

# Dipl. Produktmanager/in SGMI

Intensiv-Lehrgang plus Vertiefung zu den zentralen Themen erfolgreichen Produktmanagements mit dem Ziel, berufsbegleitend das Diplom «Dipl. Produktmanager/in SGMI» zu erwerben.

## Aufbau

Der Diplomlehrgang besteht aus zwei Blöcken:

**Block 1:** > 8 Seminartage

> 4 Vertiefungsworkshop-Tage

**Block 2:** > Begleitendes Literaturstudium

> Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema des Produktmanagements

> Kolloquium (1 Tag)

## Teilnehmerinnen/Teilnehmer

Speziell geeignet für

- > Produktverantwortliche, Länderbetreuer, Zielgruppenspezialisten und Fachverantwortliche, die impulsgebende Funktionen für ein Produkt, eine Marke oder eine Produktlinie ausüben und eine ganzheitliche, praxisorientierte Weiterbildung mit Diplomabschluss suchen.
- > Nachwuchskräfte, die sich eine umfassende Kompetenzen zum Produktmanagement aneignen und sich für eine Produktmanagement-Funktion qualifizieren wollen.

## Nutzen

Die zusätzlich zu Seminaren und Workshops zu durchlaufende Diplomarbeit mit Kolloquium und Literaturstudium verstärkt den Lerneffekt dieser Weiterbildung und verbessert die beruflichen Aufstiegschancen.

## Themenschwerpunkte

### 1. Seminare

2-mal 4-tägiger Lehrgang zu folgenden Themenschwerpunkten:

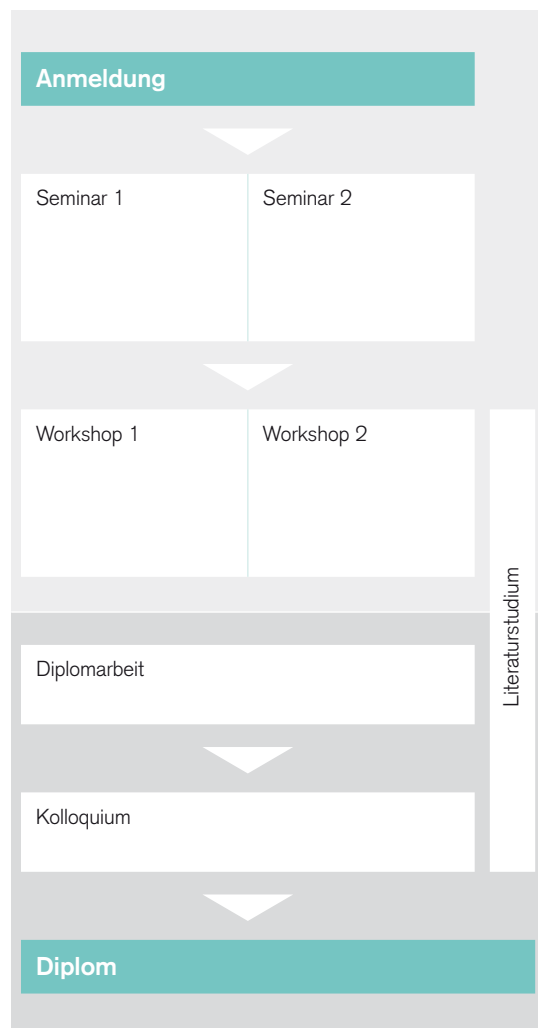
### Ganzheitliches Marketing- und Produktmanagement

Kernidee des Produktmanagements ist, die Anforderungen, Bedürfnisse und Möglichkeiten des Marktes mit dem eigenen Leistungsangebot und dessen Vermarktung in ein Gleichgewicht zu bringen, um den Markterfolg für Produkt, Marke oder Produktlinie ganzheitlich zu steuern.

### Marketingkonzept, Produktkonzept, Produktstrategie

Wie wird ein Produktkonzept oder eine Produktstrategie erarbeitet und formuliert? Basis sind Marktdaten, Marktforschungsergebnisse

## Ablauf



Block 1     Block 2

und Erkenntnisse aus dem eigenen Kundeninformationssystem. Sie lernen anhand praktischer Beispiele, Produkt- und Servicekonzepte, Marketingstrategien, Einführungskampagnen neuer Produkte, Produktlinien- und Sortimentsstrategien zu planen und umzusetzen.

### Zielgruppenkonzepte

Die Ausarbeitung von Marketingplänen und darauf aufbauende Verkaufsunterstützung seitens des Produktmanagers hat sich an

Zielgruppen zu orientieren. Differenzierten Marktsegmenten mit spezifischen Bedürfnissen sollen jeweils Produkte und Leistungen mit gezieltem Kundennutzen angeboten werden. Wie werden Zielgruppenkonzepte, basierend auf einer sinnvollen Marktsegmentierung, erarbeitet?

