

CAS Online-Marketingkommunikation integriert

[Definitiver Kursplan, 3. Durchführung]

Institute for Competitiveness and Communication, Olten / Institut für Wirtschaftsinformatik, Basel

Kurs	Datum	Thema / Inhalt	Hauptreferent/in
1	22.03.12	<p>Neue Herausforderungen der Marketingkommunikation</p> <p>Kursübersicht</p> <p>Marketingkommunikation im Umbruch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Kundenzhörigkeit <p>„Vom Interruption Marketing zum Community Marketing“: Erfolgsfaktoren der heutigen Marketingkommunikation</p> <p>Einführung in die Projektarbeit</p>	Stefan Gürtler FHNW
2	23.03.12	<p>Segmente – Milieus – Communities: Zielgruppen und Zielgruppenanalyse der Marketingkommunikation</p>	Patrick Theus Goldbach Interactive
3	19.04.12	<p>Online-Marketingkommunikation 1: Internet-Strategie</p> <p>Geschäftsmodelle im Internet</p> <p>Relevante Aspekte einer E-Business-Strategie</p>	Jörg Eugster NetBusiness Consulting
4	20.04.12	<p>Online-Marketingkommunikation 2: Online-Marketing-Strategie</p> <p>Instrumente des Online-Marketings</p> <p>Distributionskanäle im Internet</p> <p>Vermarktungsstrategien</p>	Jörg Eugster NetBusiness Consulting

Kurs	Datum	Thema / Inhalt	Hauptreferent/in
5	03.05.12 09:00-16:45	Online-Marketingkommunikation 3: Social Media Social Media Social Networking Social Bookmarking Online-Reputation	Daniel Ebner FHNW
6	04.05.12 09:00-16:45	Online-Marketingkommunikation 4: SEO/SEM Strategische Einordnung Suchmaschinen-Optimierung (SEO) Suchmaschinen-Marketing (SEM) AdWords	Lukas Stuber Yourposition
7	31.05.12 09:00-16:45	Online-Marketingkommunikation 5: Digital Marketing am Point of Sale & Mobile Marketing Digital Marketing am Point of Sale: <ul style="list-style-type: none"> Digital Signage Interaktion Augmented Reality Erfolgreiches Projektmanagement im Bereich Digital Marketing Mobile Marketing <ul style="list-style-type: none"> Instrumente des Mobile Marketing (Mobile Ads, Apps, Websites) Mobile Marketing Dienste (Mobile Search, Couponing, Scanning, Mobile Payment, Messaging, eBooks) Trends und Strategieansätze 	Simon Lütenegger John Lay Solutions Frank Lang Goldbach Mobile
	16:55-17:55	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten I	Steffen Dörhöfer FHNW

Kurs	Datum	Thema / Inhalt	Hauptreferent/in
8	01.06.12	Online-Marketingkommunikation 6: Online-Direktmarketing	Manfred Bacher
	09:00-16:45	E-Mail Marketing Newsletter-Marketing Adressengewinnung und -nutzung	
	16:55-17:55	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten II	Steffen Dörhöfer FHNW
9	14.06.12	Werbung reloaded	Martin Fritsche
	09:00-16:45	Neukonzeption klassischer Instrumente	MRC Research & Consulting
10	15.06.12	Produkt-PR reloaded	Bettina Emmenenegger
	09:00-16:45	Neukonzeption klassischer Instrumente	
11	23.08.12	Praxis der „Neuen Marketingkommunikation“ 1	Stefan Gürtler FHNW
	09:00-16:45	Mediamix-Analysen Mediamix-Strategien Alternativ-Strategien: Differenzierung von Inhalten, Preisen, Sortimenten, Konditionen	
12	24.08.12	Praxis der „Neuen Marketingkommunikation“ 2	Stefan Gürtler FHNW
	09:00-16:45	Ausgewählte Problemstellungen – neue Lösungsansätze: Potenzial-Ausschöpfung und Potenzial-Erschliessung: <ul style="list-style-type: none"> • Kundenakquisition • Kundenbindung • Repositionierung und Leistungsausbau Innovation und Produkteinführung Besonderheiten der (Online-)Marketingkommunikation in der französischen Schweiz	

Kurs	Datum	Thema / Inhalt	Hauptreferent/in
13	06.09.12	Integriertes Marketingkommunikations-Management 1	Claudia Meier-Biedermann, FHNW
	09:00-16:45	Verbinden der Alten und der Neuen Kommunikationswelt <ul style="list-style-type: none"> • Das Internet verändert die traditionelle Marketingkommunikation • Integrieren von Online-Instrumenten in den Marketing-Mix • Dialog-Marketing: der aktive Kunde bestimmt die Kommunikation 	
14	07.09.12	Integriertes Marketingkommunikations-Management 2	Claudia Meier-Biedermann, FHNW
	09:00-16:45	Marketing-Controlling: vom Glauben zum Wissen <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationserfolg als messbare Grösse – Realität? • Einzelinstrumente und Integrierte Kommunikation im Controlling-Fokus Outsourcing von Kommunikationsaufgaben <ul style="list-style-type: none"> • Ein Generalist versus mehrere Spezialagenturen • Anfang und Ende der Zusammenarbeit Recht in der Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> • Was ist erlaubt und wo sind Graubereiche? • Globales Recht im lokalen Markt und lokales Recht im globalen Markt • ist Recht im Internet durchsetzbar? 	
15	21.09.12	Projektpräsentation, Abschluss-Referate	
	09:00-16:45		