

# Brand & Marketing Management

## Certificate of Advanced Studies (CAS FH)



### Brand & Marketing Management erfolgreich umsetzen!

Eine Marke ist der wesentliche Erfolgsfaktor für Unternehmen, Kulturbetriebe und Institutionen, daher beschäftigen sich die Studierende des CAS Brand & Marketing Management mit diesen Kernfragen:

- Wie (er)schaffen Unternehmen ein starkes Markenfundament?
- Welche Strategien sind vielversprechend und wie entscheidend sind dabei die Kunden, jede/r einzelne Mitarbeitende und die Business Partner?
- Wie wird eine gut konzipierte Marketingstrategie letztendlich umgesetzt und wie können die für das einzelne Unternehmen entscheidenden Touch Points definiert und erreicht werden?

Dieses CAS betrachtet und analysiert die Schnittstellen zwischen Unternehmungen, Umwelt und den Märkten in Bezug auf das Brand & Marketing Management. Es richtet sich an Studierende, welche bereits über Brand- und Marketingkenntnisse verfügen und nun an deren erfolgreichen Umsetzung interessiert sind. Das CAS schliesst mit einer Case Study sowie einer Konzepterarbeitung ab, bei welcher Sie Ihre gerade erlernten Kenntnisse praxisnah umsetzen können.



### Fakten und Zahlen

|                   |   |
|-------------------|---|
| Abschluss         | CAS FH in Brand & Marketing Management              |
| ECTS-Punkte       | 15  |
| Dauer             | 6 Monate, Start April                               |
| Präsenzunterricht | 10 Tage   |
| Unterrichtstage   | Samstag   |
| Ausbildungsgebühr | 9'700 CHF (inkl. Lehrmittel und reguläre Prüfungen) |
| Durchführungsort  | Zürich-Oerlikon                                     |

### Vorteile für Sie als Studierende: Sie werden ...

- aktuelle Brand- und Marketingforschung erleben und verstehen.
  - den Nutzen und die Zielsetzung des Brand- und Marketing Managements auf strategischer, operativer und taktischer Ebene verstehen und anwenden können.
  - Brand & Marketing Management-Konzepte für praxisrelevante Fragestellungen umsetzen.
  - eine anwendungsorientierte Lernleistungen in Form einer Case Study und einer Konzeptentwicklung ausführen.
- 100%-Berufstätigkeit möglich

## Bedarfsgerechte Weiterbildung

Die Kalaidos Fachhochschule unterscheidet intern zwischen CoC (Course of Competence) und CoE (Course of Excellence). So können Sie sich entsprechend Ihrer Vorbildung und Ihren Anforderungen weiterbilden. Beide Kurse führen zu einem identischen CAS-Zertifikat. Das CAS in Brand- und Marketing Management FH ist ein CoE.

| Course of Competence (CoC)  | Course of Excellence (CoE)   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Inhalte entsprechen:</b> Bachelorniveau und Praxiserfahrung</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Inhalte entsprechen:</b> Masterniveau und Praxiserfahrung</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Ziel:</b> Hintergrund des Themengebietes verstehen und die Breite sowie Facetten kennenlernen</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Ziel:</b> Wissensvertiefung im Themengebiet – Expertenwissen unter Zusammenspiel von Theorie mit starkem Praxisbezug</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Alter Teilnehmende:</b> vorwiegend ca. 25-40</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Alter Teilnehmende:</b> vorwiegend ca. 30-50</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Voraussetzung:</b> Interesse und erste Erfahrung sich in das Gebiet hineinzuentwickeln (Empfehlung)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Voraussetzung:</b> Themengebiet kennen und Breite sowie Komplexität des Themengebiets verstehen (Empfehlung)</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Im Vordergrund steht die Vermittlung von</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Praxis: Hinführung ins Themengebiet und Verknüpfung</li> <li>Theorie: Aufbau und Wiederholung von Wissen mit starkem Praxisbezug – Wissenslegung</li> <li>Mix aus Aus- und Weiterbildung im Themengebiet</li> <li>Antworten auf die Frage nach dem WARUM</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Im Vordergrund steht die Vermittlung von</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Praxis: Weiterführende Erfahrung im Themengebiet</li> <li>Theorie: Festigung theoretisches Wissen im Themengebiet</li> <li>Weiterbildung im Themengebiet und Praxisaustausch</li> <li>Antworten auf die Fragen nach dem WIE</li> </ul> </li> </ul> |

## Aufbau und Inhalt des Studiums

| Übersicht Module                           |   |
|--|---|
| Brand- & Marketing Management              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Brand- &amp; Marketing Management im digitalen Zeitalter sowie kritische Erfolgsfaktoren im Brand- &amp; Marketing Management</li> <li>Think basics, strategisches Fundament</li> <li>Die DNA des Unternehmens, Erkenntnisse aus dem Neuromarketing</li> </ul> |
| Markenname                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Definition von Markeninhalten, Markeninszenierung konsequent umsetzen</li> <li>Vom klaren Profil zum unverwechselbaren Image</li> <li>Marketing und Markenaudit</li> </ul>   |
| Markenpositionierung und Markenarchitektur | <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorgehen, Tools, Methoden, Markenmodelle</li> <li>Markenarchitektur: Formen und Möglichkeiten</li> </ul>   |
| Globales Marketing Management              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Definition globales Marketing Management, Arten des Markt- und Brandeintritts, Faktoren für ein globales Markenmanagement</li> </ul>   |
| Creative Briefing                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kreativ-Prozess, Von der Strategie über das Creative Briefing hin zur Kampagne</li> </ul>  |
| Suche nach dem Insight                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tools zur Insight-Generierung, Beobachtung vs. Insight</li> </ul>  |
| Brand-Message & Touchpoints                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Unique Story Line, Touch Point Management, Moment of Truth, Erwartungs- und Erlebnismanagement</li> </ul>  |
| Markenführung on- & offline                | <ul style="list-style-type: none"> <li>E-Marketing, Digital Branding, Focus Social Media</li> <li>Von der Customer zur User Experience</li> </ul>   |
| How to make it work                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Effektivität und Effizienz der Touch Points, Brand Integrity, Employer Branding</li> </ul>   |

## Kontakt und Beratung

Armin Koppert  
Studiengangleiter  
E-Mail: armin.koppert@kalaidos-fh.ch  
Tel: +41 44 200 19 75

Kalaidos Fachhochschule Schweiz AG  
Institut IAB  
Jungholzstrasse 43, CH-8050 Zürich  
www.kalaidos-fh.ch