

Marketingmanagement

Certificate of Advanced Studies (CAS FH)



Marketing is everything!

Mit dieser Aussage kündigte Regis McKenna eine Transformation im Marketing an, die, getrieben durch den technologischen Wandel, dem Kunden neue Nutzen generiert und damit neue Marktmöglichkeiten eröffnet. Der schnelle Wandel verlangt von den Verantwortlichen im Management eine höhere Marketingkompetenz, um die richtigen Marketingentscheidungen treffen zu können. Die hohe Marketingkompetenz ist zudem wichtige Voraussetzung zur laufenden Verbesserung der Marketingeffektivität und der Marketingeffizienz um dem hohen Kostendruck Rechnung zu tragen.

Das Modul Marketing Management vermittelt die strategischen Marketingüberlegungen, welche für die systematische Markt- und Kundenanalyse und für den strukturierten Aufbau des Marketingkonzepts notwendig sind. Dieses fachliche Fundament dient schliesslich der Definition einer zielführenden Wettbewerbspositionierung und Konkurrenzstrategie.

Aufbauend auf den strategischen Grundlagen fokussiert das operative Marketing auf das Marketing-instrumentarium, die Marketinginfrastruktur und das Marketing Controlling. Aktuelle Themenfelder wie Customer Experience, Touch Point Management und Digital Marketing werden dabei ebenso thematisiert wie auch die Erfolgsfaktoren im Bereich Loyalitätseffekte, Knowledge Based Marketing und CRM.



Fakten und Zahlen

Abschluss	CAS FH in Marketingmanagement
ECTS-Punkte	15
Dauer	6 Monate, Start Oktober
Präsenzunterricht	11 Tage
Unterrichtstage	Samstag
Ausbildungsgebühr	9'200 CHF (Inkl. Lehrmittel und regulärer Prüfungen)
Durchführungsort	Zürich-Oerlikon

Vorteile für Sie als Studierende: Sie werden ...

- Ziele und Nutzen des Marketingmanagements auf strategischer, operativer und taktischer Ebene verstehen und anwenden lernen.
 - sich das Wissen für das Erstellen ganzheitlicher, praxistauglicher Marketingkonzepte aneignen.
 - Kompetenz erlangen, praxisrelevante Fragestellungen im Marketing zu lösen.
 - mittels zahlreichen unterschiedlichen Case Studies Herausforderungen strukturieren und analysieren, sowie entsprechend Lösungskompetenz aufbauen.
 - Methoden für gezielte Marktforschung kennen und Marktforschungsergebnisse interpretieren können.
 - aktuelle Herausforderungen in gesättigten Märkten verstehen und bewältigen.
- 100%-Berufstätigkeit möglich
→ Ausbaufähig zu EMBA-/MBA- und MAS-Programmen bzw. Anrechnung

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 Marketingmanagement FH ist ein CoC.

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

Aufbau und Inhalt des Studiums

Nach Abschluss des Studiums verfügen Sie über ein vertieftes Verständnis in den Bereichen strategisches und taktisches Marketingmanagement. Sie verstehen, Märkte zu analysieren und zu segmentieren und klare Grundlagen für Marketingentscheidungen zu schaffen. Der Abschluss befähigt Sie, ein Marketingkonzept strukturiert, sowie ziel- und lösungsorientiert aufzusetzen. Die erarbeitete Kompetenz im Umgang mit den aktuellen Herausforderungen, den verschiedenen Markt- und Unternehmenssituationen und den Erkenntnissen des Kundenverhaltens macht Sie zu einem überzeugenden Gesprächspartner und Entscheidungsträger im Marketing.

Übersicht Module	
Management Science	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • Erstellung Dispositionen, Gliederungen und wissenschaftliche Methodik
Marketing Grundlagen	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisches & operatives Marketingmanagement; Erstellen des Marketingkonzepts • Kundenakquisition, -pflege und -bindung (CRM) • Kundenfokus (Customer Centricity), Service Profit Chain und Loyalitätseffekt
Strategisches Marketing I&II Ganzheitliche Marktanalyse, systematische Marktforschung, Marketingziele und -strategien	<ul style="list-style-type: none"> • Marktdefinitionen, Marktsegmentierung/Zielmärkte • Stärken/Schwächen- und Chancen/Gefahren-Analyse • Marktforschung - Wahl der geeigneten Methode und Gütekriterien • Erstellen eines Marktforschungskonzeptes • A I D A - die kognitive, konative und affektive Zielebenen • Quantitative und qualitative Marketingziele • Markt-, Marketing- und Marktbearbeitungsstrategien • Konsequente Markenführung
Operatives Marketing I&II Digital Marketing, Marketinginstrumente, -infrastruktur und -controlling	<ul style="list-style-type: none"> • Der Marketingmix - vom klassischen (4P) zum erweiterten Mix (8P) • Verkauf und Key Account Management • Customer Experience - Touch Point Management online/offline • E-Marketing, E-Commerce, E-Business und Social Media • Make or Buy - Zusammenarbeit mit externen Partnern/Agenturen • Planung und Wirkungsmessung der Marketingressourcen
Business Case	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisnahe Fallbearbeitung zur Anwendung des Gelernten

Kontakt und Beratung

Armin Koppert
Studiengangsleiter
E-Mail: armin.koppert@kalaidos-fh.ch
Tel: +41 44 200 1975

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