

## Marketing und Vertriebs-Manager



**FH-Lehrgang Fachhochschule Wiener Neustadt/ÖPWZ**

Abschluss-Diplom: Akademische/r Marketing- und Vertriebsmanager/in



### **Marketing-Management**

Oktober bis Dezember 2010

### **Verkaufs- und Vertriebs-Management**

März bis Mai 2011

**Auch als  
Einzelseminare  
buchbar**

**Die fundierte Ausbildung – akkreditiert nach dem ECTS-System –  
für unternehmerischen Vorsprung und persönliche Qualifikation**

# High Performance in Vertrieb und Marketing sichert den Unternehmenserfolg

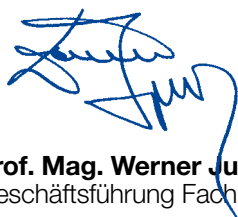
Die Fachhochschule Wiener Neustadt und das ÖPWZ bieten Ihnen mit dem Fachhochschul-Lehrgang **Marketing- und Vertriebs-Manager** eine akkreditierte und fundierte Ausbildung zur Stärkung Ihrer Management-Kompetenz in Marketing und/oder Vertrieb:

- für den Erfolg Ihres Unternehmens
- für Ihre persönliche akademische Zusatzqualifikation

In dieser Ausbildung erfahren Sie von Top-Experten und Praktikern, mit welchen strategischen Methoden und erprobten Instrumenten Sie die Verkaufs- und Marketingerfolge Ihres Unternehmens steuern können. Der modulare Aufbau der Ausbildung ermöglicht es Ihnen, ganz konkrete Schwerpunkte zu setzen und flexibel nur einen Teil oder den gesamten Fachhochschul-Lehrgang zu besuchen.

Durch die Zusammenarbeit der ersten Fachhochschule Österreichs und des ÖPWZ erhalten Sie eine praxisnahe und zugleich wissenschaftlich fundierte Ausbildung. Sie lernen moderne theoretische und praktisch anwendbare Methoden und Werkzeuge in Marketing und Vertrieb kennen. Wissenschaftlicher Leiter des Lehrgangs ist Prof. (FH) Dr. Karl Pinczolits.

Mit der Wahl dieses Fachhochschul-Lehrgangs entscheiden Sie sich für eine transparente und akkreditierte Ausbildung, die auf dem international anerkannten ECTS-System basiert. Nach erfolgreicher Absolvierung aller Module haben Sie 60 ECTS-Punkte erworben, die in weiterer Folge für ein betriebswirtschaftliches Bachelorstudium an der Fachhochschule Wiener Neustadt oder an anderen Hochschulen angerechnet werden können.



**Prof. Mag. Werner Jungwirth**  
Geschäftsführung Fachhochschule Wiener Neustadt



**Mag. Barbara Halapier**  
Mitglied der Geschäftsführung ÖPWZ

## Marketing-Management

### Modul 1 – Marketing-Grundlagen und Marketing-Strategie

7. – 8. Oktober 2010 | Elisabeth Götze, Willy Lehmann, Ernst Weissenböck

#### Die Grundlagen erfolgreichen Marketings

- Das moderne Marketing-Konzept
- Strategien für Marktführer und Verfolger
- Werkzeuge zur Entwicklung von wirksamen Marketing-Strategien

#### Best Practice

Die Magie der Marke

## Modul 2 – Marktforschung und Marketingplan

21. – 22. Oktober 2010 | Elisabeth Götze, Kathrin Kränkl, Ernst Weissenböck

### Märkte, Zielgruppen und Marktforschung

- Business to Business – Business to Consumer-Marketing
- Käuferverhalten in Konsumgüter- und Investitionsgütermärkten – Consumer Insight
- Zielgruppenauswahl und Positionierung
- Untersuchungsdesigns für unterschiedliche Fragestellungen
- Marktforschung unter Einsatz der neuen Technologien

### Best Practice

Marktforschung in der Praxis

### Der schlagkräftige Marketingplan

- Aufbau und Struktur des Marketingplans
- Die wesentlichen Werkzeuge zur Entwicklung starker Marken
- Erfolgskennzahlen im Marketingplan

