
DIM

Deutsches Institut für Marketing

Zertifikatslehrgang

MARKETINGMANAGER (DIM)

- S.2 Vorwort
- S.3 Marketingmanager
- S.4 Die Grundlagenseminare
- S.6 Die Wahlmodule
- S.8 Die Marketingwerkstatt
- S.10 Zielgruppen
- S.12 Ihr Nutzen
- S.14 Das Kompetenzteam
- S.16 Das DIM
- S.17 Kontakt
- S.18 Termine / Anmeldung



Prof. Dr. Michael Bernecker
Geschäftsführer des
Deutschen Instituts für Marketing in Köln

Vorwort

Gehen Sie Ihren Weg.

Die Diskussion um die Arbeitsbelastung im Bereich Marketing nimmt in letzter Zeit weiter zu. Getrieben von internen Anforderungen wie der zunehmenden Controllingpflicht oder externen Entwicklungen wie der Social Media Umwelt weitet sich der Handlungsbereich der Marketingverantwortlichen stetig aus.

Fakt ist: Marketing ist eine der anspruchsvollsten und schnelllebigsten Disziplinen der Businesswelt.

Und das ist gut so.

Denn die Arbeit im Marketing ist zweifelsohne eine der spannendsten Aufgabe, die sich in der Arbeitswelt bietet. Vor allem Führungskräfte im Marketing erleben einen äußerst abwechslungsreichen Alltag.

Die Herausforderung dabei besteht darin, den Überblick zu behalten sowie klar definierte Ziele zu setzen und diese mit geeigneten Strategien zu verfolgen.

Hier setzt unser Zertifikatslehrgang Marketingmanager (DIM) an. Wir möchten Ihnen das Rüstzeug bieten, um im Arbeitsalltag zu bestehen. Lernen Sie *die richtigen Dinge* und *die Dinge richtig* zu tun. Nach dem Lehrgang leiten Sie sich und Ihr Team effektiv und effizient.

(Er-)leben Sie Marketing und nutzen Sie unser Wissen für Ihren Erfolg.

Wir würden uns freuen, Sie bald begrüßen zu dürfen.

Marketingmanager

Ein strukturierter Lehrgang in sechs Schritten.

Am Anfang stand die Frage: Was macht eigentlich ein Marketingmanager? Um dies zu beantworten, führte das Deutsche Institut für Marketing im Jahr 2009 eine bundesweite Studie durch.

Die Ergebnisse zeigten ein sehr klares Bild der Aufgabengebiete und Methoden der Marketingmanager. Natürlich bewegt sich eine Führungskraft im Marketing innerhalb aller Bereich des Marketing-Mixes. Ohne ein ausführliches Wissen um die 4P's wäre jeder Marketingmanager fehlbesetzt. Interessanter zeigen sich die Ergebnisse bei der Nennung der Arbeitsschwerpunkte.

Hier liegt der Fokus eindeutig auf der Strategieentwicklung. Zwar wenden Marketingmanager viel Zeit für ungeliebte Aufgaben im Bereich der administrativen Tätigkeiten auf, doch die Weiterentwicklung des Unternehmens und der Marketing- und Markenkonzepte steht im Mittelpunkt.

Daneben differieren die Arbeitsschwerpunkte deutlich. Dies liegt zum einen an den unterschiedlichen Branchen und zum anderen an unterschiedlichen Unternehmensgrößen.

Einigkeit besteht allerdings bei den größten zukünftigen

Trends und Herausforderungen im Marketing: Ob Web 2.0 oder Search Engine Marketing – der Web-Charakter gewinnt immer mehr an Bedeutung in der Marketingarbeit.

Aufbauend auf diesen Erkenntnissen konzipierte das Deutsche Institut für Marketing einen Lehrgang, der Marketingmanagern das nötige allgemeine Handwerkszeug mitgibt, ohne die Möglichkeit der individuellen Weiterbildung zu vernachlässigen.

