2012–2015

sawi
WO PRAXIS SCHULE MACHT.

Höhere Fachschule für Marketing

Dipl. Marketingmanager/in

Vorteile am SAWI

Diese Faktoren sprechen für eine Weiterbildung am SAWI:

- über 40 Jahre Erfahrung im Weiterbildungsbereich in den Branchen Marketing, Werbung und Verkauf
- überdurchschnittlich hohe Erfolgsquoten bei den eidg. Fachausweisen und Höheren Fachprüfungen
- über 20'000 Studenten seit der Gründung
- begrenzte Klassengrössen und dadurch hoher Interaktionsgrad zwischen Dozenten und Studenten
- hochkarätige Dozenten von Universitäten und Fachhochschulen sowie praxiserprobte Profis von führenden Unternehmen
- individuelle und persönliche Betreuung der Klassen
- grosse und helle Schulräume mit leistungsfähigem WLAN-Zugang
- 18 PC-Workstations mit Gratis-Internetzugang
- diverse Räume für Gruppen- oder Einzelarbeit
- Lounge mit Automatenverpflegung, Kühlschrank und Kochmöglichkeit
- Imbissrestaurant/Take away
- Zürich-Stettbach: Parkplätze/Tiefgarage im Gebäude
- Die Schulungszentren in Zürich-Stettbach und Bern sind ab Bahnhof innert weniger Minuten zu Fuss erreichbar

Die wichtigsten Lehrgangs-Fakten in Kürze:

Gesamtdauer:	36 Monate
Anzahl Lektionen:	1200 Lektionen
Abschluss:	Diplom HF (eidg. anerkannt)

Inhalt

Management Summary	4
Editorial	6
Nutzen der HFMK	7
Nutzen der HFMK am SAWI	8
Aufnahmebedingungen	10
Geschützter Titel	10
Unterrichtsort/-zeiten	11
Stoffplan	12
Prüfungswesen und Diplomarbeit	18
Administratives und Organisation/Zertifizierung	19
Weiterbildungsangebote des SAWI	21
Trägerschaft, Sponsoren und Kooperationspartner des SAWI	22

Hinweis zur Lesbarkeit

Wir verwenden der leichteren Lesbarkeit halber die männliche Form bei Personenbezeichnungen; die weibliche Form ist integriert.

MANAGEMENT SUMMARY

Berufsbild

Dipl. Marketingmanager HF sind Generalisten des Marketing mit breiten, vernetzten handlungspraktischen Fach- und Führungskompetenzen.
Sie übernehmen Verantwortung und Führungsaufgaben in Marketingabteilungen von KMU oder Grossbetrieben im operativen Marketing, in Geschäftsprozessen oder in Unterstützungsprozessen. Dipl. Marketingmanager HF gehen anspruchsvolle Praxissituationen aus einer betriebswirtschaftlich abgestützten Prozessoptik an und kommunizieren – auch in einer Fremdsprache – mit den relevanten internen und externen Anspruchsgruppen. Sie führen Projekte und Mitarbeitende, koordinieren, unterstützen und motivieren die an den Prozessen Beteiligten zur Erreichung der Unternehmens- und Marketingziele.

Im Vergleich zu Hochschulabsolventen, deren Ausbildung wissenschaftlich orientiert ist, sind dipl. Marketingmanager HF durch ihre Ausbildung und Berufserfahrung stark arbeitsmarkt-, handlungs- und umsetzungsorientiert.

Titel

Dipl. Marketingmanagerin HF (eidg. geschützter Titel)
Dipl. Marketingmanager HF

marketing-manager diplômé ES
marketing-manager diplômée ES
marketing-manager dipl. SSS

College of Higher Professional Education and Training Degree in Marketing Management (Übers.)

Prüfungswesen und Diplomarbeit

Studienbegleitende Prüfungsleistungen und Diplomarbeit.

Studienhonorare und Gebühren

Konsultieren Sie bitte das Anmeldeformular.

Management Summary

Nutzen der HFMK (Höhere Fachschule für Marketing)

Hochstehende Generalistenausbildung im Marketing

Mehr und bessere berufliche Möglichkeiten

Attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten

Hoher Stellenwert in der Wirtschaft

Ihr Nutzen an der HF Marketing am SAWI

Innovation – SAWI hat mit dem SIB den allerersten HFMK-Lehrgang 2008 entwickelt

Rasch umsetzbares Wissen aus der Praxis, schon während des Studiums

Vermittlung relevanter Fähigkeiten und Fertigkeiten – dank Tradition und langjährigem Know-how

Geprüfte Qualität – das SAWI ist EduQua- und ISO-zertifiziert

Bildungsangebote im Marketing als Kernkompetenz

Unterricht von Lehrpersonen aus der Praxis für die Praxis

Abwechslungsreiche didaktische Konzeption

Gezielte Förderung der Handlungskompetenz

Verkehrsgünstige Lage, exklusive Lernatmosphäre

Editorial

Herzlich willkommen an unserer
Höheren Fachschule für Marketing!

Das SAWI, Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation ist national seit über 40 Jahren die führende Ausbildungsstätte in diesem Bereich. Es wird getragen von wichtigen Berufsorganisationen und Verbänden der Marketing- und Kommunikationsbranche der Schweiz. Dadurch ist eine hohe Akzeptanz in der Wirtschaft garantiert.