## Modul 3 – Produkt-, Markenmanagement und Preispolitik

4. – 5. November 2010 | Elisabeth Götze, Christian Herbinger, Martin Streicher

### Produkt- und Markenmanagement

- Marketingentscheidungen entlang des Produktlebenszyklus
- Entwicklung und Einführung neuer Produkte

### Best Practice

Produkt- und Kundenmanagement entlang des Produktlebenszyklus

### Pricing

- Zusammenhang zwischen Absatz, Preis und Kosten
- Methoden der Preisfindung und Preisoptimierung
- Praxisbeispiele aus verschiedenen Branchen

## Modul 4 – Kommunikation, Innovationsmanagement und Trends

18. – 19. November 2010 | Margit Moravek, Jürgen Ress

### Integrierte Marketing-Kommunikation und Werbung

- Die Instrumente der Kommunikation richtig eingesetzt
- Dialog-Marketing, Permission-Marketing und e-Marketing
- Planung effektiver Werbemaßnahmen

### Kundenorientiertes Innovationsmanagement im Marketing

- Neue Geschäftschancen identifizieren und schnell umsetzen
- Die Erfolgsfaktoren für Innovationen

### Marketing-Trends

- Was kommt, was bleibt – Marketing-Trends unter der Lupe
- Die innovativen Konzepte modernen Marketings

### Best Practice

Die besten Tipps für erfolgreiche Mailings und Newsletter

## Modul 5 – Marketing-Controlling und Internationales Marketing

2. – 3. Dezember 2010 | Michael Braun, Elisabeth Götze, Ernst Weissenböck

### Marketing-Controlling

- Strategisches und operatives Controlling
- Marketing-Audit

### Internationales Marketing

- Marktwahl
- Eintritt in neue Ländermärkte
- Marketingmix im globalen Umfeld – Standardisierung und Anpassung?

### Best Practice

Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Agentur

# Verkaufs- und Vertriebs-Management

## Modul 1 – Verkaufsplanung und Vertriebscontrolling

17. – 18. März 2011 | Herbert Kirl, Karl Pinczolits

### Controlling und Planung

- Kennzahlen zur effektiven Steuerung des Innen- und Außendienstes
- Verschiedene Messmethoden und ihr Einsatz

### Coaching der Vertriebsmitarbeiter

- Wie können Sie Ihre Mitarbeiter bei der Effizienzsteigerung einbinden?
- Methoden zur Entschlackung der Vertriebsorganisation

### Sales Process Redesign

- Steigern Sie Gewinn und Umsatz durch Verändern von Vertriebsformen und Vertriebswegen
- Aufbau des Vertriebscontrolling – sehr einfach und aussagekräftig

### Best Practice

- Leistungsorientierte Verkaufsführung – Geteilte Verkaufsprozesse

## Modul 2 – Führung, Motivation und Zielerreichung

14. – 15. April 2011 | Andreas Weese

### Führen im Spannungsfeld von Selbstkompetenz und sozialer Kompetenz

- Schaffen Sie Rahmenbedingungen für Ihren Erfolg
- Wie Mitarbeiter und Verkaufs-Teams leistungsstärker werden

### Persönlichkeit und individuelle Mitarbeitermotivation

- Mitarbeiterauswahl und Stellenanalyse
- Mitarbeiter-Coaching – aber richtig!

### Situatives Führen und Kommunikation: Jedem Mitarbeiter seine Führung

- Wie Sie Führung konkret auf das Engagement der Mitarbeiter abstimmen
- Wie erreiche ich Spitzenleistungen der Mitarbeiter?

### Fördern und fordern

- Zielvereinbarung und Selbstverantwortung
- Konsens und Konflikt: Probleme konstruktiv lösen

## Modul 3 – Vertriebsanalyse und Vertriebsstrategie

5. – 6. Mai 2011 | Karl Pinczolits, Michael Torggler

### Das Fünf-Stufen-Modell in der Vertriebsanalyse

- Bewertung der Daten, Analyse des Marktdrucks
- Strategische Optionen und vertriebliche Stoßrichtungen

### Marktstrategie ausformulieren

- Die richtigen Vertriebsformen und Vertriebswege wählen
- Ausrichten der eigenen Organisation auf veränderte Märkte

### Kundenstrategien entwickeln

- Durch welche Strategie lassen sich die größten Erfolge bei Kunden erzielen?
- Kundenentwicklungsplanung