Der Zertifikatslehrgang besteht somit aus drei Phasen. Zu Beginn stehen **drei Grundlagenmodule**:

- Grundlagen Marketingplanung & -konzeption
- Marketing- & Vertriebscontrolling
- Kampagnenmanagement

Weiter entscheiden sich die Teilnehmer für **zwei Wahlmodule**. Angeboten werden:

- Marktforschung
- Markenmanagement
- Key-Account Management
- Social Media Marketing
- Online-Marketing
- Basistraining Vertrieb

Seinen Abschluss findet der Zertifikatslehrgang in einem Abschlussworkshop, der **Marketingwerkstatt**. In diesem lernen die Teilnehmer zu führen und zu kommunizieren. Das erworbene Wissen beweisen die Teilnehmer in einer finalen Gruppenarbeit.

Die Grundlagen- module

Basis für Ihren Erfolg.



„Die höchsten Türme fangen beim Fundament an.“
Thomas Alva Edison, (1847–1931)

Grundlagen Marketingplanung & -konzeption

Das Marketing moderner Unternehmen hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Einhellige Meinung ist: Marketing wird für erfolgreiche Unternehmen immer wichtiger. Somit steigen rasch die Aufwendungen, gleichzeitig aber auch das Risiko, dass die gewählten Strategien nicht erfolgreich sind. Unser Basistraining zeigt die Struktur des Marketing auf und verdeutlicht Ihnen anhand von zahlreichen Beispielen, wie erfolgreiches Marketing gestaltet werden kann.

Marketing- & Vertriebscontrolling

Wie effektiv ist Ihr Marketing? Welche Marketingmaßnahmen sind erfolgreich, welche nicht? Lernen Sie, die Effektivität und Effizienz Ihrer Marketingmaßnahmen zu messen und zu verbessern. Nach diesem Seminar sind Ihnen Marketing ROI, Customer Lifetime Value und Customer Equity ebenso geläufig wie Umsatz, Deckungsbeitrag oder Gewinn. Die im Seminar erarbeiteten Kenntnisse können Sie unmittelbar verwenden, um Marketing- und Vertriebsbudgets sinnvoll einzusetzen und zu rechtfertigen

Kampagnenmanagement

Die Kommunikation mit externen Gruppen wie Kunden, Vertriebspartnern oder Multiplikatoren gehört zu den Standardaufgaben einer Marketingabteilung. Das dazugehörige Kampagnenmanagement fungiert als ein wesentliches Steuerungs- und Planungsinstrument moderner und erfolgreicher Marketeers. In diesem Seminar erhalten Sie praxiserprobte und bewährte Vorgehensweisen, um Marketingkampagnen zu konzipieren und umzusetzen. Ausgehend von den strategischen Zielsetzungen werden praxiserprobte Kommunikationsinstrumente vorgestellt und diskutiert. Der Workshop zeigt auf, wie Sie Elemente der Werbung, der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketing im Zusammenspiel von klassischen Printkampagnen und Online-Kampagnen optimal aufeinander abstimmen.

Grundlagen Marketingplanung & -konzeption, Marketing- & Vertriebscontrolling sowie Kampagnenmanagement: Drei Seminare legen den Grundstein für Ihr Marketing. Profitieren Sie von einem umfangreichen Wissen in allen Bereichen.

Die Wahlmodule

Ihr individuelles Sahnehäubchen.



Darf's ein bisschen mehr sein?

Setzen Sie gezielt Ihre persönlichen Schwerpunkte. Sechs ausgesuchte Wahlmodule stehen für die Teilnehmer bereit.

Marktforschung

Erfolgreiches Marketing benötigt kontinuierlich Informationen über Märkte und Zielgruppen. In unserem Workshop bieten wir einen kompakten und anwendungsbezogenen Überblick über die wichtigsten Instrumente der Marktforschung. Von der Erstellung eines Studiendesigns über die Fragebogengestaltung und die wichtigsten Verfahren der Datenauswertung bis hin zur zielgruppengerechten Ergebnispräsentation zeigen wir Schritt für Schritt, wie Sie ein Marktforschungsprojekt erfolgreich umsetzen.

Markenmanagement

Unzählige Marken stehen heute für Qualität, Tradition und Innovation – und damit stehen sie nicht alleine. Aber gerade darum geht es: Alleinstellungsmerkmale herauszuarbeiten, die Kunden für eine Marke begeistern. Ausgangspunkt bildet eine fundiert entwickelte Markenidentität. Hierauf aufbauend lassen sich geeignete Markenelemente wie Name, Claim, Logo & co. auswählen bzw. anpassen. Anschließend können diese zu wirkungsvollen Markensignalen kombiniert werden, die zu einzigartigen Markenerlebnissen führen – und damit zu mehr Profil und Profit.

