

Inspiring Personalities.



Vorwort



Prof. Dr. Roland Mattmüller
Wissenschaftliche Leitung des
Intensivstudiums Strategisches
Marketing Management

Die Situation im Markt

Gesättigte Märkte führen zu einem aggressiveren Wettbewerbsverhalten. Die gestiegene Anspruchshaltung der Kunden verlangt zudem nach einer Quadratur des Kreises: immer höhere Produktqualität und -leistung zu immer niedrigeren Preisen. Kürzere Produktlebenszyklen beschleunigen Entscheidungen und Handlungen. Zunehmende Konzentrationsprozesse erhöhen zudem die Rivalität in vielen Branchen. Der Markt wird zum Verdrängungswettbewerb! Schaffung und Sicherung dauerhafter strategischer Wettbewerbsvorteile werden zu zentralen – „überlebenswichtigen“ – Stellhebeln.



Prof. Dr. Ralph Tunder
Wissenschaftliche Leitung des
Intensivstudiums Strategisches
Marketing Management

Anforderungen an das Strategische Marketing und an den Marketing Manager

Diese verschärfte Situation stellt spezielle Anforderungen an das Strategische Marketing als unternehmerischer Kernprozess. Es reicht nicht aus, Marketing als nachgelagerten Funktionsbereich zu verstehen, der sich hauptsächlich mit dem Pricing oder der Bewerbung von Produkten beschäftigt: die strategische Aufgabe des Marketing muss akzeptiert werden. Bereits in der Marktprogrammplanung – d.h. bei der Entscheidung bestimmte Produkte und Dienstleistungen anzubieten – sollte das Marketing einbezogen sein. Um dauerhaften Markterfolg generieren zu können, müssen bei den strategischen Überlegungen außerdem alle Stakeholder eines Unternehmens integriert werden. Der Marketingmanager muss die strategische Relevanz seiner Instrumente erkennen und letztere wirkungsvoll einsetzen können.

Hier setzt das Intensivstudium Strategisches Marketing Management der EBS Executive Education unter der wissenschaftlichen Leitung des Market Management Institutes an. In diesem Programm wird Ihnen das erforderliche Strategie- und Marketing-Know-how vermittelt, um diese Herausforderungen annehmen zu können.

Qualifikationsziele

- Sie erhalten ein Fundament an theoretischem Rüstzeug, um komplexe Zusammenhänge von Aktionen und Reaktionen im Markt zu verstehen.
- Sie bekommen das aktuellste Wissen zur Strategiefindung, -festlegung und -umsetzung im Strategischen Marketing Management.
- Sie erlernen marketing- und strategie-relevante Problemsituationen zu verstehen und entsprechende Handlungsempfehlungen für sich und Ihr Unternehmensumfeld abzuleiten.
- Sie entwickeln Ideen zur Differenzierung gegenüber Ihren Wettbewerbern und Profilierung bei Ihren Kunden.

Die EBS Executive Education, die Weiterbildungsgesellschaft der EBS Universität für Wirtschaft und Recht, hat seit mehr als 20 Jahren Erfahrungen in der Konzeption und Durchführung von Management-Weiterbildung.

Das Profil des Intensivstudiums Strategisches Marketing Management



Das Programm richtet sich an Führungskräfte und Führungsnachwuchskräfte im Strategischen Marketing bzw. Marketing Management, die ihr Wissen vertiefen und aktualisieren möchten. Selbstverständlich steht das Programm auch Personen offen, die in eine entsprechende Managementposition wechseln wollen.

Erfahrene Dozenten vermitteln den Teilnehmern in diesem Intensivstudium praxisnah und anwendungsbezogenes aktuelles Produktmanagement-Know-how. Sie lernen Hintergründe, Mechanismen, Methoden und Verfahrensweisen im Strategischen Marketing Management kennen. Die Studierenden profitieren sowohl vom Wissen des Dozenten als auch vom Erfahrungsaustausch mit den Kommilitonen.

Das Intensivstudium ist berufsbegleitend organisiert und umfasst insgesamt 11 Präsenztage verteilt auf fünf Wochenendphasen und einen Abschlusstag. Wahlweise besteht für Sie die Möglichkeit, den Studiengang mit einer Teilnahmebestätigung oder einem Zertifikat als Marketing Manager (EBS) abzuschließen. Voraussetzung für dieses Zertifikat ist die Bearbeitung einer Projektarbeit (Living Case) sowie das Bestehen einer Klausur.

Hierzu arbeiten Sie gemeinsam mit Ihren Kommilitonen – also in Gruppenarbeit – an konkreten Problemstellungen aus Ihrem Berufsumfeld (Living Case). Die Prüfungsleistungen erfordern somit den sofortigen Transfer des Gelernten in die berufliche Praxis und schaffen dadurch einen nachhaltigen Lernerfolg.

