

# Pricing

## Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Die Preisstrategie ist der wichtigste Treiber der Profitabilität

Trotz dieser enormen Wichtigkeit wird das Thema oft vernachlässigt, Preise und Konditionssysteme sind historisch gewachsen und viele Entscheidungen werden aus dem Bauch heraus getroffen. Lernen Sie, wie Unternehmen mit einer auf Daten und Fakten basierten Preisstrategie profitabel und nachhaltig wachsen können.

### AUSGANGSLAGE

In einer globalisierten Welt reicht es nicht mehr aus, die eigenen Preise mit Wettbewerbern zu vergleichen oder Deckungsbeitragsgrenzen zu definieren. Um die Zahlungsbereitschaft der Kundschaft optimal auszuschöpfen, werden immer anspruchsvollere Strategien und Methoden für die Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung angewendet, mitunter auch dynamisch. Parallel zu dieser Entwicklung steigen Stellenwert und Möglichkeiten eines ganzheitlichen Vertriebs durch die Digitalisierung und die Sättigung vieler Märkte rapide an. Die Herausforderungen und Chancen einer konsistenten Preis- und Vertriebsstrategie rechtzeitig zu erkennen und umzusetzen, wird somit zu einer zentralen Kompetenz für jedes Unternehmen. Der Zertifikatslehrgang CAS Pricing ist eine praxisorientierte und wissenschaftlich fundierte Fachausbildung für alle, die das Margenpotenzial ihres Unternehmens ausschöpfen und ihre Produkte effektiv und effizient vermarkten wollen.

### ZIELPUBLIKUM

Der Lehrgang richtet sich an

- Führungskräfte von Unternehmen, die an der Entwicklung und zielorientierten Umsetzung von Preis- und Vertriebsstrategien beteiligt sind;
- Marketing-, Kommunikations- oder Key-Account-Verantwortliche, die für ihre Produkte oder Dienstleistungen optimale Preise definieren und am Markt durchsetzen möchten;

- Produktmanagerinnen und -manager mit technischem Hintergrund, die sich betriebswirtschaftlich weiterbilden möchten, um die Rolle als interne Schnittstelle zu Entscheidungstragenden für Preis- und Vertriebsentscheidungen auszufüllen;
- Führungskräfte und Fachleute aus den Bereichen Verkauf, Vertrieb, Pricing, Produktmanagement, F&E, Controlling oder Projektmanagement, die direkt oder indirekt in Entscheidungen in den Bereichen Pricing & Sales involviert sind;
- Berufsleute und Selbstständige, die ihre Kenntnisse in den Bereichen Pricing & Sales aktualisieren oder vertiefen wollen.

### LERNZIELE UND NUTZEN

Nach erfolgreichem Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie die grundlegenden Zusammenhänge, Mechanismen und Trends hinsichtlich Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung;
- kennen Sie die Möglichkeiten zur Ermittlung der Zahlungsbereitschaft von Kunden;
- können Sie Produkt-, Markt- und Kundeninformationen qualitativ und quantitativ analysieren, um diese als Informationsgrundlage in Ihre Preis- und Vertriebsstrategien zu integrieren;
- kennen Sie die Erfolgsfaktoren und Möglichkeiten zur optimalen Ausgestaltung der internen Prozesse und Anreize für zielgerichtetes Preis- und Vertriebsmanagement;
- wissen Sie die relevante Verhaltenstheorie und Psychologie hinter erfolgreichem Verhandlungsmanagement in Ihrem Unternehmen anzuwenden.

# Aufbau und Inhalt

## Mit methodischer Vielfalt zum nachhaltigen Lerneffekt

Die Inhalte des Lehrgangs werden in zwei Modulen zu je 60 Präsenzlektionen à 45 Minuten vermittelt. Der Lehrgang umfasst 12 ECTS-Credits (6 pro Modul).

