


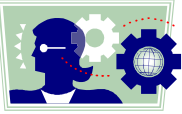



Angebotskonzept 4. Diplomstudiengang 2012-2013: Dipl. Produkt-Manager/in BZD“

| | |
|---|---|
| <p>Was ist Produkt-Management?</p>  | <p>Das Produkt-Management hat mehrere Stärken, da es effizient auf Anforderungen im Markt reagieren kann und es ist auch hervorragend für mittlere und kleinere Firmen geeignet (KMU).</p> <p>Das Produkt-Management ist folgerichtig auch dazu da, neue Führungskräfte heranzuziehen weil sie mit zahlreichen internen und externen Stellen zusammenarbeiten – teilweise auch im Internationalen Umfeld.</p> <p>Mit anderen Worten, der Schritt ins Produkt-Management ist eine erste wichtige Stufe auf der Karriereleiter engagierter Fachleute und dieser Diplom-Lehrgang ist der „Türöffner“ und Grundstein dazu.</p> |
| <p>Zielgruppe</p>  | <p>Engagierte Berufsleute aus den Bereichen Technik, Produktion und Marketing welche sich in kurzer Zeit umfassendes Wissen im Bereich Produkt-Management aneignen wollen. Der Produkt-Manager bleibt jedoch immer mit der Technik verbunden. Grundkenntnisse in Word und Excel werden erwartet. Minimale Marketing Kenntnisse sind von Vorteil – aber nicht Bedingung.</p> |
| <p>Ausbildungskonzept</p>  | <p>Neu bietet das Berufsbildungszentrum Dietikon (BZD) den Diplomlehrgang Produkt-Manager im Umfang von drei Semestern an. Nach der Diplomprüfung am ende des zweiten Semesters folgt eine Diplomarbeit von 10 Wochen.</p> <p>Der Diplom-Lehrgang Produkt-Manager ist so aufgebaut dass möglichst alle Interessenten aus Konsumgüter-, Dienstleistungs- und Investitionsgüter-Unternehmungen ausgebildet werden.</p> <p>Die Fächer sind so konzipiert, dass ein möglichst hoher Praxisbezug zum Tagesgeschäft des Produkt-Managers gewährleistet ist (z.B. Verhandlungstechnik, Patent- und Markenschutz, Kreativitätstechniken, Unternehmensplanspiel, etc.)</p> |
| <p>Zulassung zur Diplom-Prüfung</p> | <p>Abgeschlossene, dreijährige kaufmännische oder technische Grundausbildung plus mind. dreijährige Berufspraxis (Lehre zählt nicht) bis zur Diplomierung am Ende des 3. Semesters.</p> |
| <p>Berufsbild des Produkt-Managers</p>  | <p>Der Produkt-Manager (PM) ist in der Lage seine <i>Drehscheiben-Funktion</i> in der Unternehmung wahrzunehmen.</p> <p>Er hat ausgeprägten Kundenkontakt und hat den „Verkaufsvirus“. Marktanalysen, Lebenszyklus-Management seiner Produkte, Pricing und Marketingkonzepte gehören zu seinem Tagesgeschäft.</p> <p>Er ist innovativ, ein ausgeprägter Teamplayer und Generalist mit hoher Eigeninitiative sowie mit grossem Verhandlungsgeschick.</p> |
| <p>Unterrichtsvor- und Nachbereitung</p> | <p>Es empfiehlt sich, pro Woche zwischen vier und acht Stunden zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichts einzuplanen – meistens lesen der relevanten Fachliteratur sowie erarbeiten der Fallstudie und Semesterarbeit.</p> |
| <p>Nutzen für die Teilnehmer</p>  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ein- bzw. Aufstieg in eine Kaderposition im Bereich Marketing/Verkauf mit den damit verbundenen finanziellen Anreizen (branchenabhängig, 105-135'000.- / Jahr als Zielsalär mit 2-3 Jahren Erfahrung. ▪ <i>Zentrale Drehscheiben-Funktion</i> innerhalb der Organisation mit grossem Verantwortungsbereich, Generalist ▪ Erheblich verbesserte Chancen und Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt ▪ Unterrichtete Fächer sind für den PM im Tagesgeschäft von grossem Nutzen (Verhandlungstechnik, etc.) und geben ihm die Sicherheit, das richtige zu tun (Effektivität) |