Stimmen von Absolventen

»Intensivstudium‘ ist eine treffende Bezeichnung für den Studiengang. Intensiv waren sowohl die erstklassigen Vorlesungsmodule, praxisnahen Inhalte und zu erbringenden Prüfungsleistungen als auch der Spaß an der Zusammenarbeit und dem Austausch mit Kursteilnehmern und Dozenten/Dozentinnen. Abgerundet durch eine hervorragende Betreuung kann ich nur ein Gesamt-Rating vergeben: AAA.«

Susann Davis
Deutsche Bank AG
Group Brand Communications

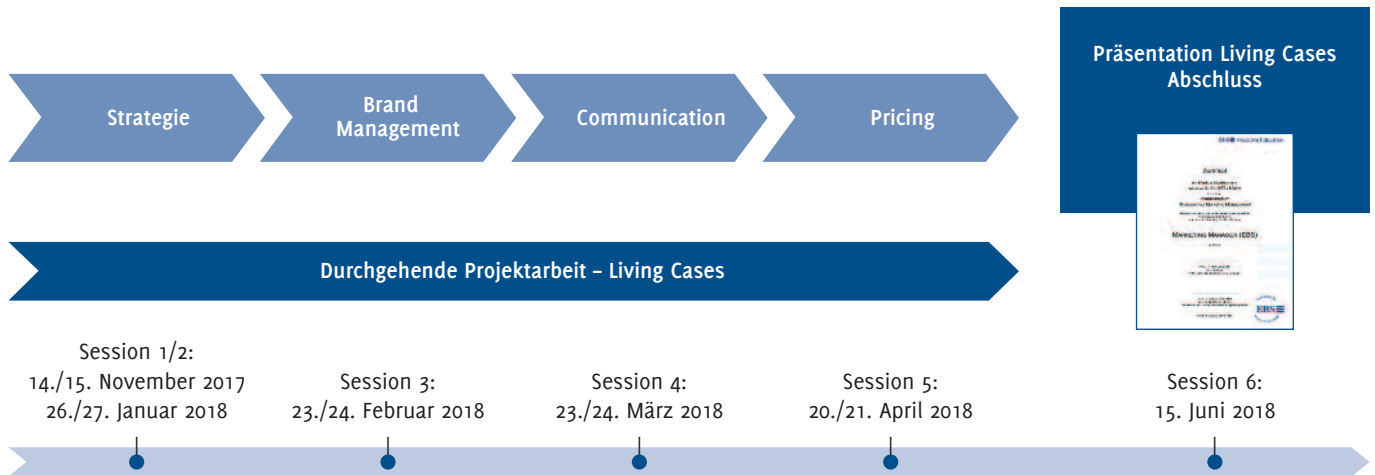
»Die in der Vorlesung vermittelten Inhalten und Methoden sind innovativ, praxisnah und führen zu messbaren Erfolgen. Durch den IPM Ansatz lässt sich Marketing aus neuen, vielfältigen Perspektiven betrachten. Sowohl inhaltlich, methodisch als auch strukturell.«

Darius Kranzkowski

»Relevantes Marketingwissen, starker Praxisbezug sowie exzellente Referenzen machen das Intensivstudium Strategisches Marketing Management an der EBS zur ersten Wahl für ambitionierte Marketeers. Das Investment hat sich für uns durch zahlreiche neue Ideen und Impulse innerhalb kürzester Zeit mehr als ausgezahlt.«

Thomas Schalow

Modulübergreifende Struktur des Intensivstudiums Strategisches Marketing Management



Unserem Verständnis von Strategischem Marketing Management entsprechend wird zu Beginn des Programms die strategische Dimension herausgestellt. Sie beschäftigen sich mit den Basisaufgaben zur Strategiefindung, -festlegung und -umsetzung. Selbstverständlich werden Sie auch die klassischen angebotsbezogenen Marketinginstrumente thematisieren.



Dozenten

Die Reputation des Intensivstudiums Strategisches Marketing Management basiert zu einem großen Teil auf der Kompetenz der Dozenten, die mit dialogorientierten Lehrmethoden den optimalen Lernerfolg erzielen.

Prof. Prof. Dr. Carsten Baumgarth
HWR Berlin – School of Economics and Law

Jörg Elfmann
Geschäftsführender Gesellschafter, bplusd healthy brands GmbH, Köln

Prof. Dr. Uta Herbst
Universität Potsdam

Prof. Dr. Silke Lennerts
Duale Hochschule Baden-Württemberg
Karlsruhe

Prof. Dr. Roland Mattmüller
EBS Business School

Dr. Oliver Nickel
Managing Partner, SWELL GmbH, Nürnberg

Prof. Dr. Ralph Tunder
EBS Business School

Hubertus von Lobenstein
Geschäftsführer, AVL Aimaq von Lobenstein,
Berlin

Strategisches Marketing Management – Inhalte

Strategie Session 1/2

Thema 1: Marketingprozess 2.0

Prof. Dr. Roland Mattmüller

Inhalte:

- Marketing als strategischer Kernprozess im Unternehmen
- Strategische Wettbewerbsvorteile schaffen und sichern
- Kundenzufriedenheit und -loyalität als zentrale Zielgrößen erreichen
- Werthaltige Kundenpotenziale erkennen und abschöpfen

Lernziele: Sie...