Das Schulinstitut stellt seine Kompetenz neu den Weiterbildungswilligen auch auf Stufe der Höheren Fachschule zur Verfügung.

Die Höhere Fachschule für Marketing wurde von Swiss Marketing (SMC) ins Leben gerufen. Ausgangspunkt war eine repräsentative Studie, durchgeführt bei Führungskräften in Marketing und Verkauf. Diese hat gezeigt, dass das Marketingwissen allein zwar wichtig, aber nicht hinreichend ist, um als Marketer auch in Zukunft erfolgreich zu handeln. Dazu müssen diese zusätzlich über ein solides Repertoire an Leadership sowie betriebswirtschaftlicher Kompetenz verfügen.

Es ist das oberste Ziel von SAWI, dass unsere Studierenden ihre hochgesteckten Bildungs- und Karriereziele erreichen. Dafür engagieren wir uns. Wir freuen uns auf Sie.

Michael Broglin
Fachbereichsleiter Marketing & Verkauf, SAWI

Positionierung der HFMK

Von Marketingfachleuten mit eidg. Fachausweis heben sich dipl. Marketingmanager HF durch ihre betriebswirtschaftliche Breite und die Führungskompetenz ab. Wie die Titel ja ausdrücken, sind die einen Fachleute und die anderen Manager. Fachmann kann man auch ohne Führungskompetenz sein; Manager ohne Fachkompetenz hingegen nicht. Zudem hat der Unterricht der Marketingmanager einen anderen Charakter. Da sie nicht auf eine externe Prüfung vorbereitet werden, fällt ein Prüfungstraining weg. Das bietet Raum für noch mehr Praxisorientierung an der Höheren Fachschule für Marketing.

Dipl. Marketingmanager HF haben wie dipl. Betriebswirtschafter HF einen begehrten Abschluss auf gleicher Stufe und auf gleich hohem Niveau. Wie die unterschiedlichen Titel es schon andeuten, haben dipl. Marketingmanager HF deutlich mehr Marketing, Verkauf und PR als dipl. Betriebswirtschafter HF. Letztere haben wiederum insbesondere mehr Rechnungswesen, Finanzierung, Investition, Recht. Dipl. Marketingmanager sind für Führungsaufgaben in Marketing und Verkauf ausgebildet.

Hochstehende Generalistenausbildung

Die HFMK ist die hochstehende Generalistenausbildung für praxisnahe Marketing-Spezialisten. Sie verbindet Marketing-, Führungs- und Managementkompetenz auf in der Schweiz einzigartige Weise und schliesst mit dem Diplom «Marketingmanager HF» ab, einem Titel, der eidgenössisch geschützt und daher auch im Ausland anerkannt wird.

Mehr berufliche Möglichkeiten

Die Ausbildung dipl. Marketingmanagerin HF bereitet Sie für vielfältige Management- und Führungsaufgaben in Marketing, Verkauf und Kommunikation vor. Ihre inhaltliche Breite und Tiefe dient den Absolventinnen und Absolventen als praxisnahes Instrument auf dem Weg zur erfolgreichen Karriere. Sie öffnet einen breiten Fächer beruflicher Möglichkeiten.

Hoher Stellenwert in der Wirtschaft

Das Diplom «Marketingmanager HF» ist ein Abschluss auf Stufe Höhere Fachschule (HF). Höhere Fachschulen haben sich in der Schweiz seit mehr als vier Jahrzehnten etabliert und geniessen eine breite Anerkennung, eine grosse Bekanntheit und einen hohen Stellenwert. Höhere Fachschulen sind im Trend und entsprechen dem heutigen Zeitgeist. Einige neue Höhere Fachschulen sind jüngst entstanden bzw. sind in Entstehung; so in den Bereichen Bank- und Finanzwirtschaft, Versicherungswirtschaft und Treuhandwesen. Die Höhere Fachschule für Marketing entspricht somit ganz den Bedürfnissen des Bildungs- und Arbeitsmarktes.

Nutzen der HFMK am SAWI

Attraktive Anschlüsse – die Weiterbildungsmöglichkeiten

Eine Ausbildung an der Höheren Fachschule für Marketing bietet Ihnen ein Maximum an Weiterbildungsmöglichkeiten im Anschluss. Dipl. Marketingmanager HF werden zu Höheren Fachprüfungen (eidg. Diplome), zu Nachdiplomstudien der Höheren Fachschulen (NDS HF) und zu Executive Master bzw. Master of Advanced Studies der Fachhochschulen zugelassen. An gewissen Fachhochschulen wird zudem die Möglichkeit bestehen in ein höheres Semester des Studiums Bachelor of Business Administration oder Business Communication einzutreten und so in rund vier Semestern zu einem hochschulischen Diplomabschluss zu gelangen.

Das SAWI ist die schweizerische Ausbildungsstätte für Marketing, Verkauf und Kommunikation – wer die HFMK beim SAWI absolviert, ist auf Führungsaufgaben im Marketing optimal vorbereitet.