Ablauf Studium:

| | |
|-------------------|---|
| Lernziele: | <p>Der Produkt-Manager (PM) soll sich nach Abschluss der Ausbildung namentlich über die folgenden Fähigkeiten ausweisen können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund seiner kaufmännisch-betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten kann er die Drehscheibenfunktion zwischen Verkauf, Technik und Produktion kompetent, kundenorientiert und professionell wahrnehmen ▪ Der PM ist in der Lage, strategische und operative Marketingkonzepte für seine Produkte zu entwickeln. Er setzt diese profitabel und effizient in den globalen Märkten um und nimmt dabei auch Key-Account Management Funktionen wahr. ▪ Der PM konzipiert die Produkteplanung, ist verantwortlich für die gewinnbringende und nachhaltige Führung seines ihm anvertrauten Produkt-Portfolios. |
|-------------------|---|

| | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| Diplomlehrgang Produkt-Manager | |
| 1. Semester | 6 Monate |
| 2. Semester inkl. Diplomprüfung | 6 Monate |
| 3. Semester (Diplomarbeit) | 10 Wochen |
| Semesterarbeit im 2. Semester | |
| Diplomprüfung | 1 Woche (vier Mal am Vormittag) |
| Diplomarbeit | 10 Wochen |



Der Umfang der Diplomarbeit hat einen Umfang von mindestens **180h** aufzuweisen. Sie kann von der eigenen Firma stammen, muss fächerübergreifend sein und in theoretisch-praktischer Form ausgeführt sein. Während der Diplomarbeit (3. Semester) findet **kein** Unterricht statt.

Stundentafel:

4. Studiengang (Änderungen vorbehalten)

| Fächer: | 1. Semester | 2. Semester* | Lektionen |
|--|-------------|--------------|------------|
| Marketing | 16 | 10 | 26 |
| Patente/Marken (extern) | 4 | 4 | 8 |
| Verkaufsprozesse | 8 | | 8 |
| BWL | 14 | | 14 |
| E-Commerce und Procurement (Beschaffungsmarketing) | 8 | | 8 |
| Prüfungsvorbereitung | | 4 | 4 |
| Unternehmensplanspiel (3 Tg.) inkl. Vorbereitung | | 24 | 24 |
| Business-Development | 8 | 8 | 16 |
| Export-Technik | 16 | | 16 |
| Round-Table Day | 4 | | 4 |
| Management-Techniken | 14 | | 14 |
| Kreativität im Management | | 6 | 6 |
| Verhandlungstechnik | | 12 | 12 |
| Lektionen total | 92 | 68 | 160 |

| | | | |
|----------------------------|---------|-------------------------|--------------------------|
| Marketing / Verkauf 42L | BWL 14L | Unternehmensführung 72L | Management-Techniken 32L |
|----------------------------|---------|-------------------------|--------------------------|

20 Unterrichtstage: Freitag Nachmittag/Abend **oder** Samstag. Pro Tag werden immer 8L unterrichtet. Unterricht findet meist im 2-Wochen Rhythmus statt. Das Unternehmensplanspiel findet an drei aufeinander folgenden Tagen unter der Woche statt. *Im 2. Semester ist eine Semesterarbeit in theoretisch-praktischer Form zu erarbeiten.

Lehrgangskosten: Die Kurskosten betragen CHF 7'980.- inkl. Diplomprüfung und Betreuung der Diplomarbeit. Die Beschaffung des Unterrichtsmaterials sowie allfällige Reisekosten gehen zu Lasten der Teilnehmer.

