

CAS Certificate of Advanced Studies
Marketingkommunikation



Marketingkommunikations-Praxis auf dem neuesten Stand

Kennen Sie Skin-so-soft – «die Crème für eine seidig zarte Haut» von Avon? Wissen Sie, wer sie am häufigsten angewendet? Die britische Marineinfanterie.

Was dem Hersteller entgangen ist: dass er mit seinem Produkt einen idealen (und obendrein günstigen) Insektenschutz auf den Markt gebracht hat. Nicht entgangen ist es den Kunden. Über Mund-zu-Mund-Propaganda haben sie die zweite Karriere des Produktes lanciert und eine, was die Wahl der Mittel angeht, ebenso unzimperliche wie wählerische Eliteeinheit überzeugt. Schneller, kostengünstiger und glaubwürdiger, als es eine Marketingabteilung je vermocht hätte.

Unsere Erkenntnisse daraus? Erstens: Kunden verwenden Produkte - und Dienstleistungen – nach ihren eigenen Vorstellungen. Zweitens: Sie kommunizieren schneller, überzeugender und weltumspannender als Unternehmen. Drittens: Sie sind smarter als wir.

Jeder einzelne Punkt ist ein Albtraum für die heutige Marketingkommunikation. Oder eine einmalige Chance für die Marketingkommunikation von morgen. Wir haben dies zum Anlass für einen kompakten und intensiven Zertifikatslehrgang genommen.

Er baut auf den Grundlagen der konventionellen Marketingkommunikation auf und zeigt Ihnen, wie ein Marketingkommunikations-Management «2.0» auszurichten ist. Es ist uns vor allem ein Anliegen, dass Sie Ihre Kenntnisse der Online-Marketingkommunikation erweitern und Offline- und Online-Massnahmen kombiniert planen und schlagkräftig umsetzen können – auch in aussergewöhnlichen Marktsituationen.

Machen Sie Ihre Produkte und Ihre Dienstleistungen «Skin-so-soft». Erfinden Sie Ihre Marketingkommunikation neu.

Ihre Kursleitenden

Prof. Stefan Gürtler
Prof. Dr. Axel Keller
Martina Dalla Vecchia
Daniel Ebnetter

Studienziele

Das Verständnis für neue Marktentwicklungen, Medientechnologien und Kundenverhalten ist der Schlüsselfaktor für Überleben und Erfolg in sich rapide verändernden Märkten. Die Studierenden erwerben mit dem CAS Marketingkommunikation die Fähigkeit,

- die Veränderungen in den Märkten zu erkennen und die richtigen Konsequenzen für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zu ziehen;
- mit geeigneten Zielgruppenanalysen und -segmentierungen Märkte besser zu verstehen und zu bearbeiten;
- die neuen Medientechnologien für den Kundendialog zu nutzen;
- Offline- und Online-Massnahmen zu einer integrierten Marketingkommunikationsstrategie zu verbinden;
- die klassischen Instrumente der Marketingkommunikation neu zu bewerten und einzusetzen;
- besondere Herausforderungen der Marketingkommunikation erfolgreich zu bewältigen – wie Low-Budget-Situationen, die Vermarktung von Vertrauensgütern oder die Sprach- und Kulturunterschiede in den Märkten der Romandie.

Module / Studieninhalte

I. Grundlagen

2 Tage

Neue Herausforderungen der Marketingkommunikation

- Tribalismus und «Creative Consumption»: Gesellschafts- und Konsumtrends
- Wikinomics und Postmodernes Marketing: Einfluss neuer Management- und Marketingansätze
- Weltkultur und grenzenlose Märkte: Marketingkommunikation im globalen Kontext
- Netzwerkgesellschaft und «die freundliche Matrix»: Veränderung durch das Internet
- Intuitions-Verlust und «Marketing Myopia»: Marketingkommunikation zwischen Datenmüll und Kundenhörigkeit
- «Vom Interruption Marketing zum Community Marketing»: Erfolgsfaktoren der heutigen Marketingkommunikation

Segmente – Milieus – Communities

- Zielgruppen und Zielgruppenanalyse der Marketingkommunikation

II. Online-Marketingkommunikation

6 Tage

Grundlagen der Online-Marketingkommunikation

- Strategische Einordnung
- Begriffe des Online-Marketing
- Online-Marktforschung
- Recht (Grundwissen)

Online-Werbung 1 + 2

- Werbeformen
- Kampagnen
- Ausblick Web 3.0

SEO/SEM

- Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- Suchmaschinen-Marketing (SEM)

Social Media

- Die Landkarte der Sozialen Medien
- Publishing, Sharing und Social Networks
- Virales Marketing
- Online-Reputation

Online-Direktmarketing

- E-Mail Marketing
- Newsletter-Marketing
- Adressengewinnung und -nutzung

III. Klassische Marketingkommunikation auf dem neuesten Stand **2 Tage**

- Werbung reloaded – Neukonzeption klassischer Instrumente
- Produkt-PR reloaded – Neukonzeption klassischer Instrumente

