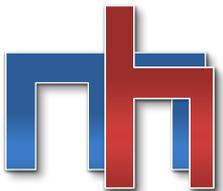


CM Kompakt

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

Die komplexen Anforderungen der Category Manager

Der **Bedarf an Category Managern** in Handel und Konsumgüterindustrie ist weiterhin hoch.

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

1 CM Kompakt – Die Idee

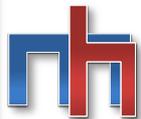
Die Ausbildung ist zweigeteilt:

Im ersten Teil erfolgt die **theoretische Ausbildung** an zwei Unterrichtstagen im März 2010 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 2010 in Kooperation mit den Partner-Unternehmen.

1 CM Kompakt – Die Idee

Teilnehmende Unternehmen:



1.2.2010

5



Category Management Kompakt

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

Theoretische Ausbildung:

Mittwoch, 10.03.2010, 10.00-17.00 Uhr

CM-Prozess/Analyse von Warengruppen/Shopper Insights

Prof. Schröder

Donnerstag, 11.03.2010, 10.00-16.00 Uhr

Quantitative und qualitative Marktforschung

Prof. Schröder und Mitarbeiter

Donnerstag, 11.03.2010, 16.00-18.00 Uhr

Ausgabe der Fallstudien der Unternehmen

Prof. Schröder und ggf. Unternehmensvertreter

Praxisorientierte Ausbildung:

12.03.2010 - 10.05.2010

Ausarbeitung der Fallstudien durch je 2 bis 3 Teilnehmer

Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung bis 10.05.2010, 16.00 Uhr

01.06.2010 - 17.06.2010

Vorbereitung der Präsentation

18.06.2010, 10.00-17.00 Uhr

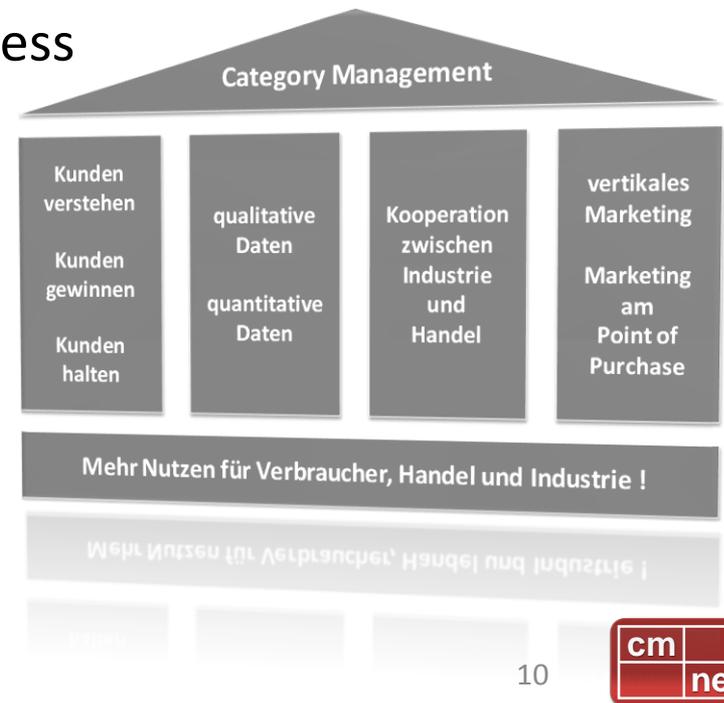
Präsentation der Ergebnisse in Kooperation
mit den Partner-Unternehmen

Category Management Kompakt

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

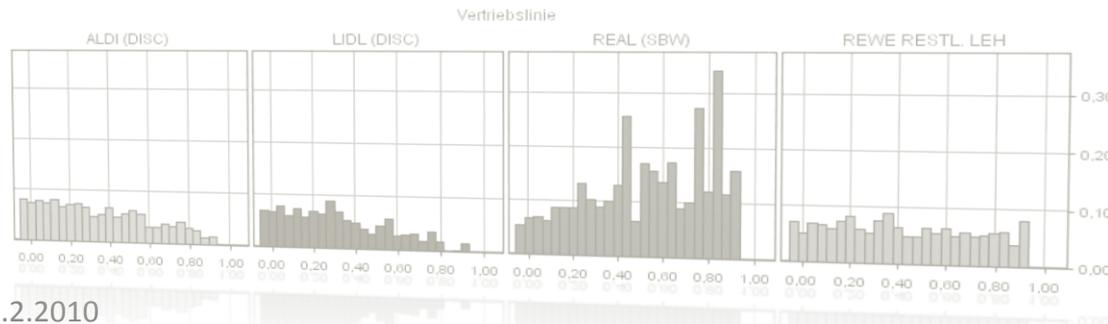
Theoretische Ausbildung – Tag 1

- 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 15.02.2010, limitierte Teilnehmerzahl
- Auswahlgespräche 19.02.2010
- Auswahlkriterien: Motivation, Studienleistungen, ggf. Konsumgüter- oder Handelserfahrung
- Bekanntgabe der Teilnehmer spätestens am 05.03.2010
- Anrechnung als Seminarleistung für Studierende des Faches Marketing & Handel
- **Zusätzliches Teilnahmezertifikat**
- 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 15.02.2010, limitierte Teilnehmerzahl
- Auswahlgespräche am 19.02.2010
- Auswahlkriterien: Motivation, Studienleistungen, ggf. Konsumgüter- oder Handelserfahrung
- Bekanntgabe der Teilnehmer spätestens am 05.03.2010
- Anrechnung als Fallstudienseminar im Vertiefungsstudium
- **Zusätzliches Teilnahmezertifikat**
- Kontakt: Julian Mennenöh, Tel.: 0201-183-2278
E-Mail: julian.mennenoeh@uni-due.de

Category Management Kompakt

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



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

Ein Rückblick – Vier 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, OBI und SCA

Ein Rückblick – Vier Jahre CM-Kompakt in Essen



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



Ein Rückblick – Vier Jahre CM-Kompakt in Essen



Category Management Kompakt **2009** mit adidas, ARAL, Atos Origin, Nestlé, Pernod Ricard, Praktiker und SCA

Ein Rückblick – Vier Jahre CM-Kompakt in Essen

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



Category Management **Vortragsreihe 2008 und 2009**
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