„Der schlimmste Weg, den man wählen kann, ist der, keinen zu wählen.“
Friedrich II., (1712–1786)

Key Account Management

Mit Ihren wichtigsten Kunden generieren Sie ca. 80 Prozent Ihres Umsatzes. Es ist wichtig diesen klassischen Schlüsselkunden (Key Account) den größten Teil der Aufmerksamkeit zu schenken. Doch Key Accounts sind auch Kunden in der Zukunft, die sich durch ein zielgerichtetes Management festlegen, gezielt kontaktieren und systematisch zu einem Kundenstamm aufbauen lassen. Das Seminar zeigt Ihnen die Handwerkszeuge eines professionellen Key Account Managements.

Social Media Marketing

Aktuelle Studien zeigen: Social Media Marketing (SMM) ist der Trend der kommenden Jahre. Unternehmen investieren zunehmend in die sozialen Netzwerke. Oftmals fehlen jedoch eine strategische Grundlage und ein fundiertes Wissen über die Eigenheiten der einzelnen Instrumente. Das Seminar "Social Media Marketing" richtet sich daher an Marketingverantwortliche, die ins Web 2.0 einsteigen oder ihre Aktivitäten strategisch optimieren wollen. Sie erhalten einen Überblick über alle relevanten Instrumente des Social Media Marketing und erstellen Ihre eigene Social Media-Strategie.

Online-Marketing

Online-Marketing gewinnt zunehmend an Bedeutung. Noch nie war es möglich, einen weltweiten Markt so zielgerichtet zu bearbeiten. Doch was genau macht den Erfolg im Internet aus? Der Workshop richtet sich an Marketingverantwortliche, die die Zusammenarbeit mit den technischen Umsetzern optimieren wollen. Usability, Analytics, E-Mail-Marketing, SEO, SEM, Web 2.0 – nach diesem Seminar beherrschen Sie die gesamte Klaviatur des Online Marketing.

Basistraining Vertrieb

Die Erhöhung des Absatzes und somit alle Maßnahmen zur Neukundengewinnung und langfristigen Kundenbindung stehen im Fokus der Vertriebs- und Verkaufsaktivitäten erfolgreicher Unternehmen. Der persönliche Verkauf ist nach wie vor ein zentrales Instrument und auch die Anforderungen steigen ständig. Für Einsteiger in den Verkauf sowie für alle anderen Marketingverantwortlichen mit Kundenkontakt sind die Schlüsselkompetenzen im Vertrieb ein wichtiger Baustein für die erfolgreiche Partnerschaft mit dem Kunden.

Die Marketing- werkstatt

Schließen Sie Ihren
Lehrgang erfolgreich
ab.

„Nichts ist überzeugender als Erfolg.“
Leopold von Ranke, (1795–1886)



Setzen Sie ein Ausrufezeichen mit Ihrem Zertifikat! Am Ende des Zertifikatslehrgangs beweisen Sie Ihr Können in einem Workshop und lernen dieses effektiv und effizient im Unternehmen zu kommunizieren. Das Zertifikat bescheinigt Ihren Erfolg.

Nach den drei Grundlagenseminaren sowie den zwei Wahlmodulen sind Sie bereit für den letzten Schritt hin zu Ihrem Zertifikat: Die Marketingwerkstatt.

Inhaltlich besteht der letzte Baustein des Lehrgangs aus zwei unterschiedlichen Teilen an zwei aufeinander folgenden Tagen:

- Führung und Kommunikation – Wie wirke ich auf andere und wie werde ich wahrgenommen? (inkl. persönlichem DiSG®-Profil)
- Gruppenarbeit – Ausarbeitung einer praxisnahen Aufgabenstellung und Präsentation

Führung und Kommunikation

Lernen Sie mehr über sich selbst und Ihre Kommunikation mit Mitarbeitern und Kunden. Die Ergebnisse des DiSG®-Profil ermöglichen es Ihnen kundenorientierter und effektiver zu handeln. Am Ende des Workshoptages sind Sie in der Lage,

- die eigene Wirkung auf Mitarbeiter und Kunden zu erkennen,
- verschiedene Persönlichkeiten Ihrer Mitmenschen zu definieren,
- bedarfsorientiert zu kommunizieren und
- Teams und Projektgruppen effektiv zu gestalten.

