

MARKETING FACHLEUTE MIT EIDG. FACHAUSWEIS

PROJEKTMANAGEMENT MARKTFORSCHUNG MARKETING
KOMMUNIKATION DISTRIBUTION SELBSTMANAGEMENT
KOMMUNIKATIONSRECHT STATISTIK RECHNUNGSWESEN
DIGITAL MARKETING KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE
DUAL-LEARNING | PRÄSENZ+VIRTUELL



HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leserin, lieber Leser

Wir gratulieren Ihnen! Noch nicht zum erfolgreichen Abschluss, aber zu Ihrem Interesse, sich bei der SIMAKOM Managementschule weiter zu bilden.

Wir sind spezialisiert auf die Aus- und Weiterbildung in den Bereichen Marketing, Verkauf, HR und Management. Durch die Konzentration auf diese Kernkompetenzen profitieren Sie von einer überdurchschnittlichen Fach- und Methodenkompetenz. Die hohen Erfolgsquoten an den eidg. Prüfungen und die Feedbacks der Studierenden bestätigen dies eindrücklich.

Erfolgsfaktoren sind die modulare Kursgestaltung, der Einsatz innovativer Lehr- und Lernsystemen, die Fachdozierenden der Höheren Berufsbildung, Gastreferenten zur Praxisvertiefung und die konsequente Vorbereitung auf die eidg. Prüfungen.

SIMAKOM ist Innovationsführer und bietet als erste Schule den Bildungsgang im dual-learning an. Profitieren Sie von der Kombination von virtuellem und physischen Präsenzunterricht.

Sind Sie noch unsicher, welche Weiterbildung für Sie die richtige ist? Besuchen Sie einen Infoabend oder vereinbaren Sie mit uns ein persönliches Beratungsgespräch.

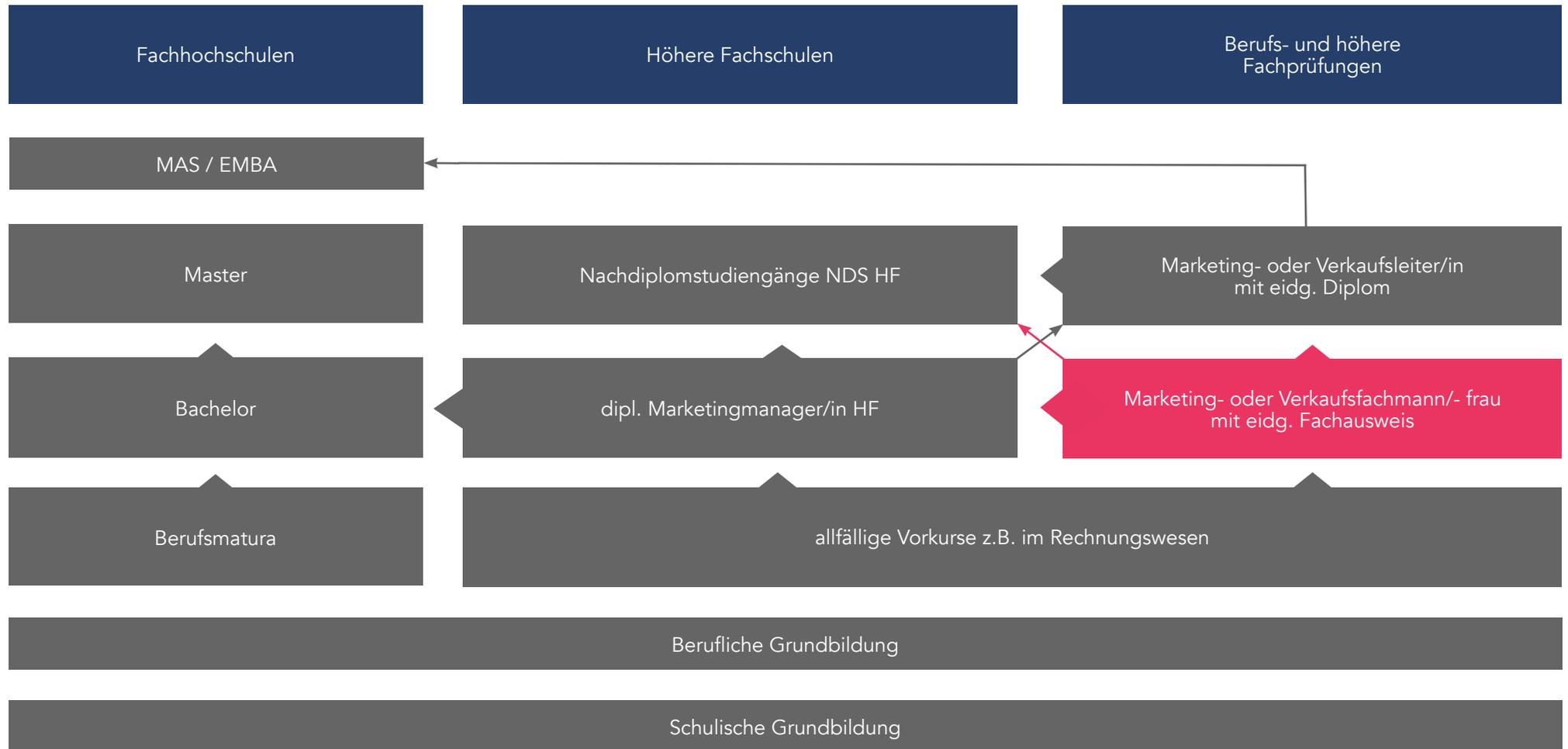
Wir freuen uns Sie persönlich kennen zu lernen.

