

Hochschul-Zertifikatskurs Marketing, Vertrieb und Kundenmanagement



Laufzeit: September 2017 bis Juli 2018
Module auch einzeln buchbar!

- Profilorientiertes Kundenmanagement
- Grundlagen Marketing und Konsumentenverhalten
- Grundlagen Marktforschung
- Absatz- und Unternehmenskommunikation
- Online Marketing
- International Business Behaviour
- Gesprächs- und Verhandlungstraining
- Verkaufstraining
- Vertragsgestaltung
- Profilorientiertes Produkt- und Schnittstellenmanagement

Abschlusszertifikat der Hochschule Augsburg

Technologie Centrum Westbayern GmbH
Ein An-Institut der Hochschule Augsburg
Emil-Eigner-Straße 1
86720 Nördlingen

Weiterbildungszentrum Donau-Ries

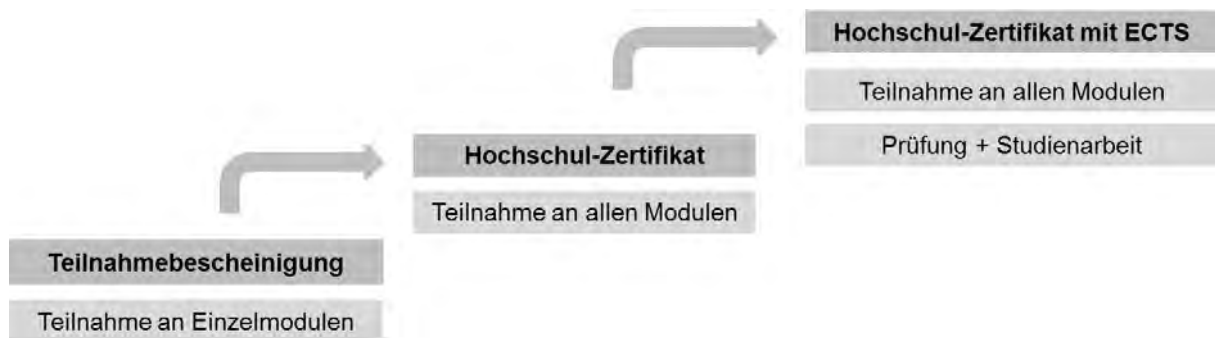
Tel. 09081 8055-100,
Telefax 09081 8055-151
info@tcw-donau-ries.de,
www.tcw-donau-ries.de

1. Auflage 2017,
Änderungen vorbehalten
Titelbild © Rido . Fotolia.com

Hochschul-Zertifikatskurse – Abschluss in drei Stufen Was ist das Besondere?

In Kooperation mit der Hochschule Augsburg bieten wir mehrere Zertifikatskurse am Weiterbildungszentrum Donau-Ries für Fach- und Führungskräfte an, um Wissen kompakt und gezielt zu vertiefen. Die Fachseminare sind modular aufgebaut und flexibel buchbar. Alle Dozenten sind erfahrene Professoren der Hochschule Augsburg bzw. langjährige Lehrbeauftragte.

Abschluss in drei Stufen:



Teilnehmer einzelner Themenmodule erhalten eine Teilnahmebescheinigung und nach erfolgreicher Teilnahme an allen Modulen eines Zertifikatskurses ein Zertifikat der Hochschule Augsburg. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, eine Prüfung und eine Studienarbeit abzulegen, um ein Zertifikat der Hochschule Augsburg mit einer Benotung und einer entsprechenden Anzahl an ECTS* zu erwerben.

Die Module der Hochschul-Zertifikatskurse werden jährlich angeboten. Interessenten können auch jederzeit während der Laufzeit einsteigen und haben max. zwei Jahre Zeit, um alle Module zu besuchen.

Was sind ECTS?

ECTS (European Credit Transfer System) sind Leistungspunkte, die im europäischen Hochschulraum vergeben werden. ECTS-Punkte messen die zeitliche Gesamtbelastung des Studierenden. Für einen Leistungspunkt wird eine Arbeitsbelastung des Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25-30 Stunden angenommen.

Aktuelle Zertifikatskurse:

- Management-Wissen Teil 1 . Betriebswirtschaftliches Know-how
- Management-Wissen Teil 2 - Handlungskompetenz
- Produktmanagement
- Controlling
- Marketing, Vertrieb und Kundenmanagement
- Internationale Management-Kompetenz

Zielgruppe

Der Kurs wendet sich an Nachwuchs- und Führungskräfte aus Vertrieb und Marketing, Unternehmenskommunikation, Produktmanagement sowie Forschung und Entwicklung.

