

Certificate of Advanced Studies in Digitales und Internationales Marketing

Organisationstheorien, Change Management, Qualitätsmanagement, Organisationsformen, Industrie 4.0 – das sind nur einige Themen, die im CAS FH Online- und Internationales Marketing behandelt werden.

Dieses CAS vermittelt den Studierenden einen praktisch orientierten und wissenschaftlich fundierten Zugang zum Internationalen Marketing in Verbindung mit Online-Marketing und E-Business aus einer theoretischen, informationsbezogen-analytischen, strategischen, instrumentellen, implementations- und führungsbezogenen Perspektive.

Lernen Sie die Möglichkeiten des Online-Marketings, insbesondere jedoch Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social-Media-Marketing, Online-PR und ihre Abhängigkeiten und Beziehungen im Rahmen des Online-Marketing-Mix kennen.

Vorteile für Studierende und Arbeitgeber

- 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/DDMBA Abschluss

Zeitlich und
örtlich flexibel

Zahlen und Fakten

Abschluss

Certificate of Advanced Studies
Kalaidos FH in Digitales und
Internationales Marketing

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
Dieses Modul bietet den Studierenden die Möglichkeit, vertieftes Wissen und Verständnis für die theoretischen Grundlagen sowie aktuelle und zukünftige Anwendungsbereiche des internationalen Marketings einschließlich der Aspekte des Online-Marketings und E-Business zu entwickeln. Das Modul behandelt Fallstudien und bietet den Studierenden die Möglichkeit, relevante Themen aus einer informationsbezogenen, analytisch orientierten, strategischen, instrumentellen und umsetzungs- sowie managementorientierten Perspektive zu erforschen und anzugehen.	<p>Nach Abschluss des CAS sind die Studierenden u. a. in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> – theoretische Ansätze zum internationalen Marketing, zum Marktengagement und zu verschiedenen Betätigungsformen auf internationalen Märkten kritisch zu beurteilen; – wichtige Betätigungsformen im E-Business, insbesondere die Geschäftsmodelle E-Procurement, E-Shop, E-Marketplace, E-Community und E-Company zu bewerten; – mögliche Online-Marketing-Instrumente wie zum Beispiel Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Suchmaschinen-Marketing, Online-Werbung, Social-Media-Marketing, Online-PR und deren Abhängigkeiten und Beziehungen innerhalb eines Online-Marketing-Mix zu bewerten und zu gestalten. 	<ul style="list-style-type: none"> – Theorien und Managementperspektiven im internationalen Marketing – Einflussfaktoren auf das internationale Marketing und die internationale Marktforschung – Wichtige Orientierungen und Optionen im internationalen Marketing – Markteintritt, Marktaustritt, Marktsegmentierung und Marktauswahl – Formen der Geschäftstätigkeit auf internationalen Märkten: Export, Lizenzierung, Franchising, Management Contