

# Marketing & Management Certificate of Advanced Studies (CAS FH)

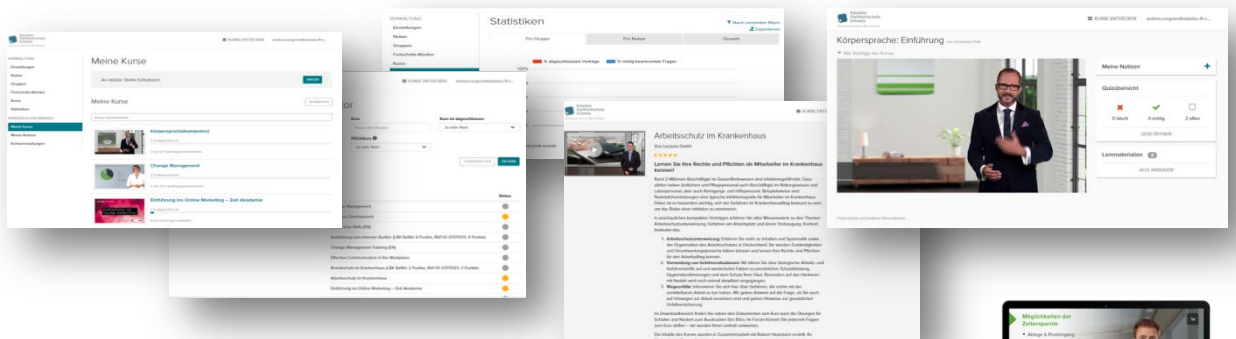


## Verbindung von Marketing, Management und Technologien

Dieses CAS umfasst mehr als Marketing, denn heute reicht es nicht mehr aus, Marketing als alleinige Disziplin zu beherrschen. Daher werden in diesem CAS Marketing, Psychologie, Kundenmanagement und Selbstkompetenz des Marketingexperten sowie moderne Marketingtechnologien miteinander verbunden. Ein CAS, das nicht nur Marketingfachpersonen, sondern ebenso Manager in Unternehmen anspricht, denn Marketing ist ein Thema für alle!

Ihre Studienzeiten können Sie sich frei einteilen und z. B. während der Bahnfahrt studieren, in der Mittagspause, am Strand oder wo immer Sie die Zeit und die Möglichkeit finden. Dieses Studium beinhaltet keine Präsenzzeit, dennoch stehen Ihnen Fachexperten per Telefon, Skype oder Mail zur Verfügung, um Ihre Fragen zu beantworten. Sie studieren zudem mit Videos, Studienordner, Begleitliteratur und lernen dabei faszinierende und gleichzeitig wichtige Aspekte kennen, die Sie für sich und Ihre Entwicklung nutzen können. Dieser Studiengang basiert auf einer Reihe von Lernvideos mit international bekannten Professoren und Dozierenden, die leicht verständlich und didaktisch gut aufbereitet Themen veranschaulichen und auf verschiedenen Medien (z. B. Mobiltelefon, Tablet, Notebook etc.) abgerufen werden können.

## Verwendete Technologien



In unserem individualisierten und hochmodernen Lernraum erhalten Sie Übersichten und Zusammenfassungen Ihrer Kurse, können Ihren Lernstand abfragen und eigene Lernpläne erstellen. Alles ist auf verschiedenen Medien und Ausgabegeräten – auf Wunsch auch unterwegs – zugänglich, selbst wenn Sie einmal keinen Internetanschluss haben.



## Fakten und Zahlen

Abschluss	CAS FH in Marketing & Management
Anerkennung	Die Kalaidos Fachhochschule ist eidgenössisch akkreditiert und beaufsichtigt
ECTS-Punkte	15 ECTS
Präsenz	keine, Unterstützung durch Fachdozierende, 100 % Berufstätigkeit möglich
Sprache	Deutsch
Ausbildungsgebühr	Im EMBA-/MBA- und MAS-Programm begriffen, Einzelbuchung 5'500 CHF
Beginn	Jederzeit

## Vorteile für Sie als Studierende

- Zeitlich flexible Weiterbildung auf Hochschulniveau mit anerkanntem Hochschul-Abschlusstitel
- Ansprechpartner ausserhalb der Bürozeiten mit dem Service einer privaten Fachhochschule
- Keine Präsenz (Leistungsnachweise sind nicht präsenzpflichtig)
- Freie Zeiteinteilung im Studium, freie Vorgehensweise in der Abfolge