Zielsetzung des Kurses

Wer im Wettbewerb steht, weiß: Erfolg hat, wer bestmöglich Bedürfnisse der Kunden erfüllt und einzigartigen Nutzen bietet. Ein klares und differenzierendes Profil in Markt und Öffentlichkeit ist der Schlüssel dafür.

Im Mittelpunkt jeder Geschäftsbeziehung stehen Kunden und Produkte. Es sind Menschen, die Geschäft generieren und darüber entscheiden, ob eine Kundenbeziehung dauerhaft Bestand hat. Was einfach klingt, ist im Alltag eine sehr herausfordernde Managementaufgabe. Marketing und Vertrieb in einer globalisierten und medialisierten Welt erfordern ein fundiertes, aktuelles und interdisziplinäres Wissen. Nur so können die richtigen Entscheidungen zum richtigen Zeitpunkt getroffen werden.

Die Hauptkompetenzen erfolgreicher Funktionsträger im Vertrieb und Marketing sind eine hohe emotionale Intelligenz, eine hohe Konzeptionskompetenz sowie eine gefestigte Abschlusskompetenz. Sie benötigen den starken Willen, Geschäfte für das eigene Unternehmen und ihre Kunden nachhaltig wachsen zu lassen.

Der Zertifikatskurs sMarketing, Vertrieb, Kundenmanagement%kombiniert wissenschaftlich fundiertes Fachwissen und Praxisnähe aus allen marketing- und vertriebsrelevanten Bereichen. Wertvolles Grundlagenwissen über Marketing, Vertrieb, Unternehmenskommunikation und Profilbildung wird kompakt aufbereitet. Spezialwissen über Marktforschung, Online-Marketing und Vertragsrecht ergänzen die Kompetenzfelder.

International Business Behaviour, Verkaufstraining sowie Gesprächs- und Verhandlungstraining sind für das operative Geschäft im In- und Ausland sehr hilfreich und runden das Themenangebot ab.

Hauptkompetenzen, die in diesem Kurs vermittelt werden:

- Bewertungs- und Entscheidungskompetenz
- Marketing- und Vertriebskompetenz
- Online und Offline-Kompetenz
- Kommunikations-, Sozial- und Rechtskompetenz

Ihre Vorteile:

- Hohe Flexibilität durch einen modularen Aufbau der Inhalte
- Module können bei Bedarf entsprechend der eigenen Vorkenntnisse gezielt ausgewählt werden
- Praxisorientierte Vermittlung der Inhalte durch Unternehmensbeispiele und Fallstudien
- Zeit für Erfahrungsaustausch und Diskussion

Alle Dozenten sind Professoren oder langjährige Lehrbeauftragte der Hochschule Augsburg. Dies sichert Ihnen aktuelles, wissenschaftlich fundiertes Wissen.

Umfang:

Gesamt: 16 Seminartage, 6 Module à 2 Seminartage, 4 Module à 1 Seminartag

Alle Module sind auch einzeln buchbar!

Teilnahmegebühr:

Einzelmodule: 598,00 € + MwSt. (2 Tage) / 299,00 € + MwSt. (1 Tag) / Gesamtpreis: 4305,60 € + MwSt. (bei Buchung aller Module/Das entspricht einem Rabatt von 10%).

Die Seminargebühr wird in drei Abschlägen vor den Seminarterminen berechnet:

Abschnitt 1: 1076,40 € , Abschnitt 2: 1883,70 € , Abschnitt 3: 1.345,50 € jeweils zzgl. MwSt.

Veranstaltungsort:

Technologie Centrum Westbayern GmbH, Weiterbildungszentrum Donau-Ries,
Emil-Eigner-Straße 1, 86720 Nördlingen

Modul- und Terminübersicht

	Tage	Seite	Sept. 2017	Okt. 2017	Jan. 2018	Febr. 2018	Mrz. 2018	April 2018	Mai 2018	Juni 2018	Juli 2018
Module											
(1) Profilorientiertes Kundenmanagement	2	6	28.-29.09.								
(2) Grundlagen Marketing und Konsumentenverhalten	2	6		16.-17.10.							
(3) Grundlagen Marktforschung	1	7			18.01.						
(4) Absatz- und Unternehmenskommunikation	2	7				19.-20.02.					
(5) Online-Marketing	2	8					14.-15.03.				
(6) International Business Behaviour	1	8						18.04.			
(7) Gesprächs- und Verhandlungstraining	1	9						19.04.			
(8) Verkaufstraining	2	9							08.-09.05.		
(9) Vertragsgestaltung	1	10								04.06.	
(10) Profilorientiertes Produkt- und Schnittstellenmanagement	2	10									05.-06.07.