Lerntransfer: Während dem 1. Semester lösen die Studenten eine Fächer übergreifende **Fallstudie**. Diese wird benotet und zählt für einen der vier Fachbereiche (Marketing, BWL, etc.). Im 2. Semester findet eine **Semesterarbeit** statt. Darstellung und Inhalt müssen einer fachlichen Arbeit entsprechen. Diese wird benotet und zählt für einen der vier Fachbereiche (Marketing, BWL, etc.). Diese Arbeiten dienen als Vorbereitung für die Diplomarbeit im 3. Semester.

Prüfungen: Während dem Semester finden jeweils Standortbestimmungen statt. Diese werden benotet und zählen zur Hälfte für die Diplomprüfung.

Diplom-Prüfung: Jeder der vier Fachbereiche wird mit der Diplomprüfung von 90-120 min abgeschlossen. Diese findet im 2. Semester statt. Die Zulassung zur Prüfung erfordert von den Kandidaten eine minimale Präsenzzeit von 80% pro Semester. Wer nicht an der Diplomprüfung teilnehmen will, erhält eine Lehrgangs-Bestätigung. Die Teilnehmenden werden gemäss Reglement / Wegleitung 2010 geprüft. Nach bestandener Diplomprüfung beginnt der Diplomand gemäss den Bestimmungen des BZD mit seiner Diplomarbeit, welche 10 Wochen dauert. Der Auftraggeber ist in der Regel die Firma des Studenten. Die Diplomarbeit muss in *theoretisch-praktischer* Form ausgeführt sein und mind. mit der Note 4.0 abschliessen. **Der Diplomand wird während seiner ganzen Diplomarbeit von zwei erfahrenen Experten begleitet.** An der Diplomfeier erhält jeder Diplomand das begehrte Diplom des Berufsbildungszentrums (BZD) Dietikon. Das BZD ist ein kantonales Institut und dem Kt. Zürich unterstellt.

Lehrpersonen: Unsere Lehrpersonen sind anerkannte Spezialisten mit langjähriger Berufserfahrung, sehr oft global tätig und haben eine ausgeprägte Kundenorientierung. Sie verfügen über eine zeitgemässe pädagogische oder methodisch-didaktische Weiterbildung. Sie sind in der Industrie oder im Dienstleistungsbereich tätig oder sind anerkannte Referenten in ihrem Fachgebiet. Damit wird der hohe Praxisbezug im Lehrgang sichergestellt.



Methodik und Didaktik: Der Diplomlehrgang orientiert sich an den didaktischen Grundsätzen des erwachsenengerechten Lernens (Gruppenarbeit, Teamarbeit, etc.) Die Teilnehmer lernen primär praxisgerechte und anwendungsorientierte Inhalte, welche sie befähigen, die Diplomprüfung zu bestehen als auch ihre betrieblichen Aufgaben optimal wahrnehmen zu können.

Lehrmittel: Für die fachtechnischen Fächer wird soweit als möglich auf Bücher des freien Marktes zurückgegriffen. Der Dozent kann nach seinem eigenen Ermessen Zusatzunterlagen im Unterricht abgeben.



Einordnung in die Schweizer Bildungslandschaft Der Abschluss des Diplomlehrgangs Produkt-Manager BZD kann aufgrund der Zulassungsanforderungen (s.oben), der Lektionen-Anzahl sowie den aufgewendeten Lernstunden mit einer höheren Fachprüfung (HFP) verglichen werden. Beispiel: Der Abschluss eidg. dipl. Exportleiter ist eine höhere Fachprüfung.

Weitere Infos zum Berufsbildungszentrum Dietikon finden Sie unter www.bzd.ch

Der Lehrgangsleiter Werner Schindler gibt Ihnen gerne weitere Detailinformationen zum Diplomlehrgang Produkt-Manager BZD (Natel 079 /414 2215).