

# Certificate of Advanced Studies in Sales & Pricing Management

**Erhalten Sie einen Zugang zum Vertriebs- und Preismanagement aus verschiedenen Perspektiven und lernen Sie preispolitische Massnahmen kennen und umsetzen.**

Dieses CAS vermittelt den Studierenden einen wissenschaftlich fundierten Zugang zum Vertriebs- und Preismanagement aus einer theoretischen, informationsbezogen-analytischen, strategischen, instrumentellen, implementations- und führungsbezogenen Perspektive. Erfahren Sie mehr über Preisverhandlungen, Kundenbeziehungsmanagement, Preispositionierungsstrategien und vieles mehr.

## Vorteile für Studierende und Arbeitgeber

- 100% Berufstätigkeit möglich
- Hochrangige Dozierende mit jahrelanger Praxiserfahrung
- Keine Unterrichtspräsenz vor Ort
- Ansprechpersonen mit dem Service einer privaten Fachhochschule
- Zeitlich und örtlich flexibel
- Eidgenössisch anerkannter Abschluss
- CAS Baustein für DAS/DDMBA Abschluss

Zeitlich und  
örtlich flexibel

## Zahlen und Fakten

### Abschluss

Certificate of Advanced Studies  
Kalaidos FH in Sales & Pricing  
Management

### Start

Jederzeit

### Dauer

1 Semester, verlängerbar auf 2  
Semester

### Anwesenheit

Keine

### ECTS-Punkte

10

### Ort

Online

### Leistungsnachweis

Hausarbeit, Präsentation

### Gebühr

CHF 5'000 (exkl. Lehrmittel)

## Leitung und Beratung



Prof. Dr. Markus Prandini  
Studiengangleitung  
044 307 38 66  
markus.prandini@kalaidos-fh.ch

## Anmeldung/Organisatorisches

Bitte kontaktieren Sie uns unter  
folgender E-Mail-Adresse:  
idp@kalaidos-fh.ch

## Zulassungsbedingungen für das Studium

- Abgeschlossenes  
Fachhochschul- oder  
Universitätsstudium
- Abschluss der höheren  
Berufsbildung und ausreichend  
Berufserfahrung in einem für  
die Weiterbildung relevanten  
Berufsfeld sowie angemessene  
wissenschaftliche Kenntnisse
- Ausserordentliche Zulassung:  
individuelle Prüfung durch die  
Zulassungskommission
- Weitere Zulassungswege und  
detaillierte Informationen zu den  
Zulassungsvoraussetzungen  
finden Sie auf der  
**Informationsseite des  
Fachbereichs Wirtschaft.**

## Verwendete Technologien und Kooperationspartner

In unserem individualisierten und hochmodernen Lernraum KMUnity erhalten Sie Übersichten und Zusammenfassungen Ihrer Module. Sie können Ihren Lernstand abfragen und finden eine Auflistung der wichtigsten Termine, Hilfestellungen, unterstützende Dokumente sowie Vorlagen. Unser Kooperationspartner, die KMU Akademie und Management AG, stellt diesen Lernraum zur Verfügung und unterstützt Sie in medialen und administrativen Fragen. Ihre Ansprechperson ist hierbei jederzeit die Kalaidos Fachhochschule AG.

## Ablauf und Begleitung

Alle Vorlesungen und Lernmaterialien werden im Online-Campus "KMUnity" zur Verfügung gestellt. Es gibt hinterlegte Videos und Podcasts und Optionen für Live-Online Modulsitzungen mit den Dozierenden. Alle Veranstaltungen sind aufgezeichnet und stehen als Download zur Verfügung. Die Studienunterlagen sowie von den Dozierenden zur Verfügung gestelltes Zusatzmaterial und Vorlagen können ebenfalls im Lernraum abgerufen werden.

## Inhalt und Aufbau des Studiums

Kursziel	Lernziele	Studieninhalte
Dieses Modul vermittelt den Studierenden ein vertiefendes Wissen und Verständnis der theoretischen Grundlagen des Verkaufs- und Preismanagements sowie deren aktuelle und zukünftige Anwendung. Das Modul behandelt Fallstudien und bietet den Studierenden die Möglichkeit, eine Vielzahl relevanter Themen aus informationsbezogener, analytisch orientierter, strategischer, instrumenteller sowie umsetzungs- und managementorientierter Perspektive zu untersuchen und zu bearbeiten.	<p>Nach Abschluss des CAS sind die Studierenden u. a. in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– theoretische Grundlagen des Verkaufs- und Preismanagements kritisch zu analysieren;</li> <li>– Bereiche der Preispolitik und Preisstrategien aus ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Sicht zu analysieren, um wesentliche Elemente von Verkaufsstrategien zu planen;</li> <li>– die wichtigsten Herausforderungen und Fragen des Kundenbeziehungsmanagements zu begründen;</li> <li>– die Umsetzung von Preismanagementstrategien zu unterstützen.</li> <li>– theoretische Ansätze zum Verkaufs- und Preismanagement sowohl aus akademischer als auch aus praktischer Sicht kritisch zu betrachten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vertriebsstrategien: Kunden, Wettbewerbsvorteil, Preispolitik</li> <li>– Preispositionierungsstrategien und strategische Preisoptionen</li> <li>– Planung und Steuerung des Vertriebs</li> <li>– Vertriebsorganisation und Key Account Management</li> <li>– Personalmanagement im Vertrieb</li> <li>– Kultur als Erfolgsfaktor im Vertrieb</li> <li>– Informationsmanagement in Vertrieb, CRM und CAS</li> <li>– Preisinformationen, Preisrecherche und Preiscontrolling</li> <li>– Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Preisgestaltung: Preisverhalten und Preispsychologie</li> <li>– Verkaufspersönlichkeit und entsprechende Verkaufskompetenzen</li> </ul> <p>Liste nicht abschliessend.</p>

## Weiterführende Ausbildungsmodule (Ausbau zu DAS / DDMBA)

CAS	DAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Digitales &amp; Internationales Marketing</li> <li>– Markenführung &amp; Integrierte Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Marketing</li> </ul>

Das CAS kann mit den oben genannten CAS zum DAS ausgebaut werden. Das DAS kann nur als Vertiefung für das Masterstudium DDMBA angerechnet werden. Informieren Sie sich hierzu gerne bei uns.