In den Seminaren gibt es eine motivierende Mischung aus Theorie und Praxis

Modul 1: Profilorientiertes Kundenmanagement

Dozent: Prof. Dr. habil. Klaus Kellner, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Profilorientiertes Kundenmanagement hat als unternehmerische Hauptfunktion für den Geschäftserfolg des gesamten Unternehmens eine zentrale Bedeutung. Es sorgt für Geschäftsabschlüsse und kundenbezogene Geschäftsentwicklungen. Es verantwortet, dass Kunden kaufen. Zentrale Aufgaben sind die Erarbeitung und Realisierung von Verkaufskonzeptionen zur Ausschöpfung der Verkaufsgebiete (Länder, Teilregionen) und zur Ausschöpfung der definierten Key Accounts. Stammkunden sind zu pflegen und Neukunden zu gewinnen. Mit Engagement bringt profilorientiertes Kundenmanagement vorhandene und neue Produkte in den Markt.

Seminarinhalte:

Einführung in die Denkweisen, das Instrumentarium und die Teilfunktionen des profilorientierten Kundenmanagements. Besonders berücksichtigt werden das Kundenlebenszyklus-Management sowie das erfolgreiche Schnittstellenmanagement (Verbindung zu anderen am Vertriebsprozess beteiligten Abteilungen im Unternehmen).

Modul 2: Grundlagen Marketing und Konsumentenverhalten

Dozent: Prof. Dr. Manfred Uhl, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Kaum ein Begriff wird so oft falsch verstanden wie *Marketing*. Meint man damit die Werbung? Oder geht es schlichtweg darum, den Kunden mit raffinierten Tricks zum Kauf zu animieren? Beides ist falsch. Gutes Marketing betreiben diejenigen, die ihren Kunden und der Öffentlichkeit nachhaltig Nutzen stiften. Das klingt einfacher, als es ist. Und deshalb benötigt man Expertenwissen. Die Teilnehmer eignen sich professionelles Marketing-Know-how an, erhalten Einblick in die Fachsprache und verstehen die Teilbereiche des Marketings und ihr erfolgreiches Zusammenwirken.

Seminarinhalte:

Marketingbegriffe, Marketingkonzepte und -strategien, Marketingprozess, Marketing-Mix, Marken und Markenführung, Kaufentscheidungsarten, Käuferverhalten, Modelle der modernen Kundensegmentierung, Erkenntnisse aus dem Neuro-Marketing, Wirkungskontrolle.

Modul 3: Grundlagen Marktforschung

Dozentin: Prof. Dr. Hariet Köstner, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Professionelles Kundenmanagement heißt, über die Bedürfnisse der Kunden auf allen Stufen der Beziehung im Bilde zu sein. Wissen, was der Kunde wirklich über das eigene Produkt denkt, wo Potenzial für weitere Lösungen steckt oder inwieweit sich das Produkt von den Mitbewerbern unterscheidet, ist unabdingbar notwendig, um langfristig am Markt zu bestehen. Mit der fortgeschrittenen Digitalisierung hinterlässt jeder Kunde bereits eine Menge an Spuren. Aber Big Data allein genügt nicht. Die Gründe, die zu einem bestimmten Verhalten geführt haben, sind mindestens ebenso relevant. Diese teils unbewusst ablaufenden Verhaltensmuster transparent zu machen, und vieles andere mehr, ist Aufgabe der Marktforschung. Der Kurs vermittelt das notwendige Wissen über die Methoden der Marktforschung sowie deren adäquaten Einsatz in der Praxis.