Gruppenarbeit

In kleinen Gruppen nehmen Sie sich eines in dem Lehrgang behandelten Praxisthemas an. Ihre Aufgaben bestehen in

- der Erarbeitung einer erfolgreichen Strategie,
- der Definition von Arbeitspaketen,
- der Planung von Ressourcen und
- der Präsentation des Projektplanes.

Am Ende überreicht Ihnen Prof. Dr. Bernecker Ihr Zertifikat.

Zielgruppen

Führen Sie Ihr Marketing.

„Führung muss man wollen.“
Alfred Herrhausen, (1930–1989)

Strategien und Führung: Ein Marketingmanager weist den Weg.

Führungskräfte im Marketing müssen nicht jedes Marketinginstrument perfekt ausführen können. Sie müssen aber wissen, welche Instrumente zur Auswahl stehen... und welches das passende darstellt.



Der Zertifikatslehrgang Marketingmanager (DIM) bietet Marketingtreibenden einen umfassenden und aktuellen Überblick über die Strategien, Vorgehensweisen und Instrumenten des Marketing. Nach erfolgreich abgeschlossenem Kurs sind die Teilnehmer in der Lage, weitreichende Entscheidungen zu treffen und Ihr Team marketingorientiert zu führen.

Der Lehrgang richtet sich somit vornehmlich an Personen, die eine Führungsposition bekleiden oder anstreben.

Zielgruppen

- Verantwortliche und Entscheidungsträger aus dem Bereich Marketing
- Ingenieure und andere Führungspersönlichkeiten mit technischem Hintergrund und steigender Marketingverantwortung
- Trainees und angehende Führungskräfte
- Unternehmens-, Projekt- und Abteilungsleiter mit starkem Marketingfokus

Ihr Nutzen

Sichern Sie Ihre Kompetenz.

Der Zertifikatslehrgang verbindet umfassendes Grundlagenwissen mit den individuellen Kompetenzanforderungen der Teilnehmer. Durch die Grundlagenseminare schaffen Sie sich eine breite Basis. Die Wahlmodule vervollständigen Ihr persönliches Profil. Füllen Sie Ihre Rolle kompetent aus und sichern Sie sich durch Ihr erworbenes Wissen Ihren Werdegang.



„Man sieht nur, was man weiß.“
Johann Wolfgang von Goethe, (1749–1832)



Ihr Nutzen

- Aufbau einer breiten Kompetenzbasis zur gesicherten Entscheidungsfindung
- Stärkung des eigenen Lebenslaufes
- Umfangreiches Wissen über relevante Marketingaktivitäten
- Effektivere Umsetzung von Marketingmaßnahmen
- Zielgerichteterere Aufgabenzuweisung
- Verbesserte persönlichkeitsorientierte Kommunikation



- Individuelle Spezialisierung durch freie Wahl der individuellen Themengebiete zur Wissensvertiefung
- Zeitliche Unabhängigkeit durch freie Wahl der Seminartermine
- Verbesserte Teamführung

Das Kompetenzteam

Unser Wissen für Ihren Erfolg.

Große fachliche Expertise und hoher praktischer Erfahrungsschatz: Die Trainer des deutschen Instituts für Marketing stehen für den erfolgreichen Wissenstransfer in die Praxis. Die eingesetzten Trainer und Referenten sehen es immer als vorrangige Aufgabe ihr Wissen den Teilnehmern praxisgerecht zu vermitteln und Teilnehmerkompetenzen zu erweitern. Die folgenden Personen zeigen einen Ausschnitt aus dem umfangreichen Trainerpool des Lehrgangs.



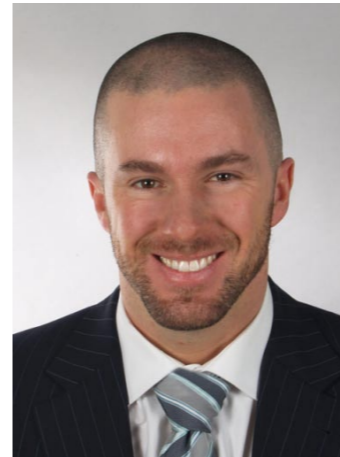
Prof. Dr. Michael Bernecker

Michael Bernecker ist Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Marketing. Er berät, trainiert und forscht für Unternehmen im Kompetenzfeld Marketing und Vertrieb. Er lehrt er an der Hochschule Fresenius in Köln in den Fachgebieten Marketing und Marktforschung.