- ... können die Aufgaben und Zusammenhänge eines systematischen und strategischen Marketingprozesses einordnen.
- ... kennen die betriebswirtschaftliche Bedeutung von Wachstum einerseits und Kundenloyalität andererseits.
- ... lernen die zentralen Herausforderungen zur Erreichung profitabler Wettbewerbsvorteile in ihrem Unternehmen zu definieren und zielführend zu gestalten.

Thema 2: Verfahren und Methoden der strategischen Marktanalyse

Prof. Dr. Ralph Tunder

Inhalte:

- Komparative Konkurrenzvorteile
- Strategische Geschäftsfelder
- Analyse der internen Unternehmensressourcen
- Analyse der externen Marktkräfte
- SWOT-Analyse
- Portfolio-Analyse

Lernziele: Sie...

- ... verstehen und hinterfragen die Ansprüche und Perspektiven von Marktstrategien.
- ... können die Planungsparameter der strategischen Analyse anwenden.
- ... lernen die Instrumente und Verfahren der strategischen Analyse verstehen und auch umzusetzen.
- ... beherrschen die Erfolgsfaktoren der Strategischen Analyse.

Thema 3: Strategische Entscheidungen auf Geschäftsfeldebene

Prof. Dr. Ralph Tunder

Inhalte:

- Zielgruppenpolitische Entscheidungen
 - Identifying – Identifizieren von Marktsegmenten
 - Targeting – Bestimmung von Zielsegmenten
- Angebotspolitische Entscheidungen
 - Angebotsarchitektur
 - Produktkonfiguration

Lernziele: Sie...

- ... verstehen die zentralen Entscheidungsbereiche der Zielgruppenbestimmung und -bewertung.
- ... lernen Methoden der Zielgruppenbewertung in die praktische Anwendung zu überführen.
- ... können ausgewählte Bausteine der Angebotsplanung analysieren.
- ... sind in der Lage sich mit den Aspekten des Zielgruppenmanagements strategisch auseinanderzusetzen.

Thema 4: Unternehmensstrategien

Prof. Dr. Roland Mattmüller

Inhalte:

- Strukturiertes Management der Geschäftsfelder als Basisaufgabe
- Wachstumsoptionen nutzen – Diversifikation als Kernstrategie
- Reduktion und Konversion als absichernde Strategien

Lernziele: Sie...

- ... können die Chancen und Risiken einzelner Unternehmensstrategien im Kontext abwägen.
- ... sind in der Lage, zielgerichtet eine ausgewählte Strategie erfolgswirksam umzusetzen.

Brand Management Session 3

Thema 5: Markenmanagement

Prof. Dr. Carsten Baumgath

Inhalte:

- Marke und Markenrelevanz
- Entscheidungsfelder des Brand Management
- Employer Branding
- Interne Markenführung
- Markencontrolling

Lernziele: Sie...

- ... lernen die Relevanz der Marke und der Markenführung für verschiedene Kontexte zu begründen.
- ... besitzen einen Überblick über die wichtigsten Bausteine des Brand Management.
- ... sind in der Lage, eine Markenpositionierung zu bestimmen.
- ... kennen die Bedeutung und Aufgabenfelder des Employer Branding.
- ... können ein Konzept zur Internen Markenführung entwickeln.
- ... haben einen Überblick über wichtige Instrumente und Kennzahlen des Markencontrolling.

Thema 6: Praxis Markenführung

Dr. Oliver Nickel

Inhalte:

- Herausforderungen der Markenführung im Kontext der Digitalisierung
- Sources of Growth: Hebel für mehr Marktenwachstum
- Arbeitstools zur Ableitung von strategischen Markenentscheidungen
- Gestaltung von erfolgreichen Markencodes bei Branding, Produktdesign und Verkauf
- Beispiele für innovative Markenkommunikation

Lernziele: Sie...

- ... lernen anhand wertvoller Beispiele erfolgreicher Markenführung die Transfermöglichkeiten auf die eigene Arbeit kennen.
- ... können den eigenen Markenerfolg erhöhen.
- ... haben das Handwerkzeug, um systematischer zu Strategien und Innovationen zu gelangen.

Strategisches Marketing Management – Inhalte

Communication

Session 4

Thema 7: Storytelling

Hubertus von Lobenstein

Inhalte:

- Anforderungen an Markenkommunikation in digitalen Zeiten
- Warum aus Storytelling Storymaking werden muss
- Die 5 Regeln, um erfolgreich Markengeschichten zu erzählen
- Warum man Konflikte nicht aushalten, sondern für die Marke nutzen sollte
- Markenstrategie versus Digitalstrategie – vom Anfang und Ende der Markenkommunikation
- Content Marketing, Programmatic Advertising, SoMe – Mythen und Wahrheiten

Lernziele: Sie...

- ... kennen die besonderen Anforderungen der Markenkommunikation in digitalen Zeiten.
- ... verstehen die Wichtigkeit einer übergeordneten Brand Story.
- ... lernen Instrumente kennen, um gute Brand Stories zu entwickeln.

Thema 8: Marken-Kommunikation in 360°

Jörg Elfmann

Inhalte:

- Bedeutung von Marken- und Markenkommunikation
- Kommunikationserwartungen Ihrer Zielgruppe
- Entwicklung relevanter Markenkommunikation – von den inneren zu den äußeren Markensignalen
- 360° Grad Kommunikation in der Praxis – zur Abdeckung unterschiedlicher Zielgruppen-Profile und unterschiedlicher Medienkanäle

Lernziele: Sie...

