

Certificate of Advances Studies (CAS) Certified in International Fund Business CIFB 2010

(4. Durchführung)

Stand: 13.7.2010 (Änderungen vorbehalten)

	<u>Block 1:</u> 09'00 – 10'30 Uhr	<u>Block 2:</u> 11'00 – 12'30 Uhr	<u>Block 3:</u> 14'00 – 15'30 Uhr	<u>Block 4:</u> 16'00 – 17'30 Uhr
--	--	--	--	--

Rechtliche Rahmenbedingungen (1)				
Tag 1 23.08.10 Zürich	Fondsrecht LUX / Grundlagen EU - UCITS: Harmonisierte Rechtsgrundlage für Fonds in der EU - Umsetzung der EU-Fondsrichtlinie in nationales Fondsrecht Luxemburg	Fondsrecht LUX (Fortsetz.) - Fortsetzung	Fondsrecht CH – allgemein - Grundlagen des schweizerischen Fondsrechts	Fondsrecht CH – speziell - Regulierung des Fondsvertriebs in der Schweiz
	Dr. M. Daemgen PwC, Luxemburg		Dr. A. Kühne KPMG, Zürich	

Rechtliche Rahmenbedingungen (2)				
Tag 2 24.08.10 Vaduz	Selbstregulierung und Landesregeln - Interessen und Interessenartikulation in unserer Fondsindustrie - Funktion, Aufgabe und Abgrenzung der Selbstregulierung im regulatorischen Gesamtumfeld - Corporate Governance und Code of Conducts	EU-Investmentfondsrecht - Geschichte EU-Fonds-Harmonisierungsrichtlinie, das europäische Rahmenwerk - Stand und Entwicklung heute - Nationale Umsetzungen - UCITS IV	Fondsrecht FL (Rechtsgrundlage) - Liechtenst. Fondsgesetzgebung - Liechtenst. Fondsaufsicht	Fondsrecht FL (Anwendung) - Anlagegesellschaft - Qualifizierter Anleger - Code of Conduct FL/EU
	Dr. A. Kammel VÖIG, Wien		M. Rusch FMA Liechtenstein, Vaduz	Frau Dr. G. Marok-Wachter LLB, Vaduz

	<u>Block 1:</u> 09'00 – 10'30 Uhr	<u>Block 2:</u> 11'00 – 12'30 Uhr	<u>Block 3:</u> 14'00 – 15'30 Uhr	<u>Block 4:</u> 16'00 – 17'30 Uhr
--	--	--	--	--

	Product & Market Management (Non-traditional, Absolute return) (1)		Product Management (2)	Marketing- & Vertriebsmanagement Schweiz (1)
Tag 3 14.09.10 Zürich	Fondsarten und Fondskategorisierung (Nicht-traditionelle Fonds: Alternative Investments) <ul style="list-style-type: none"> - Geschichtlicher Hintergrund - Grundlagen und Begriffe - Fondskategorisierung - Anlagestile und Anlageeignung 	Fondsarten und Fondskategorisierung (Nicht-traditionelle Fonds: Alternative Investments) <ul style="list-style-type: none"> - Praktische Umsetzung - Möglichkeiten der Produktgestaltung - Pricing- und Gebührenmodelle - Risikobeurteilung - Praxis-Q&A 	Rendite- und Risikobeurteilung <ul style="list-style-type: none"> - Kennzahlen - Besprechung von Fonds-Factsheets 	Rechtliche Möglichkeiten und Grenzen im natl. / internatl. Fondsmarketing (aus Sicht CH) <ul style="list-style-type: none"> - Direktvertrieb, mehrstufiger Vertrieb - Vertriebsvergütungen / Anreizsysteme - Medien, Kundenprofil, Datenschutz - Markenrechte und Starmanager - Produktwahrheit und Lauterkeit - Indirekter Marktzugang / Wrapping
	M. Gumpfer MAN Investment, Pfäffikon		Prof. Dr. M. Menichetti Hochschule Liechtenstein, Vaduz	G. Niggli Pestalozzi Lachenal Patry, Zürich

	Product & Market Management (traditionelle Fonds) (3) international		Marketing- & Vertriebsmanagement Grundlagen (MACRO)	Marketing- & Vertriebsmanagement Grundlagen (Sekundärmarkt)
Tag 4 15.09.10 Zürich	Product Management im Wandel der Zeiten <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und strategische Überlegungen zum Product Management - Angebotsüberlegungen für verschiedene Teilmärkte (Retailvertrieb, Institutional Marketing, Drittbanken) - Spezielle Ausrichtung auf das Gebiet der finanziellen Altersvorsorge - 	Product Management im Wandel der Zeiten <ul style="list-style-type: none"> - Fortsetzung 	Das internationale Börsenumfeld <ul style="list-style-type: none"> - Macro-Einschätzung und Trends 	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Handelsplattformen <ul style="list-style-type: none"> - elektronischer Handel von Fonds und strukturierten Produkten - Sekundärmärkte und Preisbildung bei Investment Produkten - Rechtliche Grundlagen für Handel und Vertrieb - Kundennutzen im Handel gemäss Erfahrungen Schweiz
	D. Degenhardt DekaBank, Frankfurt		Prof. A. Brender Dexia AM, Paris	C. Hartgens Tradejet, Zürich

