF 3'200.00

*auch in 15 Raten à CHF 932.00 möglich

Basis Intensivkurs Rechnungswesen

Je nach Vorbildung wird ein Auffrischen oder Erarbeiten der Grundlagen des Rechnungswesens empfohlen. Der SMI Vorkurs Rechnungswesen bietet eine gute Möglichkeit zur Repetition dieser Basics.

Ausbildungsziele

Sie erwerben die erforderlichen Kenntnisse, damit Sie im Bereich Rechnungswesen kompetent mitreden können. Sie sind zudem in der Lage, an einer Finanz- und Betriebsbuchhaltung einfacherer Verhältnisse mitzuarbeiten. Insbesondere erwerben Sie auch Kenntnisse der Voll- und Teilkalkulationen als Basis des entscheidungsorientierten Rechnungswesens.

Programm

Finanzbuchhaltung

Repetition Bilanz und Erfolgsrechnung, Aufwand- und Ertragskonti, doppelter Gewinnnachweis, Abschreibungsmethoden, Bilanzgliederung, zwei- / dreistufige Erfolgsrechnung, Bewertungsprinzipien, zeitliche Abgrenzungen, stille Reserven, Rückstellungen

Kalkulation

Einkaufs- und Verkaufskalkulation, Warenverkehr, Bestandeskorrekturen

Bilanzanalyse

Vermögensaufbau, Kapitalaufbau, Liquidität, Deckungsgrade, Kennzahlen für ausgewählte Branchen

Ausbildungsdauer - Unterrichtszeiten

Der Intensivunterricht findet während zwei Monaten statt. Für die genauen Daten verlangen Sie bitte die separate Broschüre oder schauen Sie auf unserer Website nach: www.smi-weiterbildung.ch

Kosten

Unterrichtslektionen, inklusive Lehrmittel und Unterrichtsunterlagen

CHF 980.00*

*auch in 2 Raten à CHF 490.00 möglich

Eidgenössische Abschlüsse im europäischen Vergleich

Europa-Zertifikate im Vergleich

EQF-Niveau	Eidg. Abschluss	EMC-Zertifikat
7 (Master)	Eidg. dipl. Marketingleiter/in	Marketing Direktor
6 (Bachelor)	Eidg. dipl. Verkaufsleiter/in	Sales Direktor
6 (Bachelor)	Dipl. Marketingmanager/in HF*	Marketing Manager
4	Marketingfachleute mit eidg. FA Verkaufsfachleute mit eidg. FA	Junior Marketing Manager Junior Sales Manager

Preisverbindlichkeit

Alle Preise Stand 2016. Änderungen vorbehalten.

Treue-Ermässigung

Wenn Sie am SMI bereits eine Ausbildung besucht haben, erhalten Sie auf den Kurskosten der neuen Buchung 4.0 % Treue-Ermässigung.

Zahlungskonditionen

Ermässigungen sind nicht kumulierbar und gelten nicht auf speziellen Veranstaltungen wie Repetitorien, Prüfungen und Zusatzmodulen.

Vertragsbedingungen

Für die Vertrags- und Kündigungsbedingungen wird auf das Anmeldeformular für SMI-Ausbildungen verwiesen.

Dozierende

Am SMI unterrichten ausschliesslich Dozierende, die über umfassende Praxiserfahrung verfügen. Viele von ihnen haben Expertenerfahrung an eidgenössischen Prüfungen. Sie unterrichten interessant, abwechslungsreich, spannend und mit nachhaltiger Wirkung.

Lehrmittel

Am SMI arbeiten die Studierenden mit ausgewählter Fachliteratur und unterrichtsspezifischen Handouts. Zum Teil stehen die Unterlagen auch in elektronischer Form im SMI-Extranet zur Verfügung.

Anreise

Bus Nr. 10 ab Hauptbahnhof Bern Richtung Köniz/Schliern bis Haltestelle Brühlplatz (Sie steigen direkt vor dem SMI-Gebäude aus dem Bus). Wenn Sie mit dem Auto anreisen, nehmen Sie die Autobahnausfahrt Bern-Bümpliz, Richtung Köniz. Das Parkieren rund ums SMI ist mit Vorbehalten zu gewissen Zeiten möglich. Informieren Sie sich diesbezüglich bei uns.

Lassen Sie sich beraten

Es geht um einen wichtigen beruflichen Meilenstein. Lassen Sie sich deshalb vorgängig unverbindlich beraten und klären Sie dabei zentrale Fragen wie: Ist es die richtige Aus-/Weiterbildung für mich? Warum ist das SMI der richtige Partner? Welche Vorbereitung ist sinnvoll? Werde ich zu den eidgenössischen Prüfungen zugelassen?