Seminarinhalte:

Was kann Marktforschung leisten . und was nicht, der Marktforschungsprozess . von der Fragestellung zur Präsentation, das institutsgerechte Briefing, Erhebungsmethoden: Primär- und Sekundärforschung, Beobachtung und Befragung, Auswahlverfahren für Stichprobenziehungen, Auswertungs- und Darstellungsmethoden, Beispiele aus der Marktforschungspraxis: Imageanalysen, Werbetacking, Potenzialstudien, Touchpointanalyse

Modul 4: Absatz- und Unternehmenskommunikation

Dozent: Prof. Dr. Manfred Uhl, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Kommunikation ist die Grundvoraussetzung dafür, dass Anbieter und Käufer zueinander finden und sich . im Idealfall - dauerhaft verbunden fühlen. Zur absatzorientierten Produktkommunikation kommt die Kommunikation des gesamten Unternehmens mit der internen und externen Öffentlichkeit hinzu. Da die Ansprüche der sogenannten Stakeholder ständig wachsen, bedarf es nicht nur einer klaren Strategie für diesen Dialog, sondern man benötigt auch ein solides Wissen über Mediennutzung und zeitgemäße Instrumente der Kommunikation.

Seminarinhalte:

Grundlagen der Unternehmenskommunikation, Corporate Identity, Employer Branding, Corporate Publishing, Werbung, Product Placement, Direkt-Marketing, Event-Marketing, Sponsoring, Corporate Social Responsibility, Online/Mobile, Social Media sowie ein Strategie- und Planungsmodell für die Unternehmenskommunikation in der Praxis.

Modul 5: Online Marketing

Dozent: Thomas Zeithaml, Geschäftsführer, Seoratio GbR, Untermeitingen

Online-Marketing ist heute an Dynamik kaum zu überbieten. Umso wichtiger ist es, solides Wissen für den Einsatz von Online- bzw. Mobile-Instrumenten zu besitzen und aus den Erfahrungen anderer zu lernen. In diesem Seminarmodul stehen alle vertriebsrelevanten Bereiche des Online-Marketings im Vordergrund. Vom Kunden-Newsletter via E-Mail über Customer Care mit Social Media bis zu Shop-Lösungen mit Vertriebspartnern im Affiliate-Marketing . und dies sowohl im B2C als auch im B2B-Bereich.

Seminarinhalte:

Grundlagen, Entwicklung und Trends, Zielgruppen, Newsletter, Suchmaschinenmarketing (z. B. AdWords-Kampagnen), Suchmaschinenoptimierung (z. B. Onpage-Optimierung) und Universal Search (z. B. lokale Suche, news, Bilder, Shopping), Affiliate-Marketing, Social Media und Display-Advertising.

Modul 6: International Business Behaviour

Dozent: Prof. Dr. Gerhard F. Riegl, Hochschule Augsburg

Als wichtigste Sprache zwischen Menschen gilt die Körpersprache. Diese Sprache ist komplexer als jede Fremdsprache, aber sie wird in der Ausbildung so gut wie nicht gelehrt. In jedem Business gilt: Es gibt keine zweite Chance für den guten Ersteindruck. Tatsächlich wird jeder Ersteindruck weniger durch verbale Kommunikation geprägt als durch non-verbale Wahrnehmungen im Geschäfts- und Berufsleben können bei ungeschicktem körpersprachlichem Verhalten, bei Verstößen gegen Rituale oder gegen die Etikette irreparable Beziehungsfehler begangen werden, die auch durch gute Fachkompetenz nicht zu kompensieren sind. Umgekehrt haben alle Gesprächs- und Verhandlungspartner Vorteile, die körpersprachliches Verhalten ihrer Partner besser durchschauen können. Gerade im internationalen Management, bei Medienauftritten oder bei Präsentationen wird Body Language zu einer Schlüsselkompetenz.

Seminarinhalte:

Grundlagen zwischenmenschlicher non-verbaler Wahrnehmungen, Erkenntnisse zu den körpersprachlichen Hauptbereichen: Blickkontakt, Mimik, Gestik, Haltung, Abstand und Tonfall, Anwendung der Körpersprache nach der Systematik bei Neurolinguistischer Programmierung (NLP), Spezialkenntnisse für internationale Kooperation, Begrüßungen, Sitzordnungen, Dress Codes und Körpersprache in der Werbung.