- ... lernen die relevanten Parameter einer erfolgreichen Markenbildung und -kommunikation kennen.
- ... können diese Parameter für eine optimale Ausschöpfung der Markenkraft interpretieren bzw. definieren.
- ... erarbeiten gemeinsam die einzelnen Schritte zur einer erfolgsorientierten Markenpositionierung

Thema 9: Preismanagement

Prof. Dr. Silke Lennerts

Inhalte:

- Preisstrategie
- Innovative Formen der Preisdifferenzierung
- Verrechnung von Sekundärleistungen
- Kundennutzenorientierte Preisfindung
- Preispsychologische Effekte

Lernziele: Sie...

- ... können die unternehmerische Bedeutung eines aktiven Preismanagements erklären.
- ... sind in der Lage, die Ertragshebel entlang des Pricing-Prozesses zu identifizieren und zu charakterisieren.
- ... können eine Preisstrategie erstellen.
- ... kennen verschiedene, innovative Formen der Preisdifferenzierung und können diese anwenden.
- ... sind in der Lage, das Potenzial der Verrechnung von Sekundärleistungen zu erkennen.
- ... lernen verschiedene Verfahren zur kundennutzenorientierten Preisfindung kennen und können diese anwenden.
- ... erhalten Einblicke in Erkenntnisse der Neuro-Marktforschung und preispsychologischer Effekte.



Pricing

Session 5

Thema 10: Preisverhandlungen

Prof. Dr. Uta Herbst

Inhalte:

- Preisverhandlungen – mehr als ein Machtspiel
- Erfolgreiche Preisverhandlungen durch systematische Verhandlungsanalyse, -organisation und -vorbereitung
- Professionelles Verhandlungscontrolling
- Tools für Preisverhandlung

Lernziele: Sie...

- ... verstehen, dass Preisverhandlungen nicht nur ein Machtspiel sind.
- ... erkennen, dass eine Preisverhandlung nur dann erfolgreich abgeschlossen werden kann, wenn zuvor eine systematische Verhandlungsanalyse, -organisation und -vorbereitung und nach der Verhandlung ein professionelles Verhandlungscontrolling durchgeführt werden.
- ... beherrschen nach dem Kurs wichtige Tools für Preisverhandlungen wie War Gaming, Battle Planing oder Value Calculators.
- ... lernen, wie Sie mit Nachverhandlungsforderungen Ihres Gegenüber umgehen.

Abschluss

Session 5

Thema 11: Präsentation der Living Cases

Prof. Dr. Roland Mattmüller /
Prof. Dr. Ralph Tunder

Inhalte:

- Präsentation und Diskussion der Living Case Ergebnisse
- Bewertung und Feedback durch die Wissenschaftliche Leitung
- Abschluss des Intensivstudiums mit der Zertifikatsübergabe

Das Intensivstudium Strategisches Marketing Management auf einen Blick



| | |
|---|--|
| Studiengang | Intensivstudium Strategisches Marketing Management (EBS) |
| Zielgruppe | Führungsverantwortliche, Führungsnachwuchskräfte und Potentials aus dem Strategischen Marketing und Produktmanagement – beziehungsweise Personen, die in eine solche Position wechseln wollen |
| Dauer | 11 Tage organisiert in fünf Präsenzphasen und einem Abschlusstag binnen sieben Monaten |
| Veranstaltungsort | EBS Business School, Oestrich-Winkel, Schloss Reichartshausen und/oder EBS Executive Education in Oestrich-Winkel |
| Examen | Eine schriftliche Klausur zu ausgewählten Themenblöcken sowie die schriftliche Ausarbeitung einer Projektarbeit (im Team) und deren mündliche Präsentation |
| Abschluss | Marketing Manager (EBS) |
| Programmgebühren | € 4.900,00 inklusive Teilnehmerunterlagen und Pausengetränke/Obst/Snacks und Gebäck; exklusive Reise- und Übernachtungskosten. Zusätzlich fallen Prüfungsgebühren in Höhe von € 600,00 an – sofern die Option für das Zertifikat zum Marketing Manager (EBS) gewählt wird. <i>Die Leistungen sind gemäß §4 Nr. 21 a) bb) UStG von der MwSt befreit.</i> |
| Sie haben noch Fragen zum Intensivstudium? | Zögern Sie nicht, sie uns zu stellen. Wir sind gern für Sie da: Patricia Christen (Programm-Management) Telefon: +49 6723 8888 351 patricia.christen@ebs.edu www.ebs-mmi.de |

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1 Gegenstand des Vertrages

Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen der EBS Executive Education GmbH und dem Studierenden oder Seminarparticipant für die Teilnahme an einem Seminar, Studiengang oder Zertifikatsprogramm (im Folgenden „Studiengang“). Die Wissenschaftliche Leitung des Studiengangs liegt beim jeweiligen Fachinstitut der EBS Universität für Wirtschaft und Recht gGmbH. Die Vertragsleistungen und die Teilnahmevoraussetzungen ergeben sich aus der Studienbroschüre des jeweiligen Studiengangs (Papierform oder elektronisch im Internet unter <https://www.ebs.edu/weiterbildung.html>) in der bei Vertragsschluss gültigen Fassung. Vertragspartner sind die EBS Executive Education GmbH sowie der zum Studiengang zugelassene Teilnehmer.