Erkenntnisse für die Praxis während des Studiums

Die HFMK verknüpft Studium und Beruf in optimaler Weise. Davon profitieren Sie doppelt. Sie können die im Studium gewonnen Erkenntnisse und Handlungsimpulse schon während des Studiums unmittelbar in der Berufspraxis anwenden. Umgekehrt gewinnt der Unterricht an Qualität, da Sie Ihre Berufserfahrung engagiert einbringen. Diese fruchtbare Wechselwirkung zwischen Schule und Beruf führt dazu, dass Sie schon während Ihres Studiums an der HFMK für die Praxis profitieren.

Hohe Flexibilität dank verschiedener Studienvarianten

Für berufstätige Studierende ist es eine Herausforderung, Beruf, Privatleben und Studium unter einen Hut zu bringen. Das SAWI bietet Studienvarianten, die den unterschiedlichen Möglichkeiten berufstätiger Menschen optimal entgegenkommen.

Wir vermitteln die relevanten Fähigkeiten und Fertigkeiten in Marketing und Führung – dank Tradition und Führungs-Know-how

Über 40 Jahre Kompetenz – das SAWI wurde 1968 von schweizerischen Marketing- und Kommunikationsverbänden in Biel gegründet. Heute verfügt die Schule über weitere eigene Ausbildungsstätten in Zürich-Stettbach und Lausanne. Dies gewährleistet Unterricht in deutscher und französischer Sprache. Zudem bietet SAWI auch Lehrgänge und Kurse in Baar, Basel, Bern, Genf und Samedan an.

Geprüfte Qualität – das SAWI ist zertifiziert

Das SAWI trägt mit Stolz das EduQua-Siegel und die ISO-Zertifizierung.

Nutzen der HFMK am SAWI

Weiterbildung in Marketing, Kommunikation, Werbung und Verkauf – das SAWI Kerngeschäft

Das SAWI konzentriert sich vollumfänglich auf Aus- und Weiterbildungen in Marketing, Kommunikation, Werbung und Verkauf. Und dies auf allen Stufen der beruflichen Weiterbildung. Das Vermitteln von praxis- und handlungsorientiertem Können, basierend auf wissenschaftlich und fachlich erwiesenen Erkenntnissen, zeichnet sich in der sofort umsetzbaren Leistungsfähigkeit der Absolventen und Absolventinnen aus.

Aus der Praxis, für die Praxis – bei uns gibt es keine graue Theorie

Unsere Dozierenden sind erfahrene Praktiker und qualifizieren sich fachlich wie auch methodisch-didaktisch. Ihr Fokus: der nachhaltige Transfer des Gelernten in die Berufspraxis der Studierenden. So findet Wissen bei Ihnen sicheren Halt.

Nutzenorientiertes Prüfungswesen

Ihre Kompetenznachweise erbringen Sie während des Studiengangs mittels spezifischer transfer- und nutzenorientierter Leistungen. Ziel dieses Systems ist es, Ihre Handlungskompetenz laufend zu prüfen und zu fördern. Davon profitieren Sie schon während des Studiums auch an Ihrem Arbeitsplatz, weil Sie das in der HFMK gelernte Wissen praktisch konkret anwenden können.

Abwechslungsreiche Lehrmethoden – damit es für Sie spannend bleibt!

Ein optimal aufgebauter Lehrplan und organische Zeitstrukturen gewähren Ihnen optimalen Lernraum. Konkret bedeutet das: Sie können sich auf ein Lernfeld mit klaren Zielvorgaben konzentrieren und haben dadurch genügend Zeit für die Vertiefung in einer motivierenden Atmosphäre. Die Vielfalt moderner Lehrmethoden (z.B. Workshops, Simulationen, Fallstudien, Blockwochen) bieten Ihnen die Gewähr, dass das Lernen auch Spass machen wird. Sie erlangen hohe Konzentrationsfähigkeit, gewinnen Vertrauen in die eigenen Kompetenzen und Mut zur Veränderung. Diese Fähigkeiten werden Sie dank unseres Lehrkonzepts als zusätzliche Führungskompetenzen mitnehmen.

Gezielte Förderung der Handlungskompetenz

Unser Studiengang vermittelt Fach-, Sozial- und Methodenkompetenzen – in sich ausgewogen und praxisnah. Damit werden wir unserem Anspruch gerecht, auf dem Arbeitsmarkt gefragte und anwendungsorientierte Generalistinnen und Generalisten im Berufsfeld des Marketings auszubilden.

Sie gewinnen einzigartige Optionen in der Hochschulwelt

Das SAWI hat durch die Ausbildungen auf Höherer Fachprüfungsstufe eine enge Zusammenarbeit mit den Universitäten St. Gallen, Bern und Basel und gewährt so einen direkten Zugriff auf neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und Thesen.

Hervorragende Erreichbarkeit, modernste Infrastruktur – studieren an verkehrsgünstiger Lage in einem idealen Lernambiente!

Das SAWI bietet diese Ausbildung am neuen, im Sommer 2008 fertig gestellten Feusi Bildungszentrum an. Das Feusi Bildungszentrum befindet sich direkt neben dem Bahnhof Bern-Wankdorf. Vom Hauptbahnhof Bern aus sind Sie in 3 Minuten per S-Bahn und in 11 Minuten per Bus am Ziel.