Modul 7: Gesprächs- und Verhandlungstraining

Dozentin: Prof. Dr. Mahena Stief, Hochschule Augsburg

Marketing- und Vertriebsmanager arbeiten in direktem Kontakt mit den Kunden sowie an vielen Schnittstellen mit internen Fachbereichen. Persönliche Kommunikation ist für sie nicht nur täglich Brot, sondern klarer Erfolgsfaktor. In diesem Modul lernen die Teilnehmer, eigene Ideen ergebnis- und partnerorientiert zu kommunizieren und gemeinsam gute Lösungen zu erreichen.

Seminarinhalte:

Faktoren gelungener Kommunikation, wertschätzende Kommunikation, mit Widerstand umgehen und Menschen überzeugen, Umgang mit Konflikten, Gesprächsübungen, Aufbau einer Verhandlung und Verhandlungstraining.

Modul 8: Verkaufstraining

Dozent: Karl Erdle, Erdle Seminare, Augsburg

Der Verkauf ist eine Kerndisziplin in Marketing und Vertrieb. Hier geht es sowohl um solide Vor- und Nachbereitung als auch um professionelles Handwerkszeug für das Gespräch zwischen Anbieter und Kunden. Nur wenn es gelingt, eine positive Beziehung zwischen Anbieter und Kunden aufzubauen, kann sich der Kontakt auch zum Vertragsabschluss entwickeln und zu einem erfolgreichen Geschäft werden.

Seminarinhalte:

Phasen des Verkaufs (Vorbereitung, Kontaktphase, Bedarfsermittlung, Kaufmotive und Produktnutzen), Präsentation, Abschluss-Signale, Abschluss-Techniken, Zusatzverkäufe, Nachbereitung sowie Argumentation und Verhandlungstechniken, Telefonverkauf, Preisargumentation, Einwandbehandlung, Kundentypologien und schwierige Gesprächspartner, Buying-Center, Kalt-Akquisition, Reklamationen, verbale und non-verbale Kommunikation.

Modul 9: Vertragsgestaltung

Dozent: Rechtsanwalt Markus Haas, rt1.media group GmbH, Augsburg

Wie ist ein Vertrag aufgebaut? Welche Regeln müssen bei der Gestaltung beachtet werden? Was versteht man unter typischen Vertragsklauseln? Vertriebsprofis sind oft mit juristischen Fragen konfrontiert. Die Teilnehmer eignen sich in diesem Modul Basiswissen zu typischen Fragen der Vertragsgestaltung an und erlangen Sicherheit bei der vertraglichen Formulierung von Verhandlungsergebnissen. Musterformulierungen erleichtern es, Verträge auf wesentliche Inhalte hin zu prüfen und die Entscheidung zu treffen, ob ein Rechtsanwalt hinzuziehen ist.

Seminarinhalte:

Angebot, Auftragsbestätigung, Rahmenverträge, Laufzeit und Kündigung, Preisanpassungs-/Wertsicherungsklauseln, Fälligkeit der Leistung, Lieferbedingungen und Gefahrtragung, INCOTERMS Lieferverzug, Abnahme, kaufmännische Rügefristen und Rechtsfolgen, Zahlungsbedingungen und Zahlungsverzug, Aufrechnungsverbot, Möglichkeiten der Haftungs- und Schadensbegrenzung, Mängelhaftung und Garantie, Vertragsstrafe, Konkurrenzklausele/Wettbewerbsverbot, Allgemeine Geschäftsbedingungen (Einbeziehung, unwirksame Klauseln, widersprechende AGB), Rechtswahl bei grenzüberschreitenden Verträgen, Gerichtsstandvereinbarung, Salvatorische Klausel.

Modul 10: Profilorientiertes Produkt- und Schnittstellenmanagement

Dozent: Prof. Dr. habil. Klaus Kellner, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Profilorientiertes Produktmanagement hat für den Geschäftserfolg des gesamten Unternehmens eine zentrale Bedeutung. Als unternehmerische Hauptfunktion übernimmt es die Verantwortung für die Generierung der richtigen Produkte - zum richtigen Zeitpunkt, im richtigen Markt, zur optimalen Erfüllung der jeweiligen Kundenbedürfnisse in Deutschland/Europa/der Welt. Die Funktion verantwortet die Erarbeitung und Realisierung von Produktkonzeptionen. Sie steuert die Produktlebenszyklen. Die Funktionsträger haben eine hohe Verantwortung für das erfolgreiche Leistungsspektrum und damit für den Gesamterfolg des Unternehmens.