### Verkaufs- und Vertriebskonzept

Der Produktmanager ist darauf angewiesen, dass sein Produkt von Verkauf und Aussendienst so forciert wird, wie es für den Markterfolg nötig ist. In der Regel hat er jedoch keine Linienverantwortung und somit keinen direkten Zugriff auf den Verkauf. Was ist zu tun, um die Produktstrategie via Verkauf umzusetzen?

### Planung, Budgetierung

Zu den zentralen Aufgaben des Produktmanagements gehören Planung und Budgetierung. Kenntnisse der Kalkulation, der Kostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung sind dabei genauso wichtig wie etwa Gesetzmässigkeiten bei der Preisfindung und Preisdurchsetzung.

### Investitionen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

Um seine Produktstrategien realisieren zu können, benötigt der Produktmanager finanzielle Ressourcen. Investitionsanträge, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, geplante Pay-back-Perioden und Renditeaspekte sind als Entscheidungsgrundlage auszuarbeiten.

### MIS und Controlling

Welche Informationen müssen von wem erfasst, wie aufbereitet und in welcher Form an wen weitergegeben werden? Wer erfasst Abweichungen frühzeitig, erarbeitet Korrekturmassnahmen und steuert deren Umsetzung? Wie handhabt der Produktmanager seine Controlling-Funktion?

### Die Führungsaufgabe

Ohne meist die effektive Linienverantwortung über die Verkaufsorganisation innezuhaben, werden Produktmanager für die Produktergebnisse, z. B. Umsatz oder Gewinn, (mit)verantwortlich gemacht. Daraus entsteht eine spezielle Führungsaufgabe: eigene Ideen müssen durch Überzeugung, Akzeptanz und soziale Kompetenz durchgesetzt werden.

### Mit Konflikten umgehen

Dass dabei Konfliktpotential vorhanden ist, ist selbstverständlich. Diese Konflikte sind systembedingt. Sie dürfen nicht verdrängt und es darf ihnen nicht aus dem Weg gegangen werden. Sie trainieren daher die Fähigkeiten für eine konstruktive Konfliktbewältigung.

## 2. Workshops

In zwei 2-tägigen Workshops werden ausgewählte Themen aus den Seminarteilen vertieft und geübt.

## 3. Studienunterlagen, Literatur

Sie studieren ausgewählte Literatur zum Produktmanagement, um den Seminar- bzw. Workshop-Lehrstoff zu ergänzen.



## 4. Diplomarbeit

Nach mit Ihnen abgestimmter Festlegung eines praxisorientierten Themas haben Sie 4 Wochen Zeit, Ihre Diplomarbeit im Umfang von 35 bis 50 Seiten zu erstellen.

## 5. Kolloquium

Im Rahmen eines 1-tägigen Kolloquiums «verteidigen» Sie Ihre Diplomarbeit gegen kritisches Hinterfragen.

## 6. Diplom

Das Diplom «Dipl. Produktmanager/in SGMI» wird verliehen für

- > die aktive Teilnahme an Seminaren und Workshops,
- > eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- > Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- > ein erfolgreich bestandenes Kolloquium.

### Daten

Sem. – Nr.		Datum
D-72318	Seminar 1	17.–20. September 2018
	Seminar 2	12.–15. November 2018
	Workshops	03.–06. Dezember 2018
	Diplomarbeit	Winter 2018/2019
	Kolloquium	02. April 2019
D-72119	Seminar 1	21.–24. Januar 2019
	Seminar 2	25.–28. März 2019
	Workshops	08.–11. Juli 2019
	Diplomarbeit	Sommer 2019
	Kolloquium	15. Oktober 2019
D-72219	Seminar 1	08.–11. April 2019
	Seminar 2	20.–23. Mai 2019
	Workshops	08.–11. Juli 2019
	Diplomarbeit	Sommer 2019
	Kolloquium	15. Oktober 2019
D-72319	Seminar 1	16.–19. September 2019
	Seminar 2	11.–14. November 2019
	Workshops	02.–05. Dezember 2019
	Diplomarbeit	Winter 2019/2020
	Kolloquium	07. April 2020

Studiengebühr\*: CHF 14 900.– (zzgl. 7.7% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: [www.sgmi.ch/smd03](http://www.sgmi.ch/smd03)

\*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich















## Anmeldekarten

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.  
Bitte senden Sie uns den Anmeldebogen per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut  
St. Gallen  
Tellstrasse 18  
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30  
Telefax +41 (0)71 223 50 32  
Internet [www.sgmi.ch](http://www.sgmi.ch)  
E-Mail [seminare@sgmi.ch](mailto:seminare@sgmi.ch)

## Wir melden uns für folgendes Master/Diplom/Certificate an:

### Nummer/Datum

Name

Vorname

Geburtsdatum

Firma

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Funktion



Branche

Anzahl Beschäftigte

DPM 2019

Datum

Unterschrift

## Infokarte

## Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Firmenspezifische Programme, Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name

Vorname

Firma

Funktion

Telefon

E-Mail

DPM 2019