Aufnahmebedingungen / Geschützter Titel

Aufnahmebedingungen

Zum Bildungsgang wird zugelassen, wer über ein

- eidgenössisches Fähigkeitszeugnis Kaufmann/Kauffrau
- eidgenössisches Fähigkeitszeugnis als Detailhandelsangestellte/r
- ein Diplom einer vom Bund anerkannten Handelsschule

  und über mindestens zwei Jahre einschlägige kaufmännische Berufserfahrung in marketingnahen Arbeitsbereichen verfügt.

Zum Bildungsgang wird ausserdem zugelassen, wer über ein

- eidgenössisches Fähigkeitszeugnis eines anderen Berufs mit mindestens dreijähriger Grundbildung verfügt,
- im Rahmen des Zulassungsverfahrens die notwendigen kaufmännischen Grundkenntnisse nachweist

  und über mindestens drei Jahre einschlägige kaufmännische Berufserfahrung in marketingnahen Arbeitsbereichen nachweist.

Als Absolvent anderer Bildungsgänge nehmen wir Sie gerne auf, wenn Sie sich in einem Aufnahmeverfahren ausweisen. Dies umfasst ein Gespräch mit der Schulleitung und den allfälligen Besuch eines Vorkurses.

Geschützter Titel

Wenn Sie die Diplomprüfung bestehen, haben Sie das Recht, folgenden gesetzlich geschützten Titel öffentlich zu führen:

Dipl. Marketingmanagerin HF (eidg. geschützter Titel)
Dipl. Marketingmanager HF
marketing-manager diplômé ES
marketing-manager diplômée ES
marketing-manager dipl. SSS
College of Higher Professional Education and Training Degree in Marketing Management (Übers.)

Die Höhere Fachschule für Marketing ist eine Bildungsinnovation in der Schweiz. Die Rechtserlasse und Vorschriften des zuständigen Bundesamts für Berufsbildung und Technologie (BBT) sehen vor, dass Bildungsgänge HF einem Anerkennungsverfahren unterliegen. Der Bildungsgang «dipl. Marketingmanager/in HF» wird von Experten des BBT begleitet. Die Anerkennung des Diploms auf eidg. Ebene erfolgt rückwirkend nach der Genehmigung des Lehrgangs durch das BBT im Rahmen des Anerkennungsverfahrens.

Unterrichtsort- und Zeiten

Der Lehrgang wird in Zürich und Bern durchgeführt.

Präsenzunterricht Bern	Montag, Nachmittag und Abend Mittwoch, Abend
Präsenzunterricht Zürich	Dienstag, Nachmittag und Abend Donnerstag, Abend
Seminarwoche	Eine Schulwoche pro Studienjahr wird auswärts abgehalten.
Ferienregelung	Es gelten grundsätzlich die Schulferien.

Die genauen Wochentage und Unterrichtszeiten entnehmen Sie bitte dem Anmeldeformular.

Stoffplan

Studienübersicht

Lerninhalte

Handlungsfeld 1: Marketing
Marketing
Kommunikation
Statistik
Marketingrecht

Handlungsfeld 2: Verkauf
Verkauf
Präsentation/Rhetorik
Customer Relationship Management (CRM)

Handlungsfeld 3: Public Relations (PR)

Handlungsfeld 4: Unternehmensführung
Strategisches Management
Leadership
Organisation
Projektmanagement

Handlungsfeld 5: Personalwesen

Handlungsfeld 6: Rechnungswesen und Finanzierung

Handlungsfeld 7: Informatik (Digital Business)

Handlungsfeld 8: Forschung und Entwicklung

Handlungsfeld 9: Qualitätsmanagement

Handlungsfeld 10: Produktion, Beschaffung und Logistik
Wirtschaftsenglisch
Kulturelle Aspekte des Managements
Business Knigge
Wirtschaft und Ethik
Interkulturelles Management
Externe Seminare
Angewandte Teamarbeit
Management Game
Marketing Workshop am Chartered Institute of Marketing (CIM) in England
Betriebswirtschaftsworkshop an der Universität St. Gallen

Änderungen vorbehalten.