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>Preisfindung und Preisstrategie</b>	<b>Preisdurchsetzung und Preisanpassung</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Grundlagen des Pricing</li><li>– Herausforderungen und Trends im Pricing</li><li>– Entscheidungsbereiche des Pricings</li><li>– Pricing aus Kundensicht verstehen</li><li>– Messung der Zahlungsbereitschaft</li><li>– Value-Based Pricing</li><li>– Innovative Preissetzungsmechanismen</li><li>– Strategisches Preismanagement</li><li>– Preisdifferenzierung</li><li>– Pricing Power</li><li>– Preislinienpolitik</li><li>– Lifecycle Pricing</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Preisdurchsetzung</li><li>– Preisanpassungen</li><li>– Behavioral Pricing</li><li>– Dynamic Pricing</li><li>– AI in Pricing</li><li>– Preisoptimierung und Revenue Management</li><li>– Preiscontrolling</li><li>– Pricing Infrastruktur aufbauen</li><li>– Internationales Pricing</li><li>– Einführung in das Sales Management</li><li>– Value Selling</li><li>– Verhaltenstheorie und Preisverhandlung</li><li>– Big Deal Management</li></ul>

### METHODIK

Neben der Vermittlung von angewandtem betriebswirtschaftlichem Wissen durch die Dozierenden kommen zahlreiche weitere Lernmethoden zur Anwendung. Diese sind u. a.:

- Referate und Lehrgespräche
- Diskussionen und Workshops
- Bearbeitung von Case Studies und Analyse von Best Practices
- Einzel- und Gruppenarbeiten

### DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Expertinnen und Experten sowie Dozierende von anerkannten Hochschulen und Universitäten aus der Schweiz und dem nahen Ausland
- Gastreferentinnen und -referenten aus Unternehmen, die vertiefte Einblicke in die betriebliche Realität des strategischen Pricings und der Sales Excellence ermöglichen

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Dr. Nina Heim**  
Studienleiter CAS Pricing &  
Sales, Institut für Marketing  
Management



#LinkedInNinaHeim

## STUDIENLEITUNG

**Dr. Nina Heim**  
Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 68 66  
[nina.heim@zhaw.ch](mailto:nina.heim@zhaw.ch)

## ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law  
Customer Service Weiterbildung  
Theaterstrasse 15b  
Postfach  
8401 Winterthur  
Telefon +41 58 934 79 79  
[info-weiterbildung.sml@zhaw.ch](mailto:info-weiterbildung.sml@zhaw.ch)

## Institut für Marketing Management (IMM)

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen. Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Customer Management & E-Commerce, Product Management, Behavioral Insights & Pricing, Customer Experience & Service Design, Communication & Branding, Digital Marketing & Marketing Technology sowie Circular Economy Marketing. Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben diesem CAS bietet das IMM zahlreiche weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> [www.zhaw.ch/imm](http://www.zhaw.ch/imm)

## MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY

Mit dieser Weiterbildung erhalten Sie Zugang zur Marketing Management Community der ZHAW.

>>> [www.zhaw.ch/imm/community](http://www.zhaw.ch/imm/community)



# Organisatorisches

## Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

### AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens sechs Jahre der genannten Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung nach einem Zulassungsgespräch.

### ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. >>> [www.zhaw.ch/imm/caspris](http://www.zhaw.ch/imm/caspris)

### TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 24 Personen beschränkt.

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> [www.zhaw.ch/imm/caspris](http://www.zhaw.ch/imm/caspris)

### ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies 300 bis 360 Stunden.

### LEISTUNGSNACHWEIS

Als Leistungsnachweise erarbeiten Sie Pricing- und Sales-Konzepte für Ihre konkreten Produkte und Leistungen, so dass Sie Ihr erweitertes Wissen schon während des Lehrgangs gewinnbringend einsetzen können.

### UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur und/oder online statt. Details zum Unterrichtsformat und zum Campus finden Sie online.

>>> [www.zhaw.ch/imm/caspris](http://www.zhaw.ch/imm/caspris)

>>> [www.zhaw.ch/sml/campus](http://www.zhaw.ch/sml/campus)

### DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufsbegleitend absolviert.

### UNTERRICHTSZEITEN

Der Lehrgang umfasst insgesamt 120 Lektionen, verteilt auf ca. 16 Unterrichtstage an Freitagen und Samstagen.

### UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch in Englisch gehalten werden. Die Kursunterlagen sind in Deutsch oder Englisch verfasst.

### ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Pricing».

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8340.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> [www.zhaw.ch/sml/atb-wb](http://www.zhaw.ch/sml/atb-wb)

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

# School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2  
Postfach  
8401 Winterthur  
Schweiz

[www.zhaw.ch/sml](http://www.zhaw.ch/sml)



**swissuniversities**