### Verkaufsstrategie für Mitarbeiter und Produkte bestimmen

- Welchen Beitrag müssen die Mitarbeiter zum Erreichen der Ziele leisten?
- Teilstrategien für unterschiedliche Mitarbeitergruppen

### Best Practice

#### CRM – Potenziale, Chancen und Risiken

- Bewertung der Rolle von CRM in modernen Unternehmen
- Was bietet die Informationstechnologie im Bereich CRM?
- Ganzheitliche CRM-Lösungen und ihr erfolgreicher Einsatz

## Modul 4 – Sales Excellence und Kundenstrategie

18. – 20. Mai 2011 | Karl Pinczolits, Andreas Weese

### Verhandlungsmanagement perfektionieren

- Auch schwierige Verhandlungen souverän führen

### Die prägnante Präsentation für Kunden, Mitarbeiter, Vorgesetzte

- Die Zielgruppe analysieren
- Auf Ziel und Kernaussagen fokussieren
- Aktivieren Sie Zuhörer und Gesprächspartner

### Sprache, Auftreten und Überzeugung – Ihre persönliche Erfolgsstrategie

- In fünf Stufen zum Überzeugungserfolg
- Umgang mit Aggressionen und Störfaktoren
- Ihre Persönlichkeit und Ihr wirkungsvoller Auftritt

## Strategisch wertvolle Kunden effizient betreuen

- Die zentralen Organisationsanalysen beim Kunden durchführen
- Das Wachstums- und Ertragspotenzial des Kunden richtig einschätzen

## Den engen Kreis managen

- Kontaktmanagement der wichtigsten Personen beim Kunden
- Kontaktorganisation im eigenen Unternehmen aufbauen

## Die Marketing-Bilanz entwickeln

- Eine Leistungsbilanz erstellen
- Die Marketing-Bilanz ausformulieren und Kundenbeziehungen richtig einschätzen

## Eine Kunden-Strategie entwickeln

- Kundenentwicklungsplanung
- Micromarketingstrategie für den Kunden

## Das Ausbildungskonzept

Der Lehrgang besteht aus zwei Teilen: Vertrieb und Marketing. Die einzelnen Module finden geblockt jeweils Donnerstag – Freitag (bzw. Mittwoch – Freitag) statt. Zwischen den einzelnen Modulen bearbeiten Sie anhand des Gelernten Aufgabenstellungen aus Ihrer Berufspraxis und können diese am Ende der Ausbildung in der Abschlussarbeit zusammenfassen bzw. weiter bearbeiten.

Jeder Teil kann für sich mit einem Teilnahme-Zertifikat abgeschlossen werden. Mit erfolgreicher Absolvierung aller Module erwerben Sie das **Diplom „Akademische/r Marketing- und Vertriebs-Manager/in“**.

## Der Nutzen

### – für Ihr Unternehmen

Sie lernen intelligente Konzepte sowie moderne und praxistaugliche Werkzeuge kennen, die Sie dabei unterstützen, die Marktposition Ihres Unternehmens auszubauen und zu sichern – mit dem Ziel einer höheren Kunden-Profitabilität und nachhaltiger Gewinne.

### – für Sie persönlich

Sie erwerben einen anerkannten akademischen Abschluss und erreichen eine wertvolle Vertiefung Ihrer Management-Kompetenz. Zusätzlich haben Sie nach erfolgreicher Absolvierung aller Module 60 ECTS-Punkte erworben, die in weiterer Folge für ein betriebswirtschaftliches Bachelorstudium an der Fachhochschule Wiener Neustadt oder an anderen Hochschulen angerechnet werden können.