Stoffplan

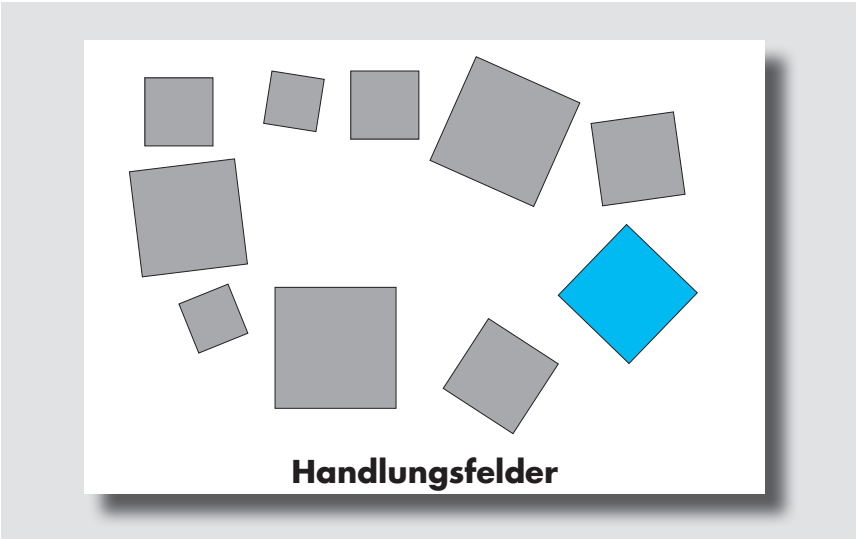
Handlungsfelder

Der Stoffplan stützt sich auf den Rahmenlehrplan Marketingmanagement HF ab, der von Swiss Marketing (SMC) entwickelt und vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) genehmigt worden ist. Der Rahmenlehrplan gibt Handlungsfelder vor, welche direkt aus der beruflichen Praxis abgeleitet sind. In die einzelnen Handlungsfelder sind zudem die Fachgebiete Volkswirtschaftslehre und Recht (Privat- und Arbeitsrecht) integriert. Hinzu kommt Wirtschaftsenglisch, das Sie mit dem renommierten Cambridge-Zertifikat BEC Vantage oder Higher abschliessen.

Exklusiv in diesem Lehrgang wird der Themenkreis «kulturelle Aspekte des Managements» unterrichtet. Dies mit Fokus auf einen erweiterten, allgemein orientierten Management-Begriff, der in der globalisierten Wirtschaftswelt von immer grösserer Bedeutung ist.

Handlungsfelder

- Marketing
- Verkauf
- Public Relations (PR)
- Unternehmensführung
- Personalwesen
- Rechnungswesen und Finanzierung
- Informatik (Digital Business)
- Forschung und Entwicklung
- Qualitätsmanagement
- Produktion, Beschaffung und Logistik
- Kulturelle Aspekte des Managements



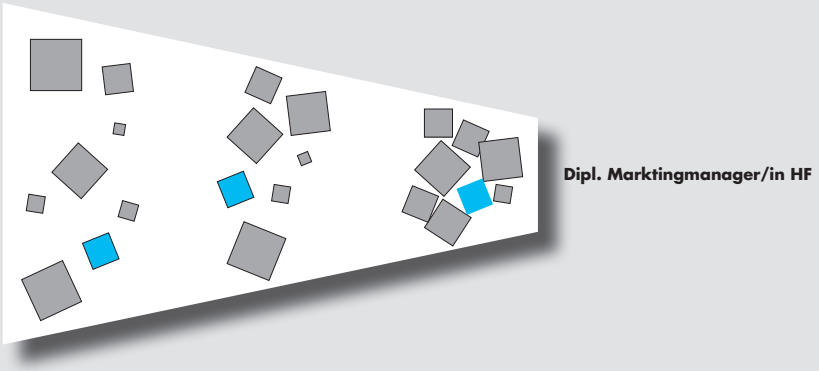
Stoffplan

Marketing und Verkauf nehmen rund 40% des Unterrichts und der Lernzeit in Anspruch. Die übrigen 60% verteilen sich auf die restlichen Handlungsfelder. Die ersten Studienjahre dienen vornehmlich der Erarbeitung einer soliden Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz in sämtlichen Handlungsfeldern. Anhand von Fallbeispielen, konkreten Praxissituationen und Reflexionsaufgaben wird neu erworbenes Wissen laufend mit der eigenen Erfahrungswelt verknüpft. Zunehmend werden auch einzelne Handlungsfelder miteinander verbunden, um auf diese Weise Ausbildung und Wirklichkeit einander näher zu bringen. Beleg dafür ist u.a. das Management-Game im zweiten Studienjahr, welches Ihre erworbenen Kompetenzen in Unternehmensführung, Leadership, Produktion, Beschaffung und Logistik, Marketing und Verkauf vernetzt.

Diese zunehmende Handlungsorientierung findet im dritten Studienjahr mit der Bearbeitung einer komplexen Fallstudie ihren Höhepunkt. Dabei werden sämtliche bis anhin mehr oder weniger innerhalb der einzelnen Fachgrenzen behandelten Inhalte ganzheitlich und praxisnah zusammengeführt. Mit der Lösung interdisziplinärer Problemstellungen wird der typische Berufsalltag einer dipl. Marketingmanagerin simuliert.

Anschaulichkeit, differenzierte Problemsicht, Motivation, intensivere Verknüpfung neuer Einsichten mit vorangegangenen Erfahrungen und länger anhaltendes Behalten des Gelernten werden deutlich gefördert. Das damit verbundene Arbeiten in Gruppen macht zudem nicht nur Spass, sondern entspricht ebenso der gelebten Berufspraxis.

Der Rahmenlehrplan geht davon aus, dass relevante und wiederkehrende berufliche Anforderungen in Handlungsfelder eingeteilt werden können. Viele dieser Handlungsfelder sind nicht diskret – also deutlich voneinander abzutrennen –, deshalb ist die praxisbezogene Vernetzung bereits während der Ausbildung so wichtig. Das SIB versteht zusätzlich die kulturellen Aspekte des Managements als wichtiges Fundament der Management-Praxis.



Zu Beginn der Ausbildung scheinen die Lernfelder noch unzusammenhängend, vieles davon ist Basiswissen, dessen Wesen sich erst später erschliesst. Mit zunehmender Studiendauer verbinden und bedingen sich die Handlungsfelder gegenseitig – bis zur alles vernetzenden Fallstudie im 3. Studienjahr.

Stoffplan

Studienmethodik

Im Zentrum steht eine konsequente Kompetenzorientierung. Dies bedeutet, dass der Studiengang dem Anspruch nach Praxisnähe bzw. Förderung der Handlungskompetenz Rechnung trägt. Diese verbindet Wissen, Einstellungen und Fertigkeiten. Ausgangslage bildet dabei Ihre konkrete Praxis, nämlich typische Arbeitssituationen. Davon abgeleitet werden die für eine erfolgreiche Bewältigung dieser Arbeitssituationen erforderlichen Kompetenzen. Daraus wiederum ergeben sich die zu erreichenden Lernziele. Ein Mix verschiedener abwechslungsreicher und aufeinander abgestimmter Lern- und Arbeitsformen dient der optimalen Förderung der Handlungskompetenz und dem Erreichen der Lernziele.

Präsenzunterricht

Der Präsenzunterricht dient der Einführung in ein Themengebiet, der Vertiefung der Inhalte sowie der Umsetzung des Gelernten in Praxissituationen. Dazu werden Gruppenarbeiten und Rollenspiele durchgeführt, Praxisbeispiele präsentiert und bearbeitet, Diskussionen geführt und der Erfahrungsaustausch gepflegt.

Selbststudium

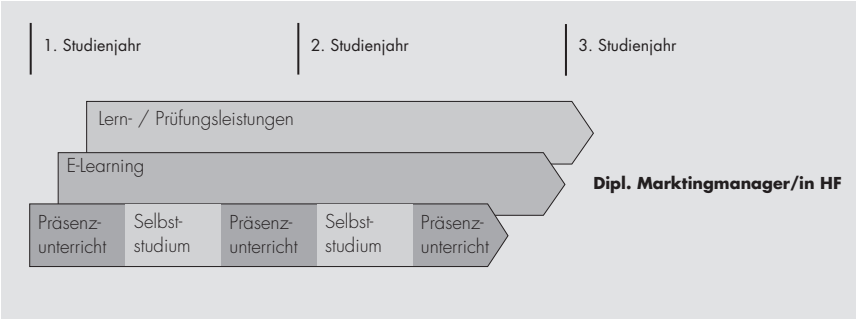
Das Selbststudium dient der Vorbereitung und Nachbereitung des Präsenzunterrichts. Anhand konkreter Aufgabenstellungen werden Sie gezielt angeleitet. Das Selbststudium dient aber auch der Förderung der Eigenverantwortung und der Selbststeuerung des Lernprozesses.

Lern- / Prüfungsleistungen

Im Laufe der drei Studienjahre erbringen Sie kontinuierlich praxisgerichtete und -gerechte Prüfungsleistungen, die dem Nachweis über die erlangten Fach-, Sozial- und Methodenkompetenzen dienen. Dabei kommen verschiedene Prüfungsformen zur Anwendung, je nach Ausprägung und Vernetzungsgrad der erarbeiteten Lerninhalte.

E-Learning

Präsenzunterricht und Selbststudium werden durch eine virtuelle internetgestützte Lernplattform ergänzt und unterstützt. Diese erlaubt eine zeit- und ortsunabhängige Kommunikation und bietet dadurch eine hohe Lernflexibilität.

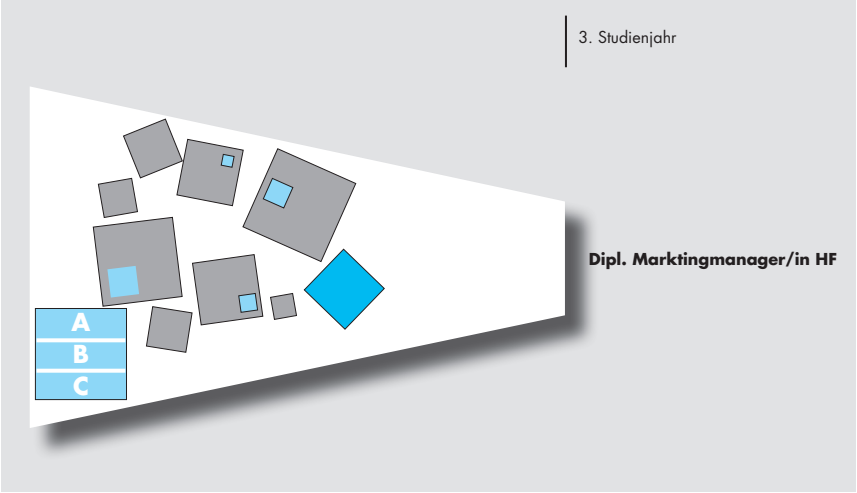


Stoffplan

Vertiefungskonzept

Gelerntes verblasst, wenn es nicht immer wieder aktiviert wird. Das Begreifen, das Behalten, das Sich-Erinnern und das Wiedergeben und Umsetzen auch komplexer Sachverhalte hängt davon ab, wie gut das Gelernte im Gedächtnis verankert ist. Laufende Vertiefungs- und Transferaufgaben im Unterricht, eine praxisnahe Vernetzung der Lerninhalte, aber auch gezielte Repetitionssequenzen fördern den Lernerfolg.