2 Bewerbung

2.1 Das Angebot des Studiengangs durch die EBS Executive Education GmbH erfolgt stets freibleibend.

2.2 Der Antrag auf Zulassung zum Studiengang muss vom Bewerber schriftlich an das jeweilige Fachinstitut gerichtet werden.

Dem Antrag auf Zulassung sind die nachfolgend aufgeführten Unterlagen vollständig beizufügen:

- a. Lebenslauf mit Angabe des Ausbildungsweges und des bisherigen beruflichen Werdegangs
- b. ein aktuelles Lichtbild (in digitaler Form oder Papierform)
- c. Abschriften oder Ablichtungen der erforderlichen Zeugnisse
- d. Begründung des Antrags auf Zulassung zum Studiengang
- e. eine unterzeichnete und mit Datum versehene Erklärung des Bewerbers, aus der sich ergibt, dass er die „Geschäftsbedingungen“, die „Prüfungsordnung“ sowie die „Studiengebühren und Zahlungsbedingungen“ kennt und als Vertragsbestandteil anerkennt.

3 Zulassung

3.1 Der Wissenschaftliche Leiter des Studiengangs entscheidet im Falle der Erfüllung der Zulassungskriterien (abgeschlossenes Studium und/oder Berufserfahrung) im eigenen Ermessen über die Zulassung des Bewerbers zum Studiengang. Im Falle einer erforderlichen Anerkennung vergleichbarer Qualifikationen basiert die Zulassung zum Studium auf einer nicht anfechtbaren Entscheidung des Zulassungsausschusses. Ein Rechtsanspruch auf Zulassung besteht nicht. Durch Übersendung einer schriftlichen Zulassungsbestätigung der EBS Executive Education GmbH an den Bewerber kommt zwischen diesen Beteiligten das Vertragsverhältnis zustande. Die bei der Bewerbung eingereichten Unterlagen gem. Ziff. 2.2 e. werden Vertragsbestandteil. Gemeinsam mit der Zulassungsbestätigung erhält der zugelassene Teilnehmer die erste Gebührenrechnung sowie gegebenenfalls eine Übersicht über die weiteren Zahlungstermine.

3.2 Es besteht die Möglichkeit der Anmeldung des Teilnehmers zum Studiengang über seinen Arbeitgeber. In diesem Fall unterschreiben der Teil-

nehmer und sein Arbeitgeber die Anmeldung gemeinsam und treten gegenüber der EBS Executive Education GmbH gesamtschuldnerisch als Vertragspartner auf.

4 Zahlungsbedingungen, Verzug

4.1 Rechnungen der EBS Executive Education GmbH werden dem Teilnehmer unter Berücksichtigung seiner bei der Anmeldung angegebenen Adressdaten entweder per Email oder auf dem Postweg zugestellt. Auf ausdrücklichen Wunsch erhält der Teilnehmer stets eine Rechnung in Papierform.

4.2 Rechnungen gemäß Ziffer 4.1 sind sofort nach Erhalt ohne Abzug zur Zahlung fällig.

4.3 Der Teilnehmer ist nur dann berechtigt, fällige Forderungen zu mindern oder nicht zu zahlen, sofern die EBS Executive Education GmbH die Begründung für Beanstandungen akzeptiert hat. Insbesondere berechtigt die nur zeitweise Teilnahme am Programm oder das Nichterreichen des Bildungsziels (etwa Nichtbestehen von Prüfungen) nicht zu einer Minderung der Vergütung. Ferner ist das Ausbleiben erwarteter Zuschüsse Dritter zu den Bildungsaufwendungen kein berechtigter Grund für eine Zahlungsverweigerung.

4.4 Bei Nichteinhaltung einer Zahlungsfrist ist die EBS Executive Education GmbH berechtigt, den Teilnehmer von dem Studiengang auszuschließen, sofern sie nach Ablauf der jeweiligen Zahlungsfrist eine angemessene Nachfrist zur Zahlung gesetzt hat und gegenüber dem Teilnehmer schriftlich erklärt hat, sie werde ihn nach erfolglosem Ablauf der Nachfrist vom Studium ausschließen.

4.5 Bei Zahlungsverzug ist die EBS Executive Education GmbH berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 5 % p. a. über dem jeweils gültigen Basiszinssatz zu berechnen.

5 Rücktrittsrechte, Vertragsaufhebung, Änderungen

5.1 Die EBS Executive Education GmbH ist bis 14 Tage vor Beginn des Studiengangs berechtigt, von dem Vertrag zurückzutreten, sofern sich bis zu diesem Zeitpunkt eine nicht hinreichende Teilnehmerzahl für den Studiengang angemeldet hat. Als nicht hinreichend gilt grundsätzlich eine Teilnehmerzahl von weniger als 15 Personen. Der EBS Executive Education GmbH steht es jedoch im Einzelfall frei, das Programm auch mit einer geringeren Anzahl von angemeldeten Teilnehmern durchzuführen. Hat der Teilnehmer bereits Studiengebühren an die EBS Executive Education GmbH gezahlt, werden ihm diese in gezahlter Höhe erstattet. Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers sind ausgeschlossen.