Herzliche Grüsse

Samuel Schorno
Schulleitung

Interessieren Sie sich für Marketing, Verkauf, HR
oder Management?
Hier sind Sie richtig, denn wir machen nichts anderes!

BILDUNGSSYSTEM SCHWEIZ

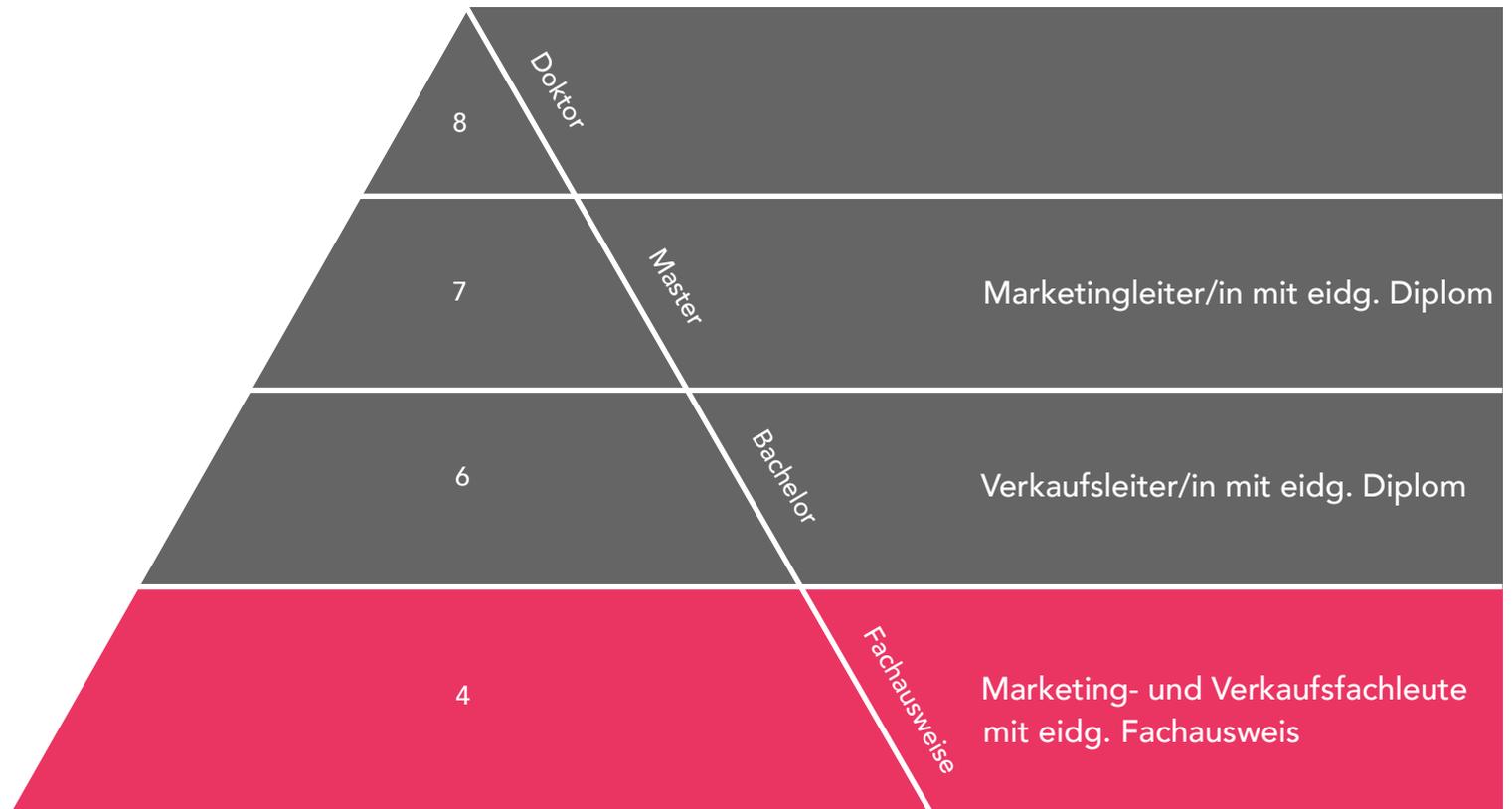


EUROPÄISCHER QUALIFIKATIONSRAHMEN EQR

Der EQR (Europäischer Qualifikationsrahmen für Lebenslanges Lernen) ist ein Referenzrahmen für alle Abschlüsse. Er umfasst acht Referenzniveaus. Sein Hauptziel ist, Transparenz und bessere Vergleichbarkeit von Qualifikationen zu schaffen und so die Mobilität in Europa sowie das lebenslange Lernen zu fördern.