Die Erarbeitung der vernetzenden Fallstudie im dritten Studienjahr wird deshalb von Repetitionssequenzen begleitet. Diese finden jeweils unmittelbar vor der Bearbeitung eines eher schwierigen Themas statt. Eine Repetitionssequenz besteht aus drei Phasen: Als Erstes repetieren Sie den Stoff im Selbststudium, danach folgt ein Unterrichtsblock, der dazu dient, Fragen zu klären und Stolpersteine zu beseitigen. Anschliessend steht Ihnen der Fachdozent als eTutor im virtuellen Lernraum zur Beseitigung der letzten Unsicherheiten zur Verfügung.



Stoffplan

Der Stoffplan stützt sich auf den sogenannten Rahmenlehrplan für die Höhere Fachschule Marketing HFMK ab, der vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) genehmigt wird. Der Rahmenlehrplan gibt u.a. die Lernbereiche in Form von Handlungsfeldern vor.

	Studienjahr		
Handlungs- und Lernfelder	**1**	**2**	**3**
Marketing	•	•	•
Verkauf		•	•
PR	•	•	•
Unternehmensführung	•	•	
Personalwesen	•		
Rechnungswesen und Finanzierung	•		
Informatik		•	•
Forschung und Entwicklung		•	•
Qualitätsmanagement		•	•
Produktion, Beschaffung und Logistik	•		•
Wirtschaftsenglisch		•	•
Kulturelle Aspekte des Managements			
Angewandte Teamarbeit	x		
Business Knigge	•		
Management-Game			x
Interkulturelles Management		•	
Sprachkompetenz		•	
Diplomarbeit			▫

Die Lernstunden Marketing, Verkauf und PR machen rund 50% des Unterrichts aus. Die übrigen 50% verteilen sich auf die restlichen Handlungsfelder.

Legende

- • = Unterricht und Selbststudium
- x = auswärtiges Seminar
- ▫ = Diplomarbeit

Änderungen vorbehalten.

Prüfungswesen und Diplomarbeit

Prüfungen

Während den drei Studienjahren erbringen Sie laufend verschiedene Lernleistungen wie Praxisarbeiten, Konzepte, Präsentationen, Fallstudien und Prüfungen bzw. Prüfungsleistungen, welche in Zusammenhang mit Ihrer Berufspraxis stehen.

Ein solches Prüfungssystem nützt doppelt: Erstens dient es der persönlichen und kontinuierlichen Standortbestimmung im Lernprozess und zweitens können die erworbenen Kompetenzen direkt in den individuellen Berufsalltag einfliessen.

Wirtschaftsenglisch

Damit Sie sich als Absolventin unserer HFMK in der Arbeitswelt zusätzlich qualifizieren, schliessen Sie neben der internen mündlichen Englischprüfung extern das international anerkannte Business English Certificate (BEC) Vantage beziehungsweise die BEC-Higher-Prüfung ab.

Diplomarbeit

Die Diplomarbeit bezieht sich auf ein oder mehrere Handlungsfelder und stellt eine eigenständige und fachlich fundierte Arbeit dar. Die Problemstellung entspringt dem persönlichen Arbeitsalltag und damit wird etwas Wichtiges erreicht: Nicht die schulische, sondern die berufliche Qualifikation steht im Mittelpunkt der Anstrengungen.

Die Diplomarbeit ist vor Abschluss des 3. Studienjahres innerhalb von 3 Monaten zu verfassen.

Administratives und Organisation

Anmeldung

Legen Sie Ihrer Anmeldung folgende Dokumente bei:

- Fotokopie Fähigkeitszeugnis(se) und/oder Diplom(e)
- Arbeitgeberbestätigung über Ihre praktische Tätigkeit
- Digitales Passfoto im .jpg-Format
- Lebenslauf

Die Anmeldung wird mit dem Einsenden des unterschriebenen Anmeldeformulars gültig. Ein Austritt ist nur gemäss den AGB möglich.

Durchführung

Die Teilnehmerzahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Es werden die Lehrvarianten ausgeführt, die die grösste Nachfrage aufweisen. Bei zu geringer Teilnehmerzahl behält sich das SAWI vor, den Studiengang zu verschieben oder abzusagen.

Schulgeld und Gebühren

Die Höhe des Schulgeldes und der Gebühren sind im Anmeldeformular festgehalten.

Versicherung

Als Teilnehmerin sind Sie NICHT durch SAWI versichert; sorgen Sie, wo nötig, selbst für Versicherungsschutz.

Zertifizierung

Um Ihnen optimalen Unterricht zu garantieren, hat sich das SAWI aufwändigen und strengen Qualitäts-prüfungsverfahren unterzogen und diese erfolgreich durchlaufen. Davon profitieren Sie als Student in zweifacher Hinsicht: Ihr Unterricht wird garantiert in allen Bereichen auf höchstem Niveau stehen. Und Sie haben die Gewähr, dass Ihre Ausbildung in der Arbeitswelt akzeptiert wird und Sie in der Entwicklung Ihrer Karriere optimal unterstützt.