	<u>Block 1:</u> 09'00 – 10'30 Uhr	<u>Block 2:</u> 11'00 – 12'30 Uhr	<u>Block 3:</u> 14'00 – 15'30 Uhr	<u>Block 4:</u> 16'00 – 17'30 Uhr
--	---	---	---	---

	Product Management (Übungsblock) (und Q&A)		ETF – Exchange Traded Funds (Spezialbeitrag 1)	ETF – Exchange Traded Funds (Spezialbeitrag 2)
Tag 5 11.10.10 Zürich	Begriffsführung, Rechtsformen, spezielle Fragestellungen rund um Kollektivanlagen	Begriffsführung, Rechtsformen, spezielle Fragestellungen rund um Kollektivanlagen - Fortsetzung - Prüfungsvorbesprechung	Strategisches Marketing-/ Vertriebsmanagement für den europäischen ETF Markt - Marktanalyse und Zielmärkte - Marktverhältnisse - Marktauftrittsstrategien und Teilmärkte - Marketinginstrumentarium - Vertriebs- und Beratungsmodelle - Nachfrageverhalten	Spezielle Fragestellungen im Product Management - bezüglich ETFs - bezüglich Physical Commodities - Funds - andere
	Dr. R. Landert Fund-Academy, Zürich		Th. Merz Credit Suisse, Zürich	St. Müller Swiss & Global, Zürich

	Marketing- & Vertriebsmanagement Schweiz / International			
Tag 6 12.10.10 Zürich	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Retail- und institutionelle Kunden - Marktverhältnisse - Marketinginstrumentarium - Vertriebs- und Beratungsmodelle - Akquisitions- und Betreuungsprozesse: Überwachung und TQM - Nachfrageverhalten	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Retail- und institutionelle Kunden - Fortsetzung	Endkunden-Marketing B2C (private Anleger) - Definition Zielgruppe - Einsatz der Marketinginstrumente - Wachstumsmöglichkeiten - Herausforderungen - (...)	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Interner Fondsabsatz - Bedeutung v. Fonds in der Beratung - Treiber des internen Fondsabsatzes - Elemente der Vertriebssteuerung - Schlüsselfaktoren im internen Fondsabsatz - u.a.
	A. Papa ING, Zürich		Frau Dr. H.-D. Maier Credit Suisse, Zürich	B. Michel, UBS Global Asset Management, Basel

	<u>Block 1:</u> 09'00 – 10'30 Uhr	<u>Block 2:</u> 11'00 – 12'30 Uhr	<u>Block 3:</u> 14'00 – 15'30 Uhr	<u>Block 4:</u> 16'00 – 17'30 Uhr
--	--	--	--	--

	Product Management (4) Schweiz / FL	Rechtliche Rahmenbedingungen (4)	Marketing- & Vertriebsmanagement EU (2)	
Tag 7 29.11.10 Zürich	Private Label / Third Party Funds <ul style="list-style-type: none"> - Wandel der traditionellen Wertschöpfungskette im Fondsgeschäft - Beweggründe / Ausprägungen des Private Labeling in der Fondsindustrie 	Möglichkeiten und Grenzen für Fondsstrukturen in Liechtenstein <ul style="list-style-type: none"> - Domizilvergleich - Liechtensteiner Kollektivanlagen und Positionierung im internationalen Wettbewerb - 	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Institutionelle Anleger (traditionelle EU-Märkte) <ul style="list-style-type: none"> - Marktverhältnisse - Marketinginstrumentarium - Aktivitäten am POS - Akquisitions- und Betreuungsprozesse, TQM - Nachfrageverhalten 	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Institutionelle Anleger (traditionelle EU-Märkte) <ul style="list-style-type: none"> - Fortsetzung
	C. Lüllau LGT, Pfäffikon	W. Mayer Ahead Wealth Solutions, Vaduz	M. Bruckner Allianz Investmentbank AG, Wien	

	Marketing- & Vertriebsmanagement Schweiz	Fondsgestützte Vermögensverwaltung		
Tag 8 30.11.10 Zürich	Internationales Fondsmarketing & Vertrieb: Grenzüberschreitender Fondsvertrieb (Optik CH, nicht EU) <ul style="list-style-type: none"> - Marktselektion - Business Modelle - Durchdringungsstrategie - Selectors versus Distributors - Sortimentspolitik - Marketing-Approach 	Fondsanalyse und -selektion <ul style="list-style-type: none"> - Quantitative und qualitative Kriterien - Ratings- und Rankings 	Asset Management mit Fondsbausteinen (1) Grundlagen	Asset Management mit Fondsbausteinen (2) Praxisbeispiele / Q&A-Session
	M. Signer Pictet, Genf	A. Ehmann Morningstar Deutschland, München	Dr. Th. Portmann UBS AG, Zürich	

Diplom-Prüfung: 17.12.2010; Dauer: 09'30 –13'00 Uhr; Ort: Vaduz