Der EQR dient als Übersetzungsinstrument. Dank ihm können Berufsbildungsabschlüsse international verglichen werden und Berufsbildungsabschlüsse und Hochschulabschlüsse orientierend verglichen werden.

Der Abschluss als Verkaufsleiter wird auf Niveau 6 eingestuft, wie auch alle Bachelorabschlüsse in der Schweiz. Der Abschluss als Marketingleiter wird sogar auf Niveau 7 eingestuft, wie alle Masterabschlüsse in der Schweiz.





„Der Unterricht war sehr spannend und gefüllt mit viel Praxis Know-how der Dozenten. Die Lernunterlagen waren strukturiert und sehr verständlich aufgebaut, was mir bei der Prüfungsvorbereitung extrem geholfen hat.“

Felicia Kallert,
Marketingfachfrau mit eidg. Fachausweis

MARKETINGFACHMANN/-FRAU MIT EIDG. FACHAUSWEIS JUNIOR MARKETING MANAGER

Arbeitsgebiet

Marketingfachleute arbeiten in allen Branchen, analysieren dabei stets das Marktgeschehen, konzipieren sowie planen Marketingaktivitäten und setzen diese selber oder mit Hilfe von Spezialisten um.

Ihr Arbeitsgebiet erstreckt sich über alle wirtschaftlichen Güterarten und alle Marketinginstrumente. Sie unterstützen die Marketingabteilung in ihren Aufgaben oder verantworten selbstständig einen Teilbereich des Marketings, beispielsweise im digitalen Marketing oder im Produktmanagement. Sie bilden eine zentrale Schnittstelle zwischen allen, am Wertschöpfungsprozess beteiligten, Anspruchsgruppen sowie den Kunden.

Berufsausübung

Marketingfachleute betreuen ihren Arbeitsbereich selbständig und koordinieren dabei häufig externe Spezialisten. In der Ausübung ihrer Aufgaben, die einen massgeblichen Einfluss auf den unternehmerischen Leistungserstellungsprozess haben, tragen sie grosse Verantwortung und bilden eine Schnittstellenfunktion in der Organisation.

Beitrag des Berufs an Wirtschaft und Gesellschaft

Marketingfachleute tragen mit ihrer Arbeit wesentlich zur Erhaltung und Förderung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei und leisten damit einen Beitrag zum volkswirtschaftlichen Wohlergehen. Sie erkennen Bedürfnisse und Trends in der Gesellschaft frühzeitig und sind fähig, diese mit dem richtigen Angebot zu befriedigen. Ihre Handlungsweise ist geprägt von einer umweltbewussten und ressourcenschonenden Haltung.

Marketingfachleute sind befähigt...

- von den Marketingzielen abgeleitete Konzepte zu erstellen.
- sich in den Konzepten sinnvolle Ziele zu setzen und Strategien abzuleiten.
- die benötigten Massnahmen innerhalb des Budgets zu definieren sowie diese entsprechend zu kontrollieren.
- eine, über alle Kommunikationsinstrumente integrierte, crossmediale Planung zu realisieren.
- die einzelnen Instrumente gemäss Zielvorgaben richtig zu gewichten.
- die geplanten Massnahmen rechtlich korrekt umzusetzen und mit externen Spezialisten zusammenzuarbeiten.
- den Bereich des digitalen Marketings konzeptionell und operativ abzudecken.
- digitale Kampagnen zu planen und die dafür benötigten Instrumente und Kanäle systematisch zu nutzen.
- ihre Aufgaben interdisziplinär zu bearbeiten.
- Informationen über das Marktgeschehen mit den verschiedenen Marktteilnehmern zu erheben und zu analysieren.
- die Angebots- und Preisgestaltung zu planen und zu realisieren.
- die Qualität stets zu sichern und bei Bedarf anzupassen.
- die einzelnen Instrumente der Kommunikation zu planen, zu vernetzen sowie umzusetzen und zu kontrollieren.
- die operative Distribution zu gestalten und sinnvolle Partnerschaften einzugehen.
- die Distributionsprozesse laufend zu optimieren.
- Informationen und Wissen zu sammeln.
- mittels geeigneten Arbeitstechniken, methodischen Kompetenzen und Projektmanagement-Know-how ihre Arbeit zielführend und effizient zu gestalten.

Zulassungsbedingung

- Nachweis eines eidgenössischen Fähigkeitszeugnisses eines Berufes mit mindestens 3-jähriger beruflicher Grundbildung
- Diplom einer staatlich anerkannten Handelsmittelschule
- Diplom einer staatlich anerkannten mindestens 3-jährigen Diplommittelschule oder Fachmittelschule
- Maturitätszeugnis (alle Profile)

und

- mindestens 2 Jahre einschlägige Berufspraxis

Vorabklärung Prüfungszulassung

Die Prüfungszulassung kann vor Lehrgangsbeginn bei der Prüfungskommission abgeklärt werden. Das entsprechende Formular beziehen Sie direkt auf der Webseite von suxcess.org.

Marketingfachmann/-frau -> Zulassung

Bei Fragen zur Vorabklärung oder zur Prüfungszulassung helfen wir Ihnen gerne weiter.

