

Certificate of Advanced Studies in Bildungsmarketing

Dieses Modul befasst sich mit der Kombination aller notwendigen Marketingmassnahmen zu einem sinnvollen Ganzen, um das Thema Aus- und Weiterbildung kompetent zu positionieren und zu vermarkten.

In diesem CAS werden Sie befähigt, Problemstellungen aus der Praxis zu analysieren und Lösungen abzuleiten. Sie können Märkte erkennen, entwickeln, pflegen und die Erwartungen von Marktteilnehmern realisieren. Die Vermittlung einer gesamtheitlichen Sicht von Bildung und Marketing ist der Schwerpunkt des Fernstudiums. Der Transfer des Gelernten in die Praxis soll durch die Bereitstellung von anwendbaren Praxistipps und Beispielen zum Themengebiet entwickelt werden.

Vorteile für Studierende und Arbeitgebende

- 100% Berufstätigkeit möglich
- Hochrangige Dozierende mit jahrelanger Praxiserfahrung
- Keine Unterrichtspräsenz vor Ort
- Ansprechpersonen mit dem Service einer privaten Fachhochschule
- Zeitlich und örtlich flexibel
- CAS Baustein für DAS/MAS/EMBA/MBA Abschluss

Zeitlich und
örtlich flexibel

Zahlen und Fakten

Abschluss

Certificate of Advanced Studies
Kalaidos FH in Bildungsmarketing

Start

Jederzeit

Dauer

1 Semester

Anwesenheit

Keine

ECTS-Punkte

10

Ort

Online

Gebühr

CHF 5'000 (inkl. Lehrmittel und regulären Prüfungen)

Leitung und Beratung

Beratung



Jeannine Brunner
Programmleiterin
044 200 19 54
jeannine.brunner@kalaidos-fh.ch

Anmeldung/Organisatorisches



Torben Stührmann
Projekt Manager
044 200 19 24
torben.stuehrmann@kalaidos-fh.ch

Zulassungsbedingungen für das Studium

- Abgeschlossenes Fachhochschul- oder Universitätsstudium
- Abschluss der höheren Berufsbildung und ausreichend Berufserfahrung in einem für die Weiterbildung relevanten Berufsfeld sowie angemessene wissenschaftliche Kenntnisse
- Ausserordentliche Zulassung: individuelle Prüfung durch die Zulassungskommission

Weitere Zulassungswege und detaillierte Informationen zu den Zulassungsvoraussetzungen finden Sie auf der **Informationsseite des Fachbereichs Wirtschaft**.

Verwendete Technologien und Kooperationspartner

In unserem individualisierten und hochmodernen Lernraum KMUnity erhalten Sie Übersichten und Zusammenfassungen Ihrer Module. Sie können Ihren Lernstand abfragen und finden eine Auflistung der wichtigsten Termine, Hilfestellungen, unterstützende Dokumente sowie Vorlagen. Unser Kooperationspartner, die KMU Akademie und Management AG stellt diesen Lernraum zu Verfügung und unterstützt Sie in medialen Fragen ebenso, wie in administrativen. Ausserdem bietet sie ein portables Tool und individuellen TechniksUPPORT. Ihre Ansprechperson ist jederzeit die Kalaidos Fachhochschule AG.

Ablauf und Begleitung

Alle Vorlesungen und Lernmaterialien werden im Online-Campus "KMUnity" zur Verfügung gestellt. Es gibt hinterlegte Podcasts und Optionen für Live-Online Modulsitzungen mit den Dozierenden. Alle Veranstaltungen sind aufgezeichnet und stehen als Download zur Verfügung. Die Studienunterlagen sowie von den Dozierenden zur Verfügung gestelltes Zusatzmaterial und Vorlagen können ebenfalls im Lernraum abgerufen werden.

Inhalt und Aufbau des Studiums

Kursziel	Lernziele	Studieninhalte
Das Modul baut auf bereits vorhandenem Wissen aus Praxis oder Studium auf und soll die Studierenden befähigen, Probleme in der Praxis zu analysieren und Lösungen abzuleiten. Die Studierenden sind in der Lage, Theorien, Begrifflichkeiten, Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen des Faches fundiert und kritisch zu erläutern, anzuwenden und zu reflektieren. Die Studierenden sollen in der Lage sein, Märkte zu erkennen, zu erschließen und zu bearbeiten sowie die Erwartungen des Marktes zu realisieren. Dieses Modul befasst sich mit der Kombination aller notwendigen Marketingmassnahmen zu einem sinnvollen Ganzen, um das Thema Aus- und Weiterbildung kompetent zu positionieren und zu vermarkten. Der Fokus liegt auf der Vermittlung einer ganzheitlichen Betrachtung von Bildung und Marketing.	<p>Nach Abschluss des CAS sind die Studierenden u. a. in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> – vertiefende Kenntnisse und Verständnis der wichtigsten Fragen im Zusammenhang mit Marketing-Forschung, Marketing-Mix und Marketing-Kommunikation im Bereich der Bildungs-Marketing zu demonstrieren; – Risiken und Widerstände im Bildungsmarketing zu erläutern und kritisch zu reflektieren; – fundierte Kenntnisse und Verständnis für die Beziehungen zwischen Marketing und Management zu demonstrieren; – erweiterte Kenntnisse und Verständnis für die Ansätze zur Verbesserung der Mitarbeitermotivation zu demonstrieren; – geeignete Marktforschungsinstrumente kompetent anzuwenden und die entsprechenden Ergebnisse zu dokumentieren. 	<ul style="list-style-type: none"> – Marketingkonzepte und -prinzipien unter besonderer Berücksichtigung des Bildungssektors und des Bildungsmarktes – Funktionen und Rolle des Bildungsmarketings – Marketing-Mix im Hinblick auf Bildungsprodukte – Widerstand gegen Marketing und Risiken des Marketings in Bezug auf den Bildungssektor und den Bildungsmarkt – Steigerung der Personalmotivation im Rahmen des Bildungsmarketings – Anwendung von Marketingstrategien