EduQua, das schweizerische Qualitätszertifikat für Weiterbildungsinstitutionen

Das EduQua-Zertifikat zeichnet eine gute Weiterbildungsinstitution aus. Es trägt dazu bei, die Qualität der Weiterbildungsinstitutionen zu sichern und zu entwickeln und schafft mehr Transparenz für Konsumentinnen und Konsumenten.

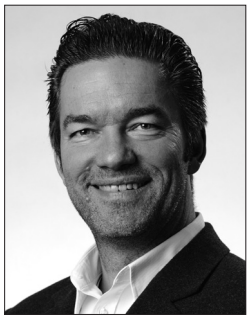
Kontakt und Organisation

Kontakt

SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing,
Werbung und Kommunikation
Stettbachstrasse 6
8600 Dübendorf

Telefon 044 802 25 00
Telefax 044 802 25 25
info@sawi.com
www.sawi.com

Lehrgangsleitung



MICHAEL BROGLIN
Leiter Lehrgänge & Verkauf

m.broglin@sawi.com

Lehrgangsbetreuung

PATRIZIA GILGEN
Lehrgangsbetreuerin

p.gilgen@sawi.com

Die Lehrgangsbetreuerin ist administrativ und organisatorisch für die einwandfreie Durchführung der Ausbildung verantwortlich.

SAWI Weiterbildungsprogramm

Höhere Fachprüfung mit eidg. Diplom

- Marketingleiter
- Kommunikationsleiter
- Verkaufsleiter
- Web Project Manager

Höhere Fachschule

- Dipl. Marketingmanager HF

Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis

- Marketingfachleute
- Kommunikationsplaner
- Verkaufsfachleute
- Public Relations Fachleute
- Texter

Bachelor-Studiengang Unternehmens- und Marketingkommunikation

1½-jähriges Vollzeitstudium mit Abschluss als Berater Unternehmens- und Marketingkommunikation und direktem Einstieg in die Praxis oder Anschluss an das verkürzte Bachelor-Studium «Mediaengineering».

Lehrgänge mit SAWI-Diplom

- Projektleiter Events/Messen/Sponsoring
- Key Account Management
- Product Manager
- Kulturmanager
- Hochzeitsplaner

Kompaktkurse

- Direct Marketing
- Eventmarketing

Vorkurse

- Rechnungswesen
- Statistik

MarKom Zulassungsprüfung

Basislehrgang MarKom zur Vorbereitung auf die Zulassungsprüfung

Vollzeitausbildung Kommunikationsplaner CAS

2-jähriges Vollzeitstudium mit CAS-Abschluss in Advertising & New Media und garantiertem Praxiseinstieg in die Werbebranche.

Trägerschaft, Sponsoren, Koordinationspartner

SAWI wurde 1968 als Verein mit der Idee gegründet, dass sich die Ausbildung und Weiterbildung durch die Branche selbst organisiert, konzipiert und gestaltet. Die führenden Verbände und Vereinigungen der Schweizer Kommunikationsbranche – Berufsorganisationen, Unternehmen, Werbeagenturen, Zeitungsverleger – gehören der Trägerschaft SAWI an oder sind Sponsoren bzw. Kooperationspartner. Heute umfasst der Verein über 200 Mitglieder. Sie tragen massgeblich zum Erfolg und Bestehen des SAWI bei. Ihnen gehört unser Dank.

Trägerschaft

1 2 3 4 5

6 7 8 9 10

11

1. Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW 2. BSW leading swiss agencies 3. Vereinigung für Werbekommunikation comm-on 4. Publicité romande
5. Gesellschaft für Marketing GfM 6. Verband Schweizer Medien 7. Script Schweizer Texterinnen- und Texterverband 8. Schweizer Werbeauftraggeberverband SWA
9. Schweizerischer Public Relations Verband SPRV 10. Verband Schweizer Werbegesellschaften VSW 11. Verband Schweizer Werbung SW

Sponsoren

1 2 3 4 5

6 7 8 9

1. APG Allgemeine Gesellschaft 2. Biella Individual 3. iSource 4. Keystone 5. M+K Marketing & Kommunikation 6. NZZ Media 7. Publicitas
8. PubliGroupe SA 9. Publisuisse SA

Kooperationspartner

1 2 3 4 5

6 7 8 9

1. Universität St.Gallen 2. Swiss Marketing 3. IAA International Advertising Association 4. HTW Chur 5. Schweizer Direktmarketing Verband SDV 6. Verkauf Schweiz
7. Ecole de création en communication 8. Fachhochschule Nordwestschweiz 9. Verband Unabhängiger Schweizerischer Hochzeitsplaner VUSH

16.11.2011

SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation,
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf/Zürich. Tel. 044 802 25 00, Fax 044 802 25 25.
Ausbildungszentren in Zürich, Bern, Lausanne und Genf.

SAWI Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication,
Maison de la Communication, Av. Florimont 1, 1006 Lausanne. Tél. 021 343 40 60, Fax 021 343 40 61.
Centres de formation à Lausanne, Genève, Zurich et Berne.

www.sawi.com, info@sawi.com