ÜBERSICHT HANDLUNGSFELDER

	MARKETINGFACHLEUTE	VERKAUFSFACHLEUTE
FACHRICHTUNG	<p>HF6 Konzepte erstellen</p> <p>HF7 Digitales Marketing betreuen</p> <p>HF8 Kommunikationsinstrumente realisieren</p>	<p>HF6 Verkaufsaktivitäten planen und Verkaufsprozesse betreuen</p> <p>HF7 Verkaufsprozesse administrativ sicherstellen</p> <p>HF8 Verkaufsinteraktion umsetzen</p>
ALLGEMEINE MODULE	<p>HF2 Analysen vornehmen</p> <p>HF3 Marktleistung realisieren</p> <p>HF4 Kommunikation gestalten</p> <p>HF5 Distribution gestalten</p>	
ÜBERFACHLICHE KOMPETENZEN	<p>HF1 Selbst- und Projektmanagement betreiben</p>	

Die Marketing- und Verkaufsfachleute werden in 8 Handlungsfeldern geprüft. Die Handlungsfelder HF 1 bis und mit HF 5 werden von den Marketing- wie auch von den Verkaufsfachleuten abgelegt und bilden die Grundlage. In den Handlungsfelder HF 6 bis und mit HF 8 findet die Spezialisierung statt.

GEMEINSAME HANDLUNGSFELDER

HANDLUNGSFELD 1:

Selbst- und Projektmanagement betreiben

Die Fachleute wirken in Projekten mit, organisieren Meetings sowie Workshops und übernehmen in Teilprojekten auch Leitungsaufgaben. Im Arbeitsalltag setzen sie wirksame Arbeitstechniken ein. Sie verschaffen sich einen Überblick über die zu erledigenden Aufgaben und delegieren Tätigkeiten, die nicht selbst zu erledigen sind. Sie bauen sich strategisch ein Netzwerk innerhalb und ausserhalb des eigenen Unternehmens auf und pflegen dieses aktiv.

Die Fachleute reflektieren sich selbst und optimieren ihr Informationsmanagement laufend durch Schulungen und Fachliteratur. So stellen sie die Weiterentwicklung ihrer persönlichen Kompetenzen sicher. Darüber hinaus sorgen die Fachleute für den persönlichen Ausgleich und setzen bewusst Erholungsmassnahmen ein.

HANDLUNGSFELD 2:

Analysen vornehmen

Die Fachleute führen regelmässig, auch in Zusammenarbeit mit weiteren Personen oder spezialisierten Unternehmen Markt- und Situationsanalysen durch. Dabei erfassen sie die Entwicklung einer Marke, die Bedürfnisse und Zufriedenheit der Kunden, die Konkurrenz, die Umweltfaktoren, die Kundensegmentierung und den Handel, sowie die externen und internen Beeinflusser. Sie studieren relevante Studien, Marktdaten, Print- und Onlinemedien sowie Paneldaten und recherchieren gezielt im Internet.

Sie pflegen ihr persönliches und berufliches Netzwerk und führen persönliche Gespräche mit externen Fachspezialistinnen und Fachspezialisten, sowie mit Kundinnen und Kunden. Sie analysieren Kundenreklamationen sowie den Absatz-, Umsatz- und Gewinnverlauf. Die erhaltenen Daten werten sie aus, stellen Vergleiche an und visualisieren diese. Die Fachleute setzen die gewonnenen Erkenntnisse in konkrete Massnahmen um und besprechen sie nach Bedarf in Workshops oder stellen sie der vorgesetzten Person vor. Die Fachleute führen im Auftrag gezielt Benchmarking durch, indem sie regelmässige Vergleiche von vordefinierten Mitbewerbern anstellen. Sie interpretieren die Daten und leiten entsprechende Massnahmen ab.

HANDLUNGSFELD 3:

Marktleistung realisieren

Die Fachleute realisieren einen nachfrageorientierten und sich ergänzenden Angebotsmix. Sie prüfen die Ideen hinsichtlich Realisierbarkeit und Potentials auf dem Markt. Die Ergebnisse präsentieren sie den vorgesehenen Partnern bzw. Leistungsträgern, um diese dafür zu gewinnen. Die Fachleute stellen sicher, dass die Verkaufs- und Transportverpackungen alle Anforderungen erfüllen.

Die Fachleute formulieren kapazitäts-, kosten-, konkurrenz- und kundenorientierte Preisvorschläge zu Händen ihrer Vorgesetzten. Sie führen Preisdiskussionen mit den Kunden und entscheiden im Rahmen ihrer Kompetenz über allfällige Preisnachlässe. Sie führen regelmässige Qualitätskontrollen durch und leiten bei Abweichungen korrigierende Massnahmen ein. Sie engagieren sich zudem aktiv bei Mitarbeiterschulungen.

HANDLUNGSFELD 4:

Kommunikation gestalten

Die Fachleute planen aufgrund der aktuellen Verkaufszahlen und Rückmeldungen der Kunden die relevanten Kommunikationsinstrumente. Sie erstellen Konzepte und realisieren die verschiedenen Massnahmen. Bei der Umsetzung übernehmen die Fachleute eine aktive Rolle. Sie entwerfen massgeschneiderte Kundenbindungsmassnahmen, stellen diese vor internen und externen Gremien vor und setzen diese um. Die Fachleute wenden das CRM des Unternehmens im Alltag an und verwalten dieses im Rahmen der Kunden-Kontaktpflege.