Seminarinhalte:

Gemeinsame Erarbeitung einer profilorientierten Konzeptionskompetenz anhand eines Managementansatzes, realisierter Praxisbeispiele sowie teilnehmerbezogener aktueller Fälle. Besondere Berücksichtigung der Schnittstellen zu anderen am Prozess der erfolgreichen Produktgenerierung beteiligten Abteilungen.

Karl Erdle, Erdle Seminare, Augsburg



Karl Erdle, Jahrgang 1948, arbeitete nach umfassender Ausbildung im technischen und kaufmännischen Bereich, lange Zeit als technischer Serviceleiter mit der Zielgruppe Handel und Industrie zusammen. Danach schloss sich eine über 10 jährige Tätigkeit auf Geschäftsleitungsebene bei führenden Unternehmen im Marketing und Vertrieb an. Karl Erdle war jahrelang nebenberuflich als Dozent für die Themen Marketing, Vertrieb und Personalführung im In- und Ausland tätig, bevor er sich 1997 als freier Dozent selbständig gemacht hat. Den Ruf eines Pragmatikers erwarb sich Karl Erdle als Verkaufstrainer, Berater und Dozent bei nationalen und internationalen Unternehmen, Verbänden und Bildungsträgern.

Rechtsanwalt Markus Haas, Lehrbeauftragter der Hochschule Augsburg



Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Regensburg und BWL-Intensivkurs an der Fernuniversität Hagen. Seit 2007 Vertrags- und Beteiligungsmanager bei der Mediengruppe Pressedruck und seit Januar 2013 Prokurist der rt1.media group GmbH Lehraufträge an der Universität Augsburg.

Prof. Dr. Klaus Kellner, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft



Berufsausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann, Studium zum Dipl.-Kfm. (Universität Augsburg, Universität Nürnberg, Albion College Mich. USA), Promotion im Bereich strategisches Marketing. Marketing- und Exportleiter in der AL-KO Kober AG. Seit 1993 Professor für Internationales Marketing Management an der Hochschule Augsburg. 2007 Habilitation im Themenbereich „Profilorientiertes Regionalmarketing“ und Priv. Dozent an der Universität Augsburg. Seit 2010 Supervisor and Lecturer for the Doctoral Program in Management Science an der Universität Riga. Inhaltliche Schwerpunkte: Profilorientierte Unternehmensentwicklungen, Produkt- und Innovationsmanagement, Reorganisation von Marketing- und Vertriebsabteilungen, Profilorientierte Regionalentwicklungen.



Prof. Dr. Hariet Köstner, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Studium an der Universität Erlangen-Nürnberg und Promotion im Bereich ökonomisches Modelling, 15 Jahre Marktforschungserfahrung in leitender Position ; Schwerpunkt Studiendesign, statistische Auswertung und strategische Beratung. Besondere Branchenerfahrung: Einzelhandel, Versandhandel, Versicherungen, Energiewirtschaft. Seit 2015 Professorin für empirische Marktforschung. Schwerpunkte der nebenberuflichen Tätigkeit: Beratung bei Marktforschungsprojekten, Datenanalyse, wissenschaftliche Evaluation von Erhebungs- und Auswertungsmethoden.



Prof. Dr. Mahena Stief, Hochschule Augsburg, Fakultät für Allgemeinwissenschaften

Abschluss als Diplom-Psychologin an der Katholischen Universität Eichstätt. Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Erlangen, Sozial- und Wirtschaftspsychologie. Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Durchführung von Beratungs- und Trainingsprojekten für Wirtschaftsunternehmen und NPOs. Professur für Soziale Kompetenzen / Psychologie, seit 2012 auch Leiterin des Zentrums für Sprachen und Interkulturelle Kommunikation der HS Augsburg. Inhaltliche Schwerpunkte: Personalentwicklung, Trainings, Coaching, Personalauswahl, Change Management und Teamentwicklung für KMUs und Großunternehmen.



Prof. Dr. Manfred Uhl, Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft

Studium und Promotion an der Universität Augsburg. 10 Jahre Führungserfahrung in Marketing und Unternehmenskommunikation bei international, regional und kommunal tätigen Unternehmen der Energiewirtschaft. Seit 2010 Professor für International Marketing & Communication. Inhaltliche Schwerpunkte: Marketing- und Unternehmenskommunikation.