IV. Integriertes Marketingkommunikations-Management **2 Tage**

- Integration von Offline- und Online-Instrumenten und -Massnahmen
- Integration der Wertschöpfungskette ins Marketing
- Integration des Kunden ins Marketing
- Marketing-Controlling: Möglichkeiten und Grenzen der Erfolgsmessung; Controlling von einzelnen Instrumenten und Gesamtkommunikation
- Outsourcing von Kommunikationsaufgaben; Generalist versus Spezialagenturen; Management der Agenturzusammenarbeit
- Rechtliche Aspekte der Marketingkommunikation

V. Praxis der «Neuen Marketingkommunikation» **3 Tage**

Ausgewählte Problemstellungen – neue Lösungsansätze:

- für die Kundenakquisition und -bindung, Repositionierung und Leistungsausbau sowie Innovation und Produkteinführung;
- für die Marketingkommunikation in der Romandie;
- für die Low-Budget-Marketingkommunikation
- im Business-to-Business
- für die Vermarktung von Dienstleistungen

CAS Marketingkommunikation

- Ich melde mich an für den CAS Marketingkommunikation
- Bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf Bitte senden Sie mir weitere Unterlagen
- Korrespondenz an: Firmenadresse Privatadresse
- Rechnung an: Firmenadresse Privatadresse

Firmenadresse

Firma _____

Name _____ Name _____

Vorname _____ Vorname _____

Strasse/Postfach _____ Strasse/Postfach _____

PLZ/Ort _____ PLZ/Ort _____

Telefon _____ Telefon _____

E-Mail _____ E-Mail _____

_____ Geburtsdatum _____

Privatadresse


Per Post mit Rückantwortkarte, per Fax an +41 62 286 01 91, per E-Mail an marianne.bucca@fhnw.ch oder www.fhnw.ch/cc/marcom

Ort, Datum

Unterschrift


A

Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare


Geschäftsantwortsendung Envoi commercial-réponse
Invo commerciale-risposta

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Wirtschaft
Marianne Buca
Postfach
4601 Olten
Schweiz

Auf einen Blick

Zielpublikum

Fachpersonen mit Marketingkommunikationsaufgaben in Unternehmen, Agenturmitarbeitende, Kommunikationsfachleute mit Karriereplänen in Marketingkommunikation.

Zulassung

Mindestens 3-jährige qualifizierte Berufserfahrung in Unternehmenskommunikation, Marketingkommunikation oder Marketing, in einer Agentur oder im Medienbereich.

Studienziel

Die Absolventinnen und Absolventen planen, realisieren und steuern Marketingkommunikations-Projekte nach der «Best Practice» führender Unternehmen und neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen. Sie verknüpfen Offline- und Online-Massnahmen und sind in der Lage, in schwierigen Marktumfeldern strategische Marketingkommunikationsentscheide zu treffen.

Konzept

Zweimonatiger, berufsbegleitender Intensiv-Kurs mit 15 Tagen Präsenzunterricht, Konzept- und Gruppenarbeiten, Selbststudium (Lektüre) und einer Projektarbeit aus der eigenen Praxis als Leistungsnachweis.

Abschluss

Eidgenössisch anerkanntes Diplom «Certificate of Advanced Studies in Marketingkommunikation». Der Studiengang entspricht 15 ECTS-Punkten. Das Zertifikat ist anrechenbar an das DAS «E-Business Manager» der FHNW.

Ort

Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Wirtschaft, Riggenbachstrasse 16, Olten. Die Unterrichtsräume sind mit dem Zug von Zürich, Bern, Biel, Basel und Luzern in 30 bis 45 Minuten erreichbar (8 Minuten zu Fuss vom Bahnhof, Parkhaus im Gebäude).

Kursführer

Das detaillierte Studienprogramm mit Anmeldeformular finden Sie auf www.fhnw.ch/icc/marcom

Kontakt

Stefan Gürtler (Kursleiter)

T +41 62 286 01 79, stefan.guertler@fhnw.ch

Marianne Bucca (Leiterin Studiensekretariat)

T +41 62 286 00 86, marianne.bucca@fhnw.ch

Kursdaten




15 Tage Präsenzunterricht in zweitägigen Blockkursen (Dienstag/Mittwoch oder Freitag/Samstag). Die aktuellen Daten finden Sie ebenfalls unter

www.fhnw.ch/icc/marcom

Kosten

CHF 5900.– (inkl. Kursunterlagen)

A couple is seen from behind, sitting on a wooden bench in a lush green field. The man is on the left, wearing a light blue shirt, and the woman is on the right, wearing a black top. They are looking out over a vast landscape with rolling hills and a few trees under a clear blue sky with a few wispy clouds. The scene is bright and sunny.

Folgende Hochschulen der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW bieten Weiterbildung an:

- Hochschule für Angewandte Psychologie
- Hochschule für Architektur, Bau und Geomatik
- Hochschule für Gestaltung und Kunst
- Hochschule für Life Sciences
- Musikhochschulen
- Pädagogische Hochschule
- Hochschule für Soziale Arbeit
- Hochschule für Technik
- **Hochschule für Wirtschaft**

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Wirtschaft
Riggenbachstrasse 16
4600 Olten
Schweiz

T +41 (0) 848 821 011
F +41 62 286 00 90
info.wirtschaft@fhnw.ch
www.fhnw.ch/icc/marcom