HANDLUNGSFELD 5:

Distribution gestalten

Die Fachleute kümmern sich um die Fragestellung bezgl. der Auswahl der Vertriebsart und -form sowie der Vertriebskanäle für alle wirtschaftlichen Güter und in allen Branchen. Sie können die Attraktivität der Kanäle und Absatzstufen erheben bzw. bewerten. Dabei analysieren sie Distributionsprozesse und beherrschen Optimierungsmassnahmen. Die Fachleute evaluieren aufgrund von Kriterien verschiedene Arten von Partnerschaften, sowie mögliche Partner und erarbeiten für ihren Vorgesetzten daraus Vorschläge. Den Aufbau und die Pflege von Kooperationen und Partnerschaften erledigen sie selbständig und zielgerichtet.



„Im Unterricht wurden wir optimal auf die eidgenössische Prüfung vorbereitet. Hervorzuheben sind sicher die Simulationsprüfungen, wo wir unter realen Bedingungen üben konnten. Auch in meiner Klasse haben alle die eidgenössische Prüfung bestanden - Die Erfolgsquoten sprechen eindeutig für SIMAKOM.“

Kamil Poplawski,
Marketingfachmann mit eidg. Fachausweis

HANDLUNGSFELDER VERTIEFUNG MARKETINGFACHLEUTE

HANDLUNGSFELD 6: Konzepte erstellen

Die Marketingfachleute entwickeln jedes Jahr operative Konzepte, welche für ihre Tätigkeiten handlungsweisend sind. Ihre Konzepte bauen die Marketingfachleute auf Analysen auf, definieren Ziele und entwickeln darauf basierend Massnahmenpläne. Sie besprechen die Konzepte mit ihren Vorgesetzten und lassen diese von ihnen verabschieden. Sie bearbeiten die Themen Markenpolitik, Markenführung sowie Sortimentspolitik konzeptionell und definieren dazu Vorgaben.

HANDLUNGSFELD 7: Digitales Marketing betreuen

Die Marketingfachleute setzen sich intensiv mit den verschiedenen digitalen Kanälen auseinander. Sie halten sich über den sich ständig verändernden Markt auf dem Laufenden und führen Markt- und Wettbewerbsanalysen im Internet durch. Die Marketingfachleute planen und realisieren digitale Kampagnen und brauchen unterstützend Instrumente im Bereich SEO (Suchmaschinenoptimierung) und Mobile-Applikationen.

Sie konzipieren E-Commerce-Lösungen und bauen Partnerprogramme (Affiliate Networks) auf oder optimieren diese. Oft ziehen sie spezialisierte Dienstleister/innen hinzu und briefen diese. Sie analysieren durchgeführte Kampagnen und stellen sicher, dass die Ergebnisse im Sinne eines Closed-Loop Prozesses wieder in die Planung einfließen.

HANDLUNGSFELD 8: Kommunikationsinstrumente realisieren

Die Marketingfachleute legen die Kommunikationsmassnahmen in ihrem Marketingkonzept fest. Dabei berücksichtigen sie den Ansatz der integrierten Kommunikation. Sie definieren die Zielgruppen, den Zeithorizont sowie das Budget und briefen die Agentur.

Die Marketingfachleute beurteilen die Vorschläge der Agentur und veranlassen allfällige Änderungen. Danach stellen sie die Produktion und Verteilung sicher. Die Marketingfachleute legen für die Erfolgsmessung Benchmarks fest, werten regelmässig die Zahlen aus und leiten bei Bedarf die entsprechenden Optimierungsmassnahmen ab.



STUDIENDESIGN

Um Sie optimal auf die eidg. Prüfung und Ihre Praxis vorzubereiten und Ihnen eine angenehme Lernatmosphäre zu bieten, gliedern wir die Ausbildung in verschiedene Stufen.

