



## Zeitraum für Anmeldung zu Fernstudienkursen im Bereich Management verlängert

Die Universität Koblenz-Landau bietet für die Fernstudienkurse "Marketing-Management" und "Betriebliches Umweltmanagement und Umweltökonomie" noch bis zum 31. August die Möglichkeit der Anmeldung.

Inhalt des Kurses "Marketing-Management" ist das Thema der zunehmend wichtiger werdenden Marktorientierung der Unternehmensführung, um im Wettbewerb erfolgreich zu sein. In dem Kurs werden die Teilnehmer mit Konzepten, Methoden und Abläufen aus der Marketingpraxis vertraut gemacht, die das erforderliche Wissen für kompetente Lösungen in diesem Unternehmensbereich vermitteln. Themenschwerpunkte sind das strategische und operative Marketing, Marktforschung und Konsumentenverhalten sowie Dienstleistungs- und Investitionsgütermarketing.

Der Kurs "Betriebliches Umweltmanagement und Umweltökonomie" rückt den Umgang mit natürlichen Ressourcen in Betrieben in den Mittelpunkt der Betrachtung. Da diese Ressourcen stetig wettbewerbsrelevanter werden, zeigt der Weiterbildungskurs vorhandene betriebliche Einsparungs- und Verbesserungspotenziale auf. Kernthemen des Kurses sind das strategische Umweltmanagement, ökologisch verträgliche Verhalten in Unternehmen, Kreislaufwirtschaft und Stoffstrommanagement, nachhaltiges Innovations-, Informations- und Kommunikationsmanagement sowie zertifizierte Managementsysteme.

Beide Kurse, für die noch wenige Plätze frei sind, starten in der letzten Septemberwoche und laufen über ein Semester. Den Abschluss bildet ein zweitägiges Präsenz-Seminar am 08./09. März 2008 in Koblenz. Weitere Information zum Inhalt und Ablauf der Kurse finden Sie unter <http://www.zfuw.uni-koblenz.de>.

### Infos:

Universität Koblenz-Landau  
Zentrum für Fernstudien und Universitäre Weiterbildung (ZFUW)  
Postfach 201 602  
D-56016 Koblenz  
Tel.: +49-(0)261/287-1520 oder -1525; Fax: -1521  
E-mail: [zfuww@uni-koblenz.de](mailto:zfuww@uni-koblenz.de)  
Internet: <http://www.zfuw.uni-koblenz.de/>

KOBLENZ, den 14. August 2007