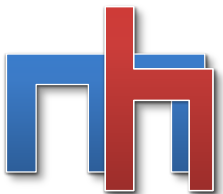


CM Kompakt

Kompaktausbildung für den Category Management Nachwuchs

Ein Angebot des Forschungszentrums
für Category Management

Prof. Dr. Hendrik Schröder
Lehrstuhl für Marketing & Handel
Universität Duisburg-Essen, Campus Essen
www.category-management.net



Category Management Kompakt

1. Die Idee
2. Der Zeitplan
3. Der Inhalt
4. Die Modalitäten
5. Ein Rückblick

1 CM Kompakt – Die Idee

Die komplexen Anforderungen der Category Manager

Der **Bedarf an Category Managern** in Handel und Konsumgüterindustrie ist weiterhin hoch. Die Universitäten können den speziellen Anforderungen dieses Berufsbildes in der allgemeinen Marketingausbildung nicht vollständig gerecht werden.

Das Forschungszentrum für Category Management an der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen bietet geeigneten Studierenden daher in Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Konsumgüterbranche eine **Zusatzausbildung für den Category Management Nachwuchs** an.

1 CM Kompakt - Die Idee

Die Ausbildung ist zweigeteilt:

Im ersten Teil erfolgt die **theoretische Ausbildung** in zwei Sitzungen

à 6 Unterrichtsstunden im März 2009 geleitet durch Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder, Forschungszentrum für Category Management, und seine wissenschaftlichen Mitarbeiter.

Für den praxisorientierten zweiten Teil erhalten die Teilnehmer **Fallstudien aus der Praxis** der Partner-Unternehmen, die als Gruppenarbeit von je 2 bis 3 Teilnehmern innerhalb von 12 Wochen schriftlich auszuarbeiten sind. Die Präsentation der Lösungen erfolgt im Juni 2009 in Kooperation mit den Partner-Unternehmen.

Category Management Kompakt

1. Die Idee
2. Der Zeitplan
3. Der Inhalt
4. Die Modalitäten
5. Ein Rückblick

Theoretische Ausbildung:

Donnerstag, 12.03.2009, 10.00-17.00 Uhr

CM – Einführung / CM – Prozess

Prof. Schröder

Freitag, 13.03.2009, 10.00-16.00 Uhr

Quantitative und qualitative Marktforschung

Prof. Schröder und Mitarbeiter

Freitag, 13.03.2009, 16.00-18.00 Uhr

Ausgabe der Fallstudien der Unternehmen

Prof. Schröder und ggf. Unternehmensvertreter

Praxisorientierte Ausbildung:

13.03.2009 - 08.05.2009

Ausarbeitung der Fallstudien durch je 2 bis 3 Teilnehmer; Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung bis 23.05.2008, 16.00 Uhr.