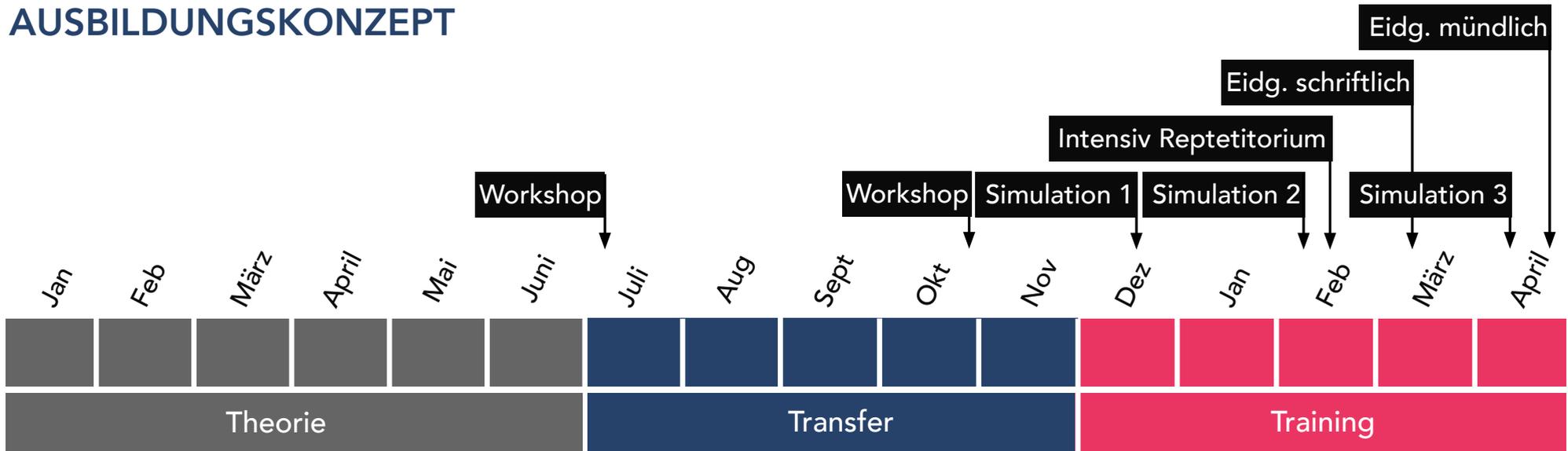


Wir machen Ihnen das Lernen so einfach wie möglich. Während dem Bildungsgang erhalten Sie Zugang auf unsere E-Learning-Plattform und haben via App immer alle Dokumente in Ihrer Hosentasche.

Modular vernetzt

Der Lehrstoff wird in praxisgerechte Module aufgeteilt, welche eine zielgerichtete Vernetzung des komplexen Lehrstoffes ermöglichen.

AUSBILDUNGSKONZEPT



Theorie

Sie erarbeiten die Theorie für die Weiterbildung mit eidg. Fachausweis.

Transfer

Sie wenden Ihre theoretischen Kenntnisse an konkreten Praxisbeispielen, Fallstudien und Transferaufgaben an.

Training

Sie bereiten sich zielgerichtet auf die eidg. Prüfungen vor. Zu diesem Zweck nehmen Sie am Intensivrepertorium und auch an den Simulationsprüfungen teil.

Fächer

Damit die nötigen Handlungsfelder der eid. Prüfung abgedeckt sind haben Sie im Unterricht folgende Fächer:

- Selbstmanagement
- Projektmanagement
- Marketing
- Kommunikation
- Distribution
- Marktforschung
- Statistik
- Rechnungswesen
- Kommunikationsrecht
- Digitales Marketing (Nur Marketingfachleute)
- Kommunikationsinstrumente (Nur Marketingfachleute)
- Verkaufsaktivitäten (Nur Verkaufsfachleute)



90 Prozent des Erfolges hängt von den Vorbereitungen ab.
Lust am Lernen, hoher Praxisbezug und konsequente
Vorbereitung auf die eidgenössische Prüfung - das ist
unser Erfolgsrezept.

UNTERRICHT

Die Grundlagen werden durch Vorträge, Präsentationen und Lehrgespräche mit Praxisbeispielen der Dozierenden vermittelt.

Vernetzen

Um den komplexen Lernstoff zu vernetzen, werden Sie von Fachdozierenden betreut. Zusätzlich wird der Lernstoff vertieft durch Gastdozenten, welche einzelne Lerninhalte verankern. Firmenbesuche fördern die Lust am Lernen zusätzlich.

Anwenden

Sie lernen Arbeitsmethoden kennen, welche Ihnen erlauben, das Gelernte sofort in der Praxis anzuwenden. Trainiert wird anhand von Fallstudien und praktischen Beispielen.