## Teilnehmerkreis

- Vertriebs- und VerkaufsleiterInnen
- MarketingleiterInnen
- GeschäftsführerInnen und Führungskräfte, die Aufgaben im Vertriebs- und/oder Marketing-Management wahrnehmen
- Nachwuchsführungskräfte in Vertrieb/Marketing
- Vertriebs-/Marketingverantwortliche, die ein Check-up ihres Wissens planen und eine zusätzliche Qualifikation erwerben wollen
- MitarbeiterInnen und AssistentInnen, die mit Vertriebs- und/oder Marketingaufgaben betraut sind oder diese in Zukunft wahrnehmen werden

## Die Methodik

Durch Fallstudien, Praxisbeispiele, Übungen, Checklisten und ausführliche Arbeitsunterlagen wird es Ihnen leicht gemacht, sich in unterschiedliche Situationen und Aufgabenstellungen zu versetzen. Bei der Diskussion konkreter Problemstellungen und beim Erfahrungsaustausch in der Gruppe werden bereits Lösungsideen geboren. Damit können Lösungswege besser erkannt und in ihrem Wert beurteilt werden.

Unsere Top-ExpertInnen geben Ihnen Anregungen und Informationen und zeigen Ihnen moderne Praktiken des Verkaufs- bzw. Marketing-Managements, die Ihre bisherigen Erfahrungen ergänzen. Gemeinsam entwickeln Sie Ideen und Wege, wie Sie das Erarbeitete in Ihrem Unternehmen unmittelbar und Gewinn bringend einsetzen.

## Teilnehmerstimmen/Referenzen

*„Ich habe an Ihrem Institut den Fachhochschul-Lehrgang Marketing- und Vertriebs-Manager besucht. Das Praxis- und Fachwissen Ihrer Vortragenden hat mich von Beginn an sehr beeindruckt. Jetzt, nach meiner persönlichen Erfahrung, kann ich diese Ausbildung mit gutem Gewissen weiterempfehlen.“* Gerhard Boigenzahn, SAUTER Meß- und Regeltechnik Ges.m.b.H.

*„Durch diesen Lehrgang konnte ich für mich viele wichtige Anhaltspunkte für meine Vertriebstätigkeit mitnehmen und vor allem durch die praxisorientierten Gespräche mit den Vortragenden und den Kollegen neue Sichtweisen kennen lernen.“* Karl Gradwohl, KAMPERderTISCHLER GmbH

*„Es war eine absolut lehrreiche Ausbildung, welche meine persönliche Weiterentwicklung positiv beeinflusst hat. Der Seminarinhalt konnte schon nach kurzer Zeit erfolgreich in der Praxis umgesetzt werden. Dadurch profitiert auch mein Arbeitgeber schon nach kurzer Zeit davon.“* Martin Spanblöchl, LIGNO Heizsysteme GmbH

*„Die Teilnehmergruppe war sehr motiviert und hat bei den Gruppenarbeiten sehr gut zusammen gearbeitet – dadurch konnte man voneinander viel lernen. Der Kurs hat mir neue Perspektiven eröffnet, die ich in meiner weiteren beruflichen Tätigkeit umsetzen werde.“* Ing. Johann Weghuber, Handelsagentur

*„Der gesamte Lehrgang hat mich sehr beeindruckt und mir persönlich eine umfangreiche und fundierte Basis im Bereich des Verkaufs- und Vertriebsmanagement sowie Marketing ermöglicht. Der Lehrgang bietet eine gute Mischung aus Theorie und Praxis, welche ich auch ausgezeichnet in unserem Unternehmen umsetzen kann.“* Katrin Göbel, Johann KAMPER GmbH

# Die Top-ExpertInnen aus Wissenschaft und Praxis



## **Michael Braun**

Geschäftsführender Gesellschafter der Wiener Werbeagentur BLINK, Agentur für strategische Markenberatung, die er seit der Gründung 2004, leitet. Er ist seit 25 Jahren in der Agenturbranche tätig und war unter anderem in internationalen Agenturnetworks wie Lintas, D'ArcyMasziusBentonBowles, Grey, Ogilvy&Mather sowie Publicis engagiert. Michael Braun leitete als Account Director, Client Service Director und Geschäftsführer nationale und internationale Agentur-Teams und betreute dabei Unternehmen wie Unilever, MasterFoods, Nestlé, Ford, Renault. Mit seiner Agentur BLINK ist er u.a. für die Kommunikations-Kampagnen von Merkur, Pearle, Inode, Expert sowie tele.ring („Frag doch den Inder“) verantwortlich.