5.2 Ein Rücktritt seitens des Teilnehmers ist nur bis zum ersten Veranstaltungstag möglich. Im Falle des Rücktritts wird eine Schadenspauschale in Höhe von 75 % der gesamten Studiengebühren erhoben, wenn kein qualifizierter Ersatzteilnehmer gefunden werden kann. Wenn es der EBS Executive Education GmbH gelingt, den freiwerdenden Studienplatz mit einem anderen qualifizierten Bewerber zu besetzen, reduziert sich die Schadenspauschale auf 25 % der gesamten Studiengebühren. Die Schadenspauschale umfasst auch den entgangenen Gewinn der EBS Executive Education GmbH. Die darüber hinaus bereits gezahlten Studiengebühren werden erstattet. Dem Teilnehmer steht der Nachweis offen, dass der EBS Executive Education GmbH kein oder ein wesentlich geringerer Schaden ent-

standen ist. Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers sind ausgeschlossen.

5.3 Nach Zulassung zum Studiengang ist das Recht zur ordentlichen Kündigung des Vertrages durch den Teilnehmer ausgeschlossen. Dieses gilt auch für den Fall, dass die für einen Aufenthalt am Veranstaltungsort gegebenenfalls erforderlichen Aufenthaltsgenehmigungen oder Visa bei den zuständigen staatlichen Stellen nicht oder verspätet erteilt werden. Dieses gilt darüber hinaus für den Fall, dass Prüfungsleistungen, unabhängig davon, ob sie Voraussetzung für die Teilnahme an nachfolgenden Teilen des Studiengangs sind oder nicht, endgültig nicht bestanden sein sollten, der Teilnehmer von den gegebenenfalls folgenden Prüfungen ausgeschlossen und ein Titel nicht mehr erworben werden kann. Die Vorlesungsveranstaltungen können weiterhin besucht werden; hierüber wird eine Teilnahmebestätigung ausgestellt. Die Verpflichtung zur Tragung der Gesamtstudiengebühr bleibt auf jeden Fall bestehen. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung des Vertrages bleibt hiervon jedoch unberührt.

5.4 Die EBS Executive Education GmbH kann nach Beginn des Studiengangs nur bei Vorliegen eines wichtigen Grundes mit sofortiger Wirkung schriftlich kündigen. Eine Rückerstattung der Studiengebühr ist in diesem Falle ausgeschlossen. Dies gilt insbesondere im Falle einer schuldhaften Täuschung im Rahmen des Bewerbungs- oder Prüfungsverfahrens und für den Fall, dass der Teilnehmer durch sein persönliches Verhalten (z.B. wiederholte Störung des Programms, Verstoß gegen wesentliche vertragliche Pflichten, Abgabe unzutreffender Erklärungen im Zulassungsverfahren) Anlass für eine solche Kündigung gibt. Die EBS Executive Education GmbH ist in den vorgenannten Fällen jederzeit berechtigt, den entsprechenden Teilnehmer vom Studiengang auszuschließen. Sie behält im Falle eines durch den Teilnehmer verursachten Ausschlusses ihren Anspruch auf die volle Vergütung.

5.5 Die Wahl der eingesetzten Methoden und Hilfsmittel obliegen der EBS Executive Education GmbH. Geringfügige Änderungen in den Inhalten und der Zeitdauer des Studiengangs bleiben vorbehalten. Sie berechtigen den Teilnehmer nicht zur Vertragskündigung. Sollten Referenten ihre Teilnahme absagen müssen, bemüht sich die EBS Executive Education GmbH um eine Verschiebung der Veranstaltung oder einen geeigneten Ersatzreferenten. Für den Fall, dass wesentliche Studieninhalte ausfallen, ermäßigt sich die Studiengebühr anteilig. Eine weitergehende Haftung der EBS Executive Education GmbH ist ausgeschlossen.

5.6 Die Wahl von Zeit und Ort der Programm Durchführung obliegt der EBS Executive Education GmbH. Sie behält sich vor, den angekündigten zeitlichen Beginn des Programms zu ändern oder den Ort der Programmdurchführung zu verlegen, falls dies aus organisatorischen Gründen notwendig wird. Der Teilnehmer kann innerhalb von einer Woche ab Datum der Änderungsmitteilung von dem Vertrag zurücktreten und Rückerstattung der bereits gezahlten Vergütung verlangen, insoweit ihm eine Teilnahme zu den neuen Bedingungen aus organisatorischen Gründen nicht zumutbar ist. Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers sind ausgeschlossen. Eine Verlegung des zeitlichen Beginns um weniger als zwei Stunden sowie eine Verlegung des Ortes innerhalb des Rhein-Main-Gebietes berechtigt den Teilnehmer grundsätzlich nicht zu Rücktritt oder Vertragskündigung.