Vertiefen

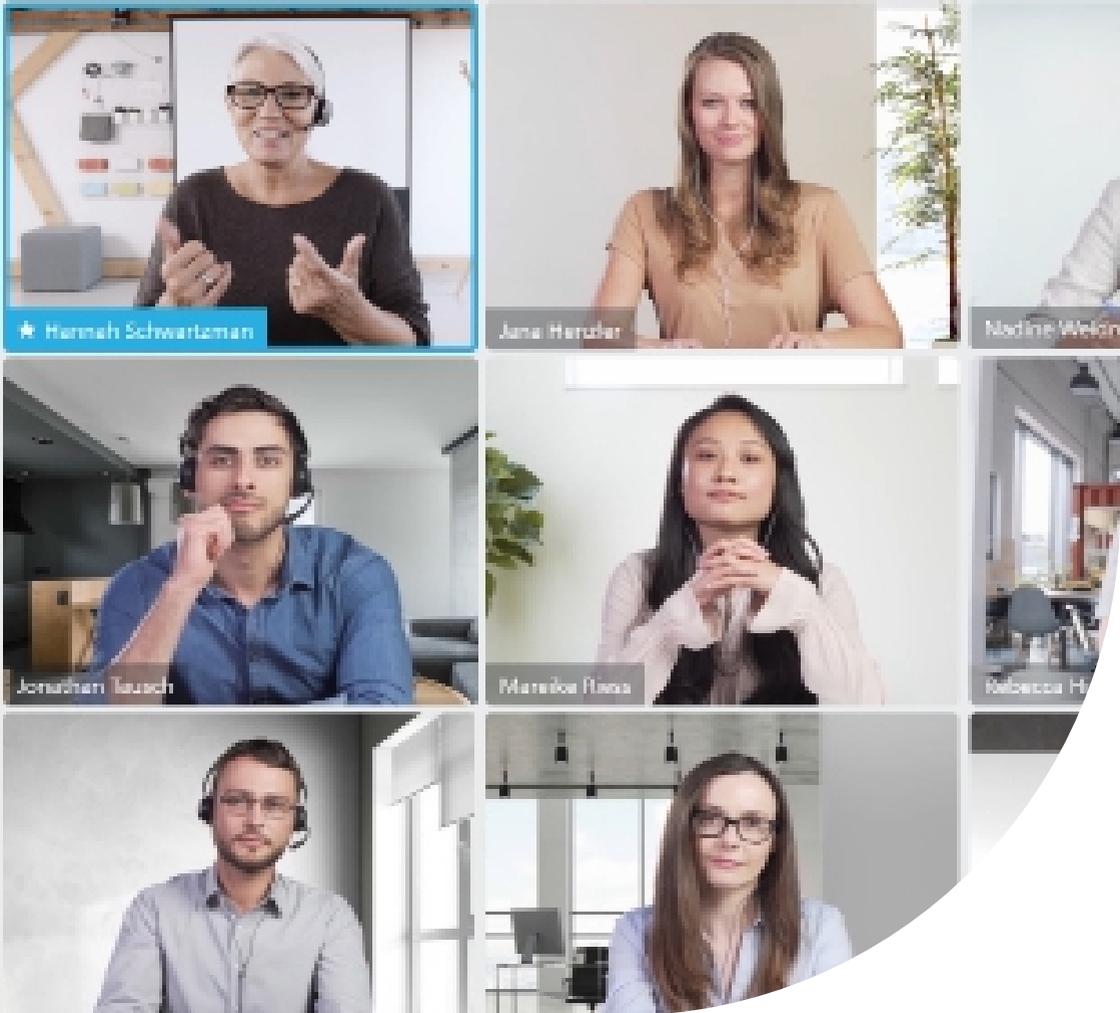
Zur Unterstützung des Unterrichts werden Sie an Workshops teilnehmen. Dies bedeutet für Sie, sich vom Alltag zurück zu ziehen und in einer entspannten Lernatmosphäre den Stoff zu vertiefen und zu verankern.

Lust am Lernen

SIMAKOM fokussiert sich darauf, den Lernstoff gehirngerecht zu vermitteln, die Studierenden zum Lernen zu motivieren und Lehrmethoden einzusetzen, welche das bildhafte Lernen unterstützen. Dadurch reduziert sich der Lernaufwand und Sie entwickeln die Lust am Lernen.

Intensivrepetitorium und Simulationsprüfungen

Im Intensivrepetitorium wird der ganze Lernstoff in zwei Tagen nochmals repetiert und allfällige Lücken werden gefüllt. Ausserdem werden Simulationsprüfungen unter Realbedingungen in den schriftlichen sowie auch in den mündlichen Fächern durchgeführt. Dies hilft Ihnen sich an die Prüfungssituation zu gewöhnen und auch das Zeitmanagement in den Griff zu bekommen.



Wir vereinen das Beste aus beiden Unterrichtsarten. Das Resultat ist ein höchsteffizienter Unterricht und mehr Zeit für die wesentlichen Sachen.

DUAL-LEARNING DER EFFIZIENTESTE UNTERRICHTSMIX

Physischer Unterricht

Der physische Kontakt zu Dozierenden und Studierenden ist enorm wichtig und kann nicht vollständig durch einen virtuellen Unterricht ersetzt werden. Sie treffen sich durchschnittlich einmal pro Woche am Unterrichtsort Ihrer Wahl. Ca. 50 Prozent des Unterrichts findet physisch statt.

- + Physische, soziale Nähe
- + Hervorragend geeignet für Rollenspiele, Präsentationen
- + Kennenlernen auf persönlicher Ebene
- + Tapetenwechsel

Virtueller Unterricht

Der virtuelle Unterricht findet bei uns einerseits über Microsoft Teams statt. Auf dieser Plattform können Unterlagen geteilt werden und es gibt einen Klassenchat. Andererseits arbeiten wir mit einem separaten Programm, welches unsere virtuellen Klassenzimmer abbildet. Sie sehen und hören den Dozierenden und auch Ihre Mitstudierenden in Echtzeit via Videochat. Ebenfalls können Sie zu jederzeit Fragen stellen und es gibt auch die Möglichkeit für Gruppenarbeiten in separaten digitalen Räumen zu arbeiten oder sich auszutauschen. Sie können sich auch ausserhalb der Unterrichtszeiten mit ihren Mitstudierenden in einem virtuellen Raum treffen um zu lernen.

- + Zeitersparnis, da keine Anfahrtswege
- + Kostenersparnis für Anreise und evtl. Parkplätze
- + Schnelle Umsetzung und einfache Handhabung
- + Mehrdimensional mit Teams und virtuellen Klassenräumen

Begleitetes Lernen

Im begleiteten Lernen werden die Studierenden im selbständigen, eigenverantwortlichen Lernen unterstützt.