01.06.2009 - 18.06.2009

Vorbereitung der Präsentation

18.06.2009, 10.00-17.00 Uhr

Präsentation der Ergebnisse in Kooperation mit den Partner-Unternehmen

Category Management Kompakt

1. Die Idee
2. Der Zeitplan
3. Der Inhalt
4. Die Modalitäten
5. Ein Rückblick

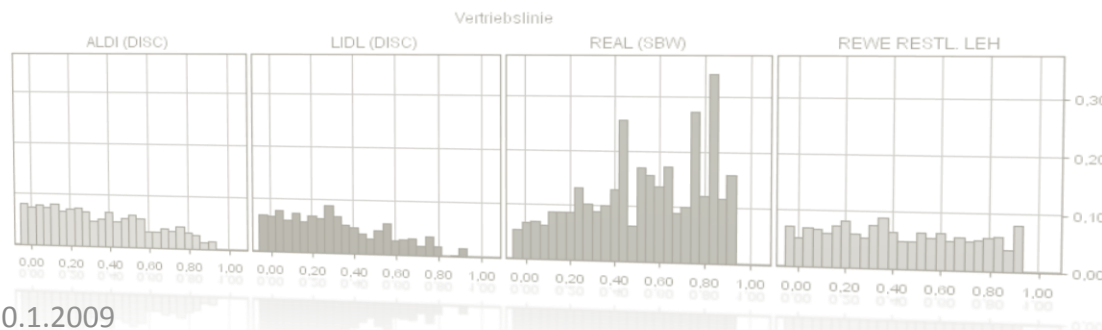
Theoretische Ausbildung – Tag 1

- Category Management - der Einstieg
- Category Management - Kooperation zwischen Industrie und Handel
- Der Category Management Prozess
- Definition der Warengruppe
- Analyse der Warengruppe
- Consumer-Insights



Theoretische Ausbildung – Tag 2

- Data-Mining und Category Management – Anwendungsbereiche und Methoden
- Datenbasis für das Category Management
- Kennzahlengestützte Sortimentsoptimierung
- Formen der Regalplatzierung
- Verhalten der Kunden in der Einkaufsstätte
- Methoden und Anwendungsbeispiele



Category Management Kompakt

1. Die Idee
2. Der Zeitplan
3. Der Inhalt
4. Die Modalitäten
5. Ein Rückblick

Für **Diplom- und Magister-Studierende** im Fach Marketing & Handel

- Bewerbung mit Anschreiben, Lebenslauf und Leistungsübersicht bis zum 13.02.2009, limitierte Teilnehmerzahl
- Auswahlgespräche vom 19.02.2009 bis zum 20.02.2009
- Auswahlkriterien: Motivation, Studienleistungen, ggf. Konsumgüter- oder Handelserfahrung
- Bekanntgabe der Teilnehmer am 24.02.2009
- Anrechnung als Seminarleistung für Studierende des Faches Marketing & Handel
- Kontakt: Julian Mennenöh, Tel.: 0201-183-2278
E-Mail: julian.mennenoeh@uni-due.de

Für **Bachelor-Studierende** im Vertiefungsstudium

- Bewerbung mit Anschreiben, Lebenslauf und Leistungsübersicht bis zum 13.02.2009, limitierte Teilnehmerzahl
- Auswahlgespräche vom 19.02.2009 bis zum 20.02.2009
- Auswahlkriterien: Motivation, Studienleistungen, ggf. Konsumgüter- oder Handelserfahrung
- Bekanntgabe der Teilnehmer am 24.02.2009
- Anrechnung als Fallstudienseminar im Vertiefungsstudium
- Kontakt: Julian Mennenöh, Tel.: 0201-183-2278
E-Mail: julian.mennenoe@uni-due.de

Category Management Kompakt

1. Die Idee
2. Der Zeitplan
3. Der Inhalt
4. Die Modalitäten
5. Ein Rückblick – Drei Jahre CM-Kompakt



Category Management Kompakt **2006** mit ARAL, Bahlsen, Barilla, Schwartau und Schwarzkopf & Henkel

Ein Rückblick – Drei Jahre CM-Kompakt in Essen



Category Management Kompakt **2006** mit
ARAL, Bahlsen, Barilla, Schwartau und Schwarzkopf & Henkel



Category Management Kompakt **2007** mit
ARAL, Barilla, Hasbro, OBI und Reckitt Benckiser



Category Management Kompakt **2008** mit adidas, ARAL, Atos Origin, Intersnack und OBI

Ein Rückblick – Drei Jahre CM-Kompakt in Essen



Category Management Kompakt **2008** mit adidas, ARAL, Atos Origin, Intersnack und OBI



Ein Rückblick – Drei Jahre CM-Kompakt in Essen

Ein weiteres **praxisnahes** Lehrangebot für Bachelorstudierende in Essen.
Eine Kooperation von:



Category Management **Vortragsreihe 2008**
in Kooperation mit **GS1 Germany**

Wir freuen uns auf Ihre Mitwirkung!

Ein Angebot des Forschungszentrums
für Category Management

Prof. Dr. Hendrik Schröder
Lehrstuhl für Marketing & Handel
Universität Duisburg-Essen, Campus Essen
www.category-management.net