6 Widerrufsbelehrung

6.1 Dem Teilnehmer – wenn er Verbraucher und nicht Kaufmann ist – steht das folgende Widerrufsrecht zu:

WIDERRUFSBELEHRUNG

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag des Vertragsabschlusses.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns, der EBS Executive Education GmbH, Hauptstraße 31, 65375 Oestrich-Winkel, Tel. +49 611 7102 1880, Fax +49 611 7102 10 1880, Email: info@ee.ebs.edu mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder Email) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstige Standardlieferung gewählt haben) unverzüglich und spätestens innerhalb von vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrages bei uns eingegangen ist. Für diese

Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet.

Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistung während der Widerrufsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.

MUSTER-WIDERRUFSFORMULAR

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

- An die EBS Executive Education GmbH, Hauptstraße 31, 65375 Oestrich-Winkel, Tel. +49 611 7102 1880, Fax +49 611 7102 10 1880, Email: info@ee.ebs.edu:
 - Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über die Teilnahme an dem folgenden Studiengang:
 - Bestellt am (*) / erhalten am (*):
 - Name des/der Verbraucher(s):
 - Anschrift des/der Verbraucher(s):
 - Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)
 - Datum:
- (*) Unzutreffendes streichen

7 Urheberrechte, Nutzungsrechte

7.1 Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung der Schulungsunterlagen – auch als elektronische Dokumente (z.B. im PDF-Format) – und Lernprogramme, oder von Teilen daraus, behält sich die EBS Executive Education GmbH vor. Kein Teil der Unterlagen darf – auch nicht auszugsweise – ohne schriftliche Genehmigung der EBS Executive Education GmbH vervielfältigt, verarbeitet, verändert, verbreitet, noch sonst zur öffentlichen Wiedergabe verwendet werden. Eine Vervielfältigung der Unterrichtsmaterialien durch den Teilnehmer zu Lernzwecken im Rahmen des Studiengangs bleibt von dem vorgenannten Verbot unberührt.

7.2 In dem Studiengang wird ggf. Software eingesetzt, die durch Urheber- und Markenrechte geschützt ist. Diese Software darf weder kopiert noch in sonstiger maschinenlesbarer Form verarbeitet und nicht aus dem Seminarraum entfernt werden. Zum Schutz der Systeme der EBS Executive Education GmbH dürfen Software und Dateien, die der Teilnehmer selbst mitbringt, nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch die EBS Executive Education GmbH auf den Schulungsrechnern verwendet werden. Bei Zuwiderhandlungen behält sich die EBS Executive Education GmbH Schadensersatzforderungen vor.

8 Haftung

8.1 Die EBS Executive Education GmbH haftet bei vorsätzlich verursachten Schäden in voller Höhe.

Im Falle grob fahrlässig verursachter Schäden haftet die EBS Executive Education GmbH hingegen nur in Höhe des vorhersehbaren Schadens, der durch die Sorgfaltspflicht verhindert werden soll. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet die EBS Executive Education GmbH nur im Falle der Verletzung einer so vertragswesentlichen Pflicht, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet ist. In diesem Fall haftet die EBS Executive Education GmbH gegenüber den Teilnehmern allein auf Ersatz des Schadens, der typisch und vorhersehbar war. Sollte die EBS Executive Education GmbH zum Ersatz vergeblicher Aufwendungen verpflichtet sein, gilt das vorstehende entsprechend.

8.2 Die EBS Executive Education GmbH haftet nicht für den Verlust, die Beschädigung oder den Untergang von Sachen des Teilnehmers im Zusammenhang mit der Durchführung des Studiengangs, soweit dies nicht auf vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten der EBS Executive Education GmbH zurückzuführen ist.

8.3 Die EBS Executive Education GmbH haftet nicht für Schäden, die durch höhere Gewalt, Aufruhr, Kriegs- und Naturereignisse sowie sonstige, von ihnen nicht zu vertretende Vorkommnisse (z. B. Streik, Aussperrung, Verkehrsstörung, Verfüngung in- und ausländischer staatlicher Stellen) oder auf nicht schuldhaft verursachte, technische Störungen, etwa des EDV-Systems, zurückzuführen sind. Als höhere Gewalt gelten auch Computerviren oder vorsätzliche Angriffe auf EDV-Systeme durch „Hacker“, sofern jeweils angemessene Schutzvorkehrungen hiergegen getroffen wurden.

8.4 Soweit die Haftung der EBS Executive Education GmbH ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für ihre Angestellten, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

9 Datenschutz

9.1 Der Teilnehmer wird hiermit gemäß Bundesdatenschutzgesetz davon unterrichtet, dass die EBS Executive Education GmbH seine vollständige Anschrift sowie weitere auftragsspezifische Details in maschinenlesbarer Form speichert und für Aufgaben, die sich aus dem Vertrag ergeben, maschinell verarbeitet. Die EBS Executive Education GmbH gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

9.2 Die EBS Executive Education GmbH verpflichtet sich, die ihr vom Teilnehmer mitgeteilten personenbezogenen Daten, insbesondere Name, Anschrift, Alter, Rechnungsangaben, vertraulich zu behandeln. Sie wird durch entsprechende Maßnahmen (§ 9 BDSG) und die Verpflichtung ihrer Mitarbeiter dafür Sorge tragen, dass diese Verschwiegenheitspflicht während der Laufzeit der Inanspruchnahme von Leistungen der EBS Executive Education GmbH und nach deren Ende aufrechterhalten bleibt.