Werden Sie ein Teil von SIMAKOM.
Wir setzen alles daran, damit Sie mit
Lust am Lernen Ihr persönliches Ziel erreichen.

SIMAKOM MANAGEMENTSCHULE

Spezialisierte Fachschule

SIMAKOM ist die spezialisierte Fachschule für Marketing, Verkauf, HR und Management. Durch die Konzentration auf unsere Kernkompetenzen erreichen die SIMAKOM-Studierenden überdurchschnittliche Erfolgsquoten an den eidgenössischen Fachprüfungen.

Unternehmenskultur

Wir pflegen eine offene Feedback-Kultur zwischen Studierenden, Dozierenden und Schulleitung. Die Umgangssprache ist «Du».

Praxiserfahrene Dozierende

Die Qualität der Dozierenden ist ein erheblicher Bestandteil unseres Erfolges. Alle Dozierenden der SIMAKOM sind Spezialisten auf ihrem Gebiet und arbeiten in den Bereichen welche Sie auch unterrichten.

Modernste Infrastruktur

Die Unterrichtsräume sind hell und mit modernster Technik ausgestattet. Alle Kursorte der SIMAKOM sind zentral und mit dem ÖV gut erreichbar und es befinden sich Parkplätze in der Nähe.

eduQua zertifiziert

Das Label eduQua überprüft die Qualität von Weiterbildungsanbietern in der ganzen Schweiz. Das Zertifikat garantiert einen hohen Qualitätsstandard.



ORGANISATION

Unterrichtszeiten

Die Unterrichtszeiten der verschiedenen Kursorte finden Sie auf www.simakom.ch.

Ferien

Die Ferien richten sich im Normalfall nach den Schulferien der Kursorte. Ausgenommen bei Prüfungsvorbereitungen, Workshops und Prüfungen.

Eidgenössische Prüfungen

Die eidg. Prüfungen finden einmal pro Jahr statt (März schriftlich / April mündlich).

Investition / Finanzielle Unterstützung durch den Bund

Bildungsgänge, die auf eidgenössische Fachausweise und Diplome vorbereiten, werden vom Staat finanziell unterstützt. Sie finden die aktuellen Preise online auf www.simakom.ch.

Anmeldung für Bildungsgänge

Die Anmeldung erfolgt online auf www.simakom.ch

Sind Sie noch unsicher, welche Weiterbildung die richtige für Sie ist?

Rufen Sie uns an, besuchen Sie einen Infoabend oder vereinbaren Sie ein persönliches Gespräch mit uns.

KURSOORTE

Luzern

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Zentralstrasse 9
6003 Luzern

Sursee

FOCUS Hotel
Industriestrasse 3
6210 Sursee

Zofingen

Berufs- und Weiterbildung Zofingen
Bildungszentrum (BZZ)
Strengelbacherstrasse 27
4800 Zofingen

Rotkreuz

Hochschule Luzern
Surstoffi 12
6343 Rotkreuz



Bildungsgänge, die auf eidgenössische Fachausweise und Diplome vorbereiten, werden vom Staat finanziell unterstützt. Sie finden die aktuellen Preise online auf www.simakom.ch.

AUSSERGEWÖHNLICHE ERFOLGE



**BESTE MARKETINGLEITERIN
2023 DER SCHWEIZ**
FLAVIA KUSTER, SIMAKOM



**BESTE VERKAUFSLEITERIN
2023 DER SCHWEIZ**
JASMIN KAUFMANN, SIMAKOM



**BESTE MARKETINGLEITERIN
2021 DER SCHWEIZ**
LARA ZURMÜHLE, SIMAKOM



**GRUNDLAGEN SCHRIFTLICH
BESTE PRÜFUNG 2022**
ANGELA NADLER, SIMAKOM



**INTEGRATIVE FALLSTUDIE ANALYSE
BESTE PRÜFUNG 2018**
MIRJAM STÖCKLI, SIMAKOM



100% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2023



89% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2022



100% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGLEITERINNEN 2021



86% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2020



91% ERFOLGSQUOTE
MARKETINGFACHLEUTE 2019

KONTAKT

SIMAKOM Managementschule
Winkelriedstrasse 35
6003 Luzern
041 210 66 66
info@simakom.ch

www.simakom.ch

Unsere Geschäftsstelle befindet sich nur fünf Gehminuten vom Bahnhof Luzern entfernt.

Wenn Sie mit dem Auto unterwegs sind, parkieren Sie im Kantonalbankparking, im Parking Hirzenmatt oder im Bahnhof Parking.

Vereinbaren Sie noch heute einen Termin für ein persönliches Beratungsgespräch bei uns.

Wir freuen uns über einen Besuch von Ihnen.



www.facebook.com/simakom.ch

Detaillierte Unterlagen zu den einzelnen Lehrgängen und Kursen, Daten der Infoabende und die aktuellen Preise finden Sie auf www.simakom.ch.

SIMAKOM

Managementschule
Winkelriedstrasse 35
6003 Luzern
041 210 66 66
info@simakom.ch