## Aufbau und Inhalt des Studiums

<b>Marketing &amp; Online-Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finden Sie Ihren USP</li> <li>• Verkaufen Sie Kundennutzen oder noch immer Produkte?</li> <li>• Sind Sie sexy und spannend?</li> <li>• Die Kraft von Positionierung und Corporate Branding</li> <li>• Branding bedeutet – "Sog statt Druck"</li> <li>• Nicht besser, sondern anders sein</li> <li>• Authentisch sein und Mut zur Polarisierung</li> <li>• Nicht exzellent, sondern außergewöhnlich</li> <li>• Einführung ins Online-Marketing: Kursüberblick</li> <li>• Online-Marketing: Gesellschaftliche Bedeutung</li> <li>• Online-Marketing: Gegenwart und Zukunft</li> </ul>	<b>Facebook</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook: Einführung und Zahlen</li> <li>• Position im Online-Werbemarkt</li> <li>• Newsfeed im Detail</li> <li>• Einrichten einer Facebook-Unternehmensseite</li> <li>• Aufbau einer Facebook-Kampagne</li> <li>• Inspirationen für Werbekampagnen</li> </ul>
<b>Performance Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besonderheiten der Branche</li> <li>• Kanalwahl und Investitionskalkül</li> <li>• Performance Marketing: Definition</li> <li>• Performance Marketing: Grundlagen</li> <li>• Tracking, Customer Lifetime Value</li> <li>• Marketing-Kanäle</li> <li>• Performance Marketing: Fazit</li> </ul>	<b>Kundenmanagement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenbindungsinstrumente</li> <li>• Kundenkommunikation</li> <li>• Reklamationen richtig bearbeiten</li> <li>• Win-Win-Kundenbindung</li> <li>• Wie fühlen Sie sich bei einer Reklamation?</li> <li>• Die Ebenen der Kommunikation</li> <li>• Ablauf einer Reklamation – Hinhören</li> <li>• Fragearten bei einer Reklamation</li> <li>• Ablauf einer Reklamation – Verständnis zeigen</li> <li>• Schwierige Gesprächspartner</li> <li>• Ablauf einer Reklamation – Lösung</li> </ul>
<b>Google Technologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Google: Einführung und SEO: Suchgruppen</li> <li>• SEO-Praxis: OnPage- und OffPage-Optimierung</li> <li>• SEO-Praxis: Optimierungsgrenzen</li> <li>• SEO: Vorbilder des Suchmaschinenmarketings</li> <li>• SEO-Praxis: Messbarkeit und Werkzeuge</li> <li>• SEA: Ursprung und Entwicklung</li> <li>• SEA-Praxis: Google AdWords Erfolgsfaktoren</li> <li>• SEA-Praxis: Kampagnen planen und anlegen</li> <li>• SEA-Praxis: Anzeigen, Keywords, Kosten</li> <li>• SEA-Praxis: Verbindung von AdWords und Landingpages</li> </ul>	<b>Business Development</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktpotenzial und Geschäftsidee finden</li> <li>• Ideenbewertung: SWOT-Analyse, Simulation &amp; Scoring</li> <li>• USP: Alleinstellungsmerkmale des Angebot</li> <li>• Preisfindung und Businessplan</li> <li>• Markteintrittsstrategien</li> <li>• Strategisches Controlling</li> </ul>
<b>YouTube</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• YouTube: Einführung, YouTube in Zahlen</li> <li>• Ziele auf YouTube</li> <li>• Aufbau der Reichweite</li> <li>• Videos optimieren</li> <li>• Die häufigsten Fehler, Sicherste Erfolgsfaktoren</li> </ul>	<b>Selbstkompetenz Marketing &amp; Wirtschaftspsychologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Körpersprache und Präsentationstechnik</li> <li>• Grundlagen der Kommunikation</li> <li>• Signale: Guter Freund und Kundenaktivierung</li> <li>• Beispiele zu High- und Low-Power-Posen</li> <li>• Präsentationskompetenz, Zieldefinition und psychologischer Ablauf</li> <li>• Präsentation: Aufbau und die Sieben-Schritte-Methode</li> <li>• Die Psychologie der Persönlichkeit</li> <li>• Erkenntnisfallen und Persönlichkeitstheorien</li> <li>• Psychologie der Kommunikation</li> <li>• Das 4-Ebenen-Modell der Kommunikation und Körpersprache</li> <li>• Psychologie der Kommunikation: Gesprächstechniken</li> <li>• Die Psychologie der Motivation</li> <li>• Die Psychologie des Führens</li> <li>• Die Psychologie der Rückschläge</li> <li>• Psychologische Intervention und Resilienz</li> <li>• Glücksforschung und Kraftquellen</li> </ul>
<b>E-Mailing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Mail als Marketinginstrument</li> <li>• E-Mail-Marketing: Rechtliche Voraussetzungen</li> <li>• E-Mail-Marketing Strategien: Qualität oder Quantität?</li> <li>• Eigenes E-Mail-Marketing</li> <li>• Targeting und Verteilersegmentierung</li> <li>• Kommunikationsaufbau, Newsletter-Gestaltung</li> <li>• Testen und Optimieren: Wichtige Kennzahlen</li> </ul>		

### Kontakt, Beratung und Anmeldung



**Maika Lange**  
Studiengangsleiterin  
E-Mail: [maika.lange@kalaidos-fh.ch](mailto:maika.lange@kalaidos-fh.ch)  
Tel: +41 44 200 19 82

Kalaidos Fachhochschule Schweiz AG  
Institut für Distance Learning  
Jungholzstrasse 43, CH-8050 Zürich  
[www.kalaidos-fh.ch](http://www.kalaidos-fh.ch)