Dr. Kerstin Weihe

Kerstin Weihe ist Projektleiterin und Referentin am Deutschen Institut für Marketing in Köln. Zu ihren Schwerpunkten gehören die Bereiche strategisches Marketing, Markenführung, Markenpositionierung und Marketingkommunikation. Weiter ist sie für den Bereich Marktforschung verantwortlich.



Felix Beilharz

Felix Beilharz ist Projektleiter und Referent am Deutschen Institut für Marketing. Sein Schwerpunkt liegt im Online-Marketing. Zudem betreut er als Google AdWords Professional und Google Analytics Qualified Individual für Kunden die Suchmaschinenoptimierung und AdWords-Werbung.



Dr. Karsten Kilian

Karsten Kilian hat mit Markenlexikon.com das größte Markenportal im deutschsprachigen Raum aufgebaut. Er berät Unternehmen in Markenfragen, moderiert mehrere Konferenzen und hält regelmäßig Vorträge auf Kongressen. Zudem lehrt er als Hochschuldozent im In- und Ausland.



Prof. Dr. Nikola Ziehe

Nikola Ziehe übernahm 2007 eine Professur für Betriebswirtschaftslehre, Kommunikationsmanagement und Handelskommunikation an der FH Düsseldorf. Zuvor arbeitete sie als Unternehmensberaterin und war Führungskraft für Strategie- und Marketing-Ressorts in internationalen Konzernen.



Claudia Harich

Claudia Harich trainiert am Deutschen Institut für Marketing die Bereiche Vertrieb und Präsentation. Ihre Qualifikation basiert auf Ihrer 14-jährigen Erfahrung als Führungskraft in internationalen Konzernen sowie ihrer Tätigkeit als Geschäftsführerin eines Trainings- und Coachingsunternehmens.

„Man kann niemanden etwas lehren, man kann ihm nur helfen, es in sich selbst zu finden.“
Galileo Galilei, (1564–1642)

Das DIM

Wir sind Marketing.



Das Deutsche Institut für Marketing (DIM) ist ein auf Marketing und Vertrieb spezialisiertes Beratungs- und Forschungsinstitut. Wir sind in den Geschäftsfeldern Marktforschung, Marketingberatung und Marketingtrainings tätig. Unsere Projekte sind durch eine sinnvolle Verknüpfung von Marketing- und Vertriebs-Know-how gekennzeichnet.

Dabei verbinden wir unsere aktuellen Forschungsergebnisse mit einer innovativen Unternehmenspraxis. Durch modernste Methoden der Wissensvermittlung in unseren Trainings garantieren wir Ihnen einen hohen Transfer in den beruflichen Alltag.

Unser Motto:

„Sagt den Leuten nicht, wie gut ihr die Güter macht, sagt Ihnen, wie gut eure Güter sie machen.“

Bauen Sie mit uns Ihre Wettbewerbsvorteile aus. Unser Ansatz umfasst dabei das ganze Spektrum des erfolgreichen Marketings:



Richtungsweisende Marktforschung



Kompetente Beratung in allen Marketing- und Vertriebsfragen



Praxisintensive Seminare, Workshops & individuelle Coachings

Kontakt

Wir freuen uns auf Sie.

Adresse

Deutsches Institut für Marketing
Hohenstaufenring 43-45
D-50674 Köln

Telefon

Tel. +49 (0) 221 / 99 555 10-0

Fax

Fax +49 (0) 221 / 99 555 10-77

Email

info@Marketinginstitut.BIZ

Internet

www.Marketinginstitut.BIZ



Simone Heinen

Simone Heinen organisiert und betreut die Seminare und Workshops des Deutschen Instituts für Marketing. In dieser Rolle steht sie Ihnen gerne als kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen bezüglich Ablauf, Organisation oder Rechnungsstellung zur Verfügung.

Termine / Anmeldung Ihr Fahrplan.