## **Dr. Elisabeth Götze**

ist Betriebswirtin und unterstützt Unternehmen bei der erfolgreichen Einführung neuer Produkte. Darüber hinaus führt sie Studien zur Kundenzufriedenheit durch und berät Unternehmen bei der Optimierung ihrer Kundenstrategie. Zu ihren Kunden zählen u.a. die OMV, die RLB NÖ-Wien, das MAK, Blaha Büromöbel und Tele2. Daneben leitet Elisabeth Götze Seminare sowie Workshops und unterrichtet in den Bereichen Internationales Marketing, Marktforschung und Konsumentenverhalten. Vor ihrer selbstständigen Tätigkeit war sie an der Wirtschaftsuniversität Wien im Bereich Internationales Marketing und Management sowie in einem Unternehmen des Direktvertriebs als Marketingleiterin tätig.



## **Dr. Christian Herbinger**

Studium der BWL an der Wirtschaftsuniversität Wien, danach Leitung CRM bei max.mobil. Telekomm. Service GmbH, später T-Mobile-Austria GmbH: Senior Manager Marketing Datenprodukte, Aufbau des Geschäftsfeldes Mobiles Internet, Vice President Marketing Consumer, verantwortlich für Akquisition und Neukundengewinnung, Produkt- und Portfoliomanagement Voice & Data mit Budget-, Ergebnis- und Führungsverantwortung. Heute ist Christian Herbinger als Marketingleiter bei der Wien Energie Wienstrom GmbH im Bereich Telekommunikation tätig. Er ist hier für den Aufbau dieses Geschäftsfeldes, Kommunikation und das Produkt- und Portfoliomanagement verantwortlich.



## **Herbert Kirl, MBA**

Vorstand und Gründer von LOPAS AG (Unternehmensgründung 2008), davor Country Director Canon Business Center Österreich, General Manager Sales Canon Business Solutions mit Verantwortung für 100 Verkaufsmitarbeiter (60 davon im Außendienst) und Ergebnisverantwortung für ca. € 70 Mio. Umsatz. Zu seinen wesentlichsten beruflichen Erfolgen zählt die höchste Budgeterreichung aller Business Center Channels in Europa 2006 und 2007; darüber hinaus war er Initiator und wesentlicher Mitgestalter eines paneuropäischen Projektes zur Einführung einer CRM-Applikation für ca. 2.000 Verkäufer mit dem Ergebnis, dass Canon Österreich unter seiner Führung das CRM-Kompetenzzentrum wurde und für die europaweite Implementierung sowie Weiterentwicklung verantwortlich war.



## **Mag. Kathrin Kränkl**

ist Geschäftsführerin der P.R.I.M.A. Public Relations und Image Marketing Agentur in Wien. Studium der Kommunikationswissenschaften und Deutsche Philologie, akademisch geprüfte Markt- und Meinungsforscherin. Ihre Spezialgebiete sind Public Relations, Shopper Marketing und Shopper Psychologie. Sie entwickelt sowohl für große internationale Konzerne als auch für KMUs maßgeschneiderte Kommunikationskonzepte. Marktforschung wird dabei je nach Geschäftssparte unterschiedlich eingesetzt und bildet die Basis für viele Geschäftsentscheidungen.



## **Mag. Willy Lehmann**

Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien, Verkauf und Marketing bei der Ottakringer Brauerei danach Wechsel zu Römerquelle. Stationen der 15-jährigen Karriere bei Römerquelle: Marketingleiter, Verkaufsleiter, Geschäftsführer des Tochterunternehmens Markus-Quelle, Prokura bei Römerquelle. Seit 2002 betreibt er die Willy Lehmann Markenagentur (Markenentwicklung, Markenführung, klassisches Marketing). Lektor an der WU Wien und Johannes Kepler Universität Linz. Buchautor (Die Marke Römerquelle) und Herausgeber des Genuss Guides (Der Führer durch die Feinkostszene Österreichs). Aufsichtsrat in der Devin AG (ein Unternehmen der Advent Gruppe), Mitglied des Herausgeberbeirats der werbewissenschaftlichen Publikation „transfer“.