Thomas Zeithaml, Geschäftsführer, Seoratio GbR, Untermeitingen

Thomas Zeithaml ist ein Urgestein der deutschen SEO-Szene. Bereits 2001 optimierte er Webseiten und arbeitete als Moderator für namhafte SEO-Foren. Einen Namen machte er sich durch die Entwicklung der Spider-Trap. Durch seine langjährige Branchenerfahrung als SEO-Berater für Großkunden gilt er als Experte für Shop-Optimierung, Google News Optimierung und Tiefenanalysen auf Domänebene. Er verantwortet die hausinterne SEO-Tool-Entwicklung.

Wir, das **Weiterbildungszentrum Donau-Ries**, sind kompetenter Weiterbildungspartner für Fach- und Führungskräfte und bieten gemeinsam mit unseren Partnern qualitativ hochwertige berufliche Weiterbildungs- und Wissenstransferangebote sowie Erfahrungsaustausch auf dem neuesten Stand der Technik, an.

Mit der Initiative **!Produktion 2020!** adressieren wir wichtige Themenfelder aus den Bereichen der Produktion der Zukunft - **Innovative Technik, Maschinensicherheit, Prozess- und Qualitätsmanagement, Betriebswirtschaft, Marketing und Management**. Wir konzipieren bedarfsgerechte, kundenspezifische Weiterbildungs- und Personalentwicklungskonzepte und beraten Unternehmen bei der Mitarbeiterqualifizierung.

Wir sind **aktives Bindeglied zwischen Wissenschaft und Wirtschaft**. In unserem Referenten- und Partnernetzwerk engagieren sich erfahrene **Lehrende aus Industrie, Hochschule und Unternehmensberatung**. Wichtige Anliegen sind uns die besondere Qualität und **Praxisnähe der Inhalte** - ob beim Seminar, beim Zertifikatslehrgang oder bei Inhouse-Projekten. Dies wird durch Einbindung von Praxisteilen in unserem **Demo & Research Center** gewährleistet - vor Ort, in unserem Institutsumfeld. So wird Innovation greifbar!

Als **Transferzentrum** bündeln wir für die Mechatronik und Produktionstechnik wichtige Kompetenzen und begleiten die Entwicklung potentialträchtiger Schlüsseltechnologien der Zukunft bis zu deren Anwendung.

Unsere Weiterbildungsthemen:

- > Produktion 2020 . Technik & Innovation
- > Maschinensicherheit & Dokumentation
- > Prozess- & Qualitätsmanagement
- > Management, Personalmanagement
- > Mitarbeiterführung & Persönlichkeit
- > Marketing, Vertrieb & Kommunikation
- > Assistenz, Sekretariat & Office
- > Lohn- und Finanzbuchhaltung

Anmeldung, Teilnahmebedingungen Ansprechpartner

Anmeldung:

-> per Fax 09081 8055-151

-> E-Mail: anmeldung@tcw-donau-ries.de

-> telefonisch: 09081 8055-100

Teilnahmebedingungen:

Die angegebenen Teilnahmegebühren verstehen sich pro Person, zzgl. der ges. MwSt. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung, damit ist Ihre Anmeldung bindend. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Stornierungen können bis zu 10 Tage vor Veranstaltungsbeginn (bei Buchung eines kompletten Zertifikatkurses 10 Tage vor Beginn des ersten Moduls) vorgenommen werden. Danach verlieren Sie Ihren Anspruch auf Rückerstattung. Das Umbuchen auf Ersatzteilnehmer ist jederzeit möglich.

Sie erhalten spätestens am Veranstaltungstag eine Rechnung zur Überweisung, Zahlbar netto innerhalb von 10 Tagen.

Die Technologie Centrum Westbayern GmbH behält sich das Recht vor, Seminare auch nach erfolgter Teilnahmebestätigung wegen zu geringer Nachfrage, bei Ausfall der Referenten oder bei anderen wichtigen Gründen, die nicht vom Technologie Centrum Westbayern GmbH zu vertreten sind, abzusagen oder zu verschieben. Ein Anspruch auf Schadensersatz gegenüber der Technologie Centrum Westbayern GmbH besteht nicht. Bei Ausfall werden bereits bezahlte Seminargebühren zurückerstattet.

Ansprechpartner:



Manuela Jenewein

Leitung Geschäftsfeld Seminare, Foren & Personalentwicklungsangebote
Weiterbildungszentrum Donau-Ries

Tel. 09081 8055-102

manuela.jenewein@tcw-donau-ries.de