Ihr Lehrgang: Entscheiden Sie über den Ablauf. Wählen Sie sich Ihre passenden Termine. Lediglich der Start mit dem Seminar „Grundlagen Marketingplanung & -konzeption“ ist verpflichtend. Die Terminwahl der folgenden Bausteine erfolgt vollkommen frei. Sie selbst bestimmen Ihr Lern-tempo und Ihre Lerninhalte.

Grundlagenseminare

Grundlagen Marketingplanung & -konzeption

- Mo., 24.01. - Mi., 26.01.2011
- Mo., 09.05. - Mi., 11.05.2011
- Mo., 05.09. - Mi., 07.09.2011

Marketing- & Vertriebscontrolling

- Mi., 29.06. - Do., 30.06.2011
- Mi., 07.12. - Do., 08.12.2011

Kampagnenmanagement

- Mo., 20.06. - Di., 21.06.2011
- Mi., 26.10. - Do., 27.10.2011

Wahlmodule

Marktforschung

- Mo., 14.03. - Di., 15.03.2011
- Mo., 07.11. - Di., 08.11.2011

Markenmanagement

- Mi., 13.04. - Do., 14.04.2011
- Mo., 24.10. - Di., 25.10.2011
- Do., 03.02. - Fr., 04.02.2011

Social Media Marketing (inkl. Folgewebinar)

- Mo., 17.01.2011
- Fr., 11.03.2011
- Mo., 27.06.2011
- Fr., 16.09.2011
- Mi., 23.11.2011
- Mi., 14.12.2011

Key-Account Management

- Mo., 23.05. - Di., 24.05.2011
- Mo., 12.09. - Di., 13.09.2011

Online-Marketing

- Di., 15.02. - Mi., 16.02.2011
- Mo., 11.04. - Di., 12.04.2011
- Mo., 11.07. - Di., 12.07.2011
- Mo., 17.10. - Di., 18.10.2011
- Mo., 12.12. - Di., 13.12.2011

Basistraing Vertrieb

- Mo., 28.03. - Mi., 30.03.2011
- Mo., 06.06. - Mi., 08.06.2011
- Mi., 28.09. - Fr., 30.09.2011

Marketingwerkstatt

- Mi., 19.10. - Do., 20.10.2011
- Mi., 14.12. - Do., 15.12.2011

Ihre Investition

Für Privatpersonen: 7.735 € inkl. MwSt

Für Unternehmen: 6.500 € zzgl. MwSt

Die Seminare finden ausschließlich in Köln statt und beinhalten Arbeitunterlagen sowie Verpflegung.

Hinweise

- Die Module können im Laufe der Jahre variieren.
- Wir empfehlen den Lehrgang innerhalb von ein bis zwei Jahren zu absolvieren (Max.= Fünf Jahre).
- Es bestehen weitere Termine in den folgenden Jahren.

Anmeldung: Ich/Wir nehme(n) am Zertifikatslehrgang Marketingmanager (DIM) teil:

Unternehmen

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Mobil

Telefax

E-Mail

Anzahl der Teilnehmer

1 2 3
mehr als 3

Name, Vorname

Position, Abteilung

2

Name, Vorname

Position, Abteilung

3

Name, Vorname

Position, Abteilung

Ansprechperson (im Sekretariat)

Datum/Unterschrift/Firmenstempel

Fax-Anmeldung an: **+49 (0) 221/ 99 555 10-77**
oder online anmelden unter
www.Marketinginstitut.BIZ

Marketingmanager Lehrgangsablauf



Deutsches Institut für Marketing
Hohenstaufenring 43-45
D-50674 Köln
Tel. +49 (0) 221 / 99 555 10-0
Fax +49 (0) 221 / 99 555 10-77
info@Marketinginstitut.BIZ
www.Marketinginstitut.BIZ

DIM

Deutsches Institut für Marketing

GRUNDLAGENMODULE

- Grundlagen Marketingplanung & -konzeption
- Marketing- & Vertriebscontrolling
- Kampagnenmanagement

WAHLMODULE

- Marktforschung
- Markenmanagement
- Key-Account Management
- Social Media Marketing
- Online-Marketing
- Basistraining Vertrieb

MARKETINGWERKSTATT

- Führung und Kommunikation
- Gruppenarbeit

 **Zertifikat Marketingmanager (DIM)**