## **Mag. Margit Moravek**

Unternehmensberaterin mit Schwerpunkt Marketing, Geschäftsführerin von comstratega Unternehmensberatung & Marketing GmbH, Studium der Handelswissenschaften an der WU Wien, Prämierte Diplomarbeit zum Thema Direct Marketing. Zusatzausbildungen: Grafikdesign, Drucktechnologie, Trainer- und Coaching-Ausbildung. Seit 2006 Referentin an der Fachhochschule Wiener Neustadt zum Thema „Dialog Marketing“; Betreuung von ca. 1.500 Mailing-Projekten in 15 Jahren quer durch fast alle Branchen und Unternehmensgrößen.

# Die Top-ExpertInnen aus Wissenschaft und Praxis

## **Prof. (FH) Dr. Karl Pinczolits**

seit über 30 Jahren im Verkauf, im Management und als Berater in Vertrieb und Marketing tätig. Er berät und trainiert amerikanische, europäische und japanische Unternehmen im Bereich Wachstumsstrategien und Umsatzsteigerungen. Er ist Fachbereichsleiter für Marktkommunikation und Vertrieb an der Fachhochschule Wiener Neustadt, Autor der Bücher „Schlagzahlmanagement“, „Der befreite Vertrieb“, der Studien „Produktivität im Vertrieb“ u.a. Zu seinen Kunden zählen ABB, Abbott, AWD, Bawag PSK, Bender, Bewag, Canon, CapitalLeben, Ciba Vision, Colt, Credit Suisse, Daimler-Chrysler, EVN, Hitachi, Hörbiger, IBM, Lewa, Masterfoods, Novartis, Nycomed, Philips, Post, Raiffeisen, Ratioform, Siemens, Skandia, Tele2, Unilever, Volksbank, Wiener Städtische Versicherung, Wiener Stadtwerke, Wiengas.



## **Dipl.-Kfm. Jürgen Röss**

ist geschäftsführender Partner von NAVO Consulting. Seit über 10 Jahren berät er als systemischer Organisationsberater Unternehmen im Change Management. Neben der Unternehmensentwicklung liegen weitere Tätigkeitsschwerpunkte in der Innovations- und Strategieberatung sowie in der Begleitung von Post Merger Integrationsprozessen. Als Business Sparring Partner für das Top Management setzt er gezielt seine langjährige betriebswirtschaftlich-systemische Kernkompetenz ein. Zu den Kunden von NAVO Consulting zählen multinationale Unternehmen ebenso wie mittelständische Unternehmen. Kunden sind u. a. Boehringer Ingelheim, Hugo Boss, Brugg Rohrsysteme, Cognis, Dell, KPMG, Linde, Merck Finck Treuhand, Metro, Publicis, Rohde & Schwarz, Siemens, Stadtwerke München, UCB Pharma, W.L. Gore.



## **Mag. Martin Streicher**

arbeitet für die Trigon Entwicklungsberatung GmbH und war zuvor 4 Jahre als Senior Consultant bei der internationalen, auf Pricing spezialisierten Firma Simon – Kucher & Partners beschäftigt. Beratungsschwerpunkte liegen in der Entwicklung und Umsetzung von Pricing-, Vertriebs- und Marketingkonzepten vorwiegend im B-2-B Umfeld. Er ist Co-Autor des Buches „Spitzenleistungen Made in Austria – Österreichische Europa- und Weltmarktführer und ihre Strategien“ sowie Praxis-Referent zu den Themen Pricing und Vertrieb.



## **Mag. (FH) Michael Torggler**

leitet den Fachbereich Informationsmanagement an der Fachhochschule Wiener Neustadt. Er beschäftigt sich mit dem Einsatz von betrieblichen Informationssystemen zur Unterstützung von Customer Relationship Management (CRM). Seine derzeitigen Schwerpunkte liegen in der Verbreitungs- und Akzeptanzforschung zur Verwendung und Einführung von CRM-Systemen in österreichischen Unternehmen. Michael Torggler unterrichtet an der Fachhochschule Wiener Neustadt in den Bereichen CRM und Wirtschaftsinformatik und hält Vorträge bei internationalen Konferenzen. Er hat einige Marktstudien zum Einsatz von CRM-Software und IT-Beratung am österreichischen Markt veröffentlicht und ist Autor von zahlreichen Fachpublikationen.