9.3 Die EBS Executive Education GmbH ist berechtigt, die personenbezogenen Daten zum Zwecke der Beratung, Werbung und Marktforschung für eigene Zwecke zu nutzen. Sofern durch den Geschäftsbetrieb erforderlich, kann die EBS Executive Education GmbH personenbezogene Daten im Rahmen der Auftragsdatenverarbeitung an beauftragte Stellen weiterleiten. Dabei wird eine zweckgebundene und vertrauliche Verarbeitung gewährleistet. Eine Weitergabe der personenbezogenen Daten der Teilnehmer an Dritte, insbesondere zu den vorgenannten Zwecken, ist ausgeschlossen, sofern der Teilnehmer nicht dazu sein ausdrückliches Einverständnis erklärt.

10 Anwendbares Recht und Gerichtsstand

10.1 Diese Vereinbarung unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.

10.2 Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis ist Wiesbaden, wenn die im Klageweg in Anspruch zu nehmende Vertragspartei nach Vertragsabschluss ihren Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich der Zivilprozessordnung verlegt oder ihr Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist. Wiesbaden ist weiter Gerichtsstand, sofern der Vertragspartner der EBS Executive Education GmbH Kaufmann oder eine Handelsgesellschaft ist.

11 Schriftform und Fortbestehen des Vertrages

11.1 Die Parteien verpflichten sich, Änderungen und Ergänzungen der Vertragsbedingungen schriftlich (einschließlich Email) zu treffen. Dieses gilt auch für die Schriftformerfordernisse gem. dieser Ziffer 11 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

11.2 Bei Unwirksamkeit einzelner Vertragsbestandteile bleibt die Fortgeltung des Vertrages im Übrigen unberührt.

11.3 Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) bereit, die Sie hier finden <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Verbraucher haben die Möglichkeit, diese Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten zu nutzen.

Stand: April 2016

Bitte reichen Sie folgende Unterlagen beim Market Management Institute ein, wenn Sie sich um einen Studienplatz im Intensivstudium Strategisches Marketing Management bewerben wollen:

- Bewerbungsbogen (die beiden folgenden Seiten)
- Lebenslauf mit Angabe des Ausbildungsweges und des bisherigen beruflichen Werdegangs
- Kopien der Zeugnisse
- Begründung der Zielsetzung der Bewerbung
- zwei Lichtbilder (Passbildgröße)



EBS Universität
für Wirtschaft und Recht
Gustav-Stresemann-Ring 3
65189 Wiesbaden
Germany
Phone +49 611 7102 00
Fax +49 611 7102 1999
info@ebs.edu
www.ebs.edu

EBS Executive Education GmbH
Hauptstraße 31
65375 Oestrich-Winkel
Phone +49 6723 8888 500
Fax +49 6723 8888 600
info@ee.ebs.edu
www.ebs.edu



Wissenschaftliche Leitung:
Market Management Institute
Hauptstraße 31
65375 Oestrich-Winkel

Patricia Christen
Phone +49 6723 8888 351
Fax +49 6723 8888 450
patricia.christen@ebs.edu
www.ebs-mmi.de

www.ebs.edu



Bewerbungsbogen bitte einsenden an:

Market Management Institute
Hauptstraße 31
65375 Oestrich-Winkel
Germany

Ich beantrage die Zulassung zum
Intensivstudium Strategisches Marketing
Management

.....
Titel, Name, Vorname

.....
Geburtsdatum und -ort

Schulbildung Allgemeine Hochschulreife Fachhochschulreife Sonstige:

Privat

.....
Straße, Nr.

.....
PLZ, Ort

.....
Bundesland

.....
Telefon

.....
Fax

.....
Mobil

.....
E-Mail

Geschäftlich

.....
Firma

.....
Position

.....
Abteilung

.....
Straße, Nr.

.....
PLZ, Ort

.....
Bundesland

.....
Telefon

.....
Fax

.....
Mobil

.....
E-Mail

Präferierte Post privat geschäftlich
Kontaktadresse E-Mail privat geschäftlich

Institutionelle Bildung

Universität

.....
Ort Fachrichtung Abschluss Datum

Fachhochschule

.....

Berufsakademie/VWA

.....

Berufsausbildung

.....

Sonstiges

.....

Berufserfahrung Jahre

Kostenübernahme

durch den Arbeitgeber

persönlich

(bitte aus versicherungstechnischen Gründen angeben)

Erklärung

Hiermit bestätige ich verbindlich die Richtigkeit meiner Bewerbung auf Zulassung zum Intensivstudium Strategisches Marketing Management. Die Geschäftsbedingungen sowie die Studiengebühren und Zahlungsbedingungen der EBS Executive Education GmbH habe ich zur Kenntnis genommen und erkenne sie als Vertragsbestandteil an.

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift Bewerber

Falls Kosten vom Arbeitgeber übernommen werden:

.....
Firmenstempel

.....
Unterschrift Arbeitgeber