## **Mag. Andreas Weese**

Managementtrainer und Berater von internationalen Unternehmen in Österreich, Deutschland, Frankreich, Osteuropa und der Schweiz. Als Praktiker über 25 Jahre Erfahrung in Marketing und Verkauf; seit 1991 selbstständig. Auf Grundlage von Potenzialanalysen arbeitet er mit den individuellen Stärken von Menschen. Als Vizepräsident der „Gemeinschaft Europäischer Marketing- und Verkaufsexperten“ hält er zahlreiche internationale Vorträge zu Fragen des Managements und Verkaufs. Zu seinen Kunden zählen u.a. Bankhaus Spängler, Berliner Rundfunk, Billa, Bosch-Blaupunkt, Der Standard, Erste Bank, Fiat, Kodak, Marketing Club Austria, Pierre Lang, Renault, SOS Kinderdorf, Sparkassenakademie.



## **Dr. Ernst Weissenböck**

leitet den Fachbereich Internationales Marketing und Sales an der Fachhochschule Wiener Neustadt. Er hat über 20 Jahre Erfahrung in Führungspositionen in internationalen Unternehmen. Dazu zählen 3 Jahre Auslandserfahrung in den Nordic Countries (Schweden, Dänemark, Norwegen, Finnland) als Geschäftsführer für Ciba Vision, einer Tochterfirma der Novartis. Anschließend 5 Jahre Erfahrung in Japan auch als Geschäftsführer für Ciba Vision. Ernst Weissenböck hat sich auf Trainings in den Bereichen Marketing, Verkauf und Führung fokussiert. Zu seinen Kunden zählen neben internationalen Firmen auch mittelständische Unternehmen mit maßgeschneiderten Trainingsprojekten.





### Marketing-Management

Modul 1	7. – 8. Oktober 2010
Modul 2	21. – 22. Oktober 2010
Modul 3	4. – 5. November 2010
Modul 4	18. – 19. November 2010
Modul 5	2. – 3. Dezember 2010

### Verkaufs- und Vertriebs-Management

Modul 1	17. – 18. März 2011
Modul 2	14. – 15. April 2011
Modul 3	5. – 6. Mai 2011
Modul 4	18. – 20. Mai 2011

jeweils Donnerstag und Freitag bzw. Mittwoch,  
Donnerstag und Freitag von 9:00 bis 17:00 Uhr

### Ihre Teilnahme-Investition (exkl. 20% MWSt.)

#### Marketing-Management (10 Tage)

€ 4.200,-	je TeilnehmerIn
€ 3.900,-	je TeilnehmerIn für Mitglieder Forum Vertrieb & Verkauf

#### Verkaufs- und Vertriebs-Management (9 Tage)

€ 3.780,-	je TeilnehmerIn
€ 3.510,-	je TeilnehmerIn für Mitglieder Forum Vertrieb & Verkauf

#### Je Modul (2 Tage)

€ 995,-	je TeilnehmerIn
€ 915,-	je TeilnehmerIn für Mitglieder Forum Vertrieb & Verkauf

#### Je Modul (3 Tage)

€ 1.445,-	je TeilnehmerIn
€ 1.345,-	je TeilnehmerIn für Mitglieder Forum Vertrieb & Verkauf

### Vorteilspreis für die gesamte Ausbildung inkl. Studiengebühr der FH Wiener Neustadt (19 Tage) (exkl. 20% MWSt.)

€ 7.780,-	je TeilnehmerIn
€ 7.250,-	je TeilnehmerIn für Mitglieder Forum Vertrieb & Verkauf

**Prüfungsgebühr** je Teilabschluss (exkl. 20% MWSt.)  
€ 165,-

### Zugangsvoraussetzungen für den gesamten Lehrgang

- BewerberInnen ohne abgeschlossenes Studium:  
Mindestens 24 Monate Berufspraxis
- BewerberInnen mit abgeschlossenem Studium:  
6 Monate Berufspraxis

### Information und Beratung

Mag. Barbara Halapier  
E-Mail: barbara.halapier@opwz.com  
Tel. +43 1 533 86 36-58

### Ort

ÖPWZ, 1010 Wien, Rockhgasse 6 (Ecke Hohenstaufengasse)  
Gerne nennen wir Ihnen Übernachtungsmöglichkeiten.  
Bitte rufen Sie uns an:  
Kunden-Center, Tel. +43 1 533 86 36-11

### Maximale Teilnehmerzahl

Um ein intensives Arbeiten zu gewährleisten ist die Anzahl der TeilnehmerInnen dieser Ausbildung mit 16 Personen begrenzt.  
Wir empfehlen daher eine rasche Anmeldung.

### Rücktritt

Bis zwei Wochen vor Lehrgangbeginn können Sie kostenlos schriftlich stornieren. Danach werden 50% der Teilnahmegebühr verrechnet, ab dem Tag des Lehrgangbeginns ist die volle Teilnahmegebühr zu bezahlen. Selbstverständlich ist eine Vertretung der angemeldeten Person ohne Zusatzkosten möglich.

### Zertifikat und Abschluss

Die TeilnehmerInnen erhalten das **Teilnahme-Zertifikat** mit der Bestätigung über die erworbene Qualifikation und der besuchten Module/Lehrinhalte.  
Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, nach Absolvierung der einzelnen Teilbereiche eine Prüfung abzulegen. Die Prüfung besteht in der Präsentation einer Fallstudie/eines konkreten Projekts bzw. einer Problemlösung aus Ihrem Tätigkeitsbereich.  
Nach erfolgreicher Absolvierung des gesamten Lehrgangs schließen Sie mit dem **Diplom „Akademische/r Marketing- und Vertriebs-Manager/in“** ab.



### Bildungsförderung

#### Das ÖPWZ ist österreichweit anerkannter und zertifizierter Bildungsträger.

Das Arbeitsmarktservice (AMS) sowie eine Reihe von Institutionen unterstützen die betriebliche und persönliche Qualifizierung. Informieren Sie sich über mögliche Förderungen Ihrer Aus- und Weiterbildung auf [www.opwz.com](http://www.opwz.com).

ZVR: 598402620



## Marketing- und Vertriebs-Manager

FH-Lehrgang Fachhochschule Wiener Neustadt / ÖPWZ



### Anmeldebogen\*

#### Marketing-Management

- Alle Module Marketing-Management (10 Tage)**
- Modul 1, Marketing-Grundlagen und Marketing-Strategie** 07. – 08. Oktober 2010 MV 010 715
- Modul 2, Marktforschung und Marketingplan** 21. – 22. Oktober 2010 MV 010 716
- Modul 3, Produkt-, Markenmanagement und Preispolitik** 4. – 5. November 2010 MV 011 717
- Modul 4, Kommunikation, Innovationsmanagement und Trends** 18. – 19. November 2010 MV 011 718
- Modul 5, Marketing-Controlling und Internationales Marketing** 2. – 3. Dezember 2010 MV 012 719

#### Verkaufs- und Vertriebs-Management

- Alle Module Verkaufs- und Vertriebs-Management (9 Tage)**
- Modul 1, Verkaufsplanung und Vertriebscontrolling** 17. – 18. März 2011 MV 103 711
- Modul 2, Führung, Motivation und Zielerreichung** 14. – 15. April 2011 MV 104 712
- Modul 3, Vertriebsanalyse und Vertriebsstrategie** 5. – 6. Mai 2011 MV 105 713
- Modul 4, Sales Excellence und Kundenstrategie** 18. – 20. Mai 2011 MV 105 714

#### Verkaufs- und Vertriebs-Management & Marketing-Management

- Gesamte Ausbildung (19 Tage)**
- Der Nachweis für die Zugangsvoraussetzung liegt bei.**  
Information und Beratung: Mag. Barbara Halapier, E-Mail: [barbara.halapier@opwz.com](mailto:barbara.halapier@opwz.com), Tel. +43 1 533 86 36-58

Name \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_ Funktion \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_ Branche \_\_\_\_\_ Mitarbeiterzahl \_\_\_\_\_

Anschrift/Rechnungsadresse \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Telefax \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

Senden Sie mir bitte Informationen über das Forum Vertrieb & Verkauf. \_\_\_\_\_ Datum/Unterschrift

\*Bitte füllen Sie für jede(n) TeilnehmerIn einen eigenen Anmeldebogen aus.

**Anmeldung** per Fax +43 1 533 86 36-36 oder E-Mail: [anmeldung@opwz.com](mailto:anmeldung@opwz.com)  
ÖPWZ, 1010 Wien, Rockhgassee 6, [www.opwz.com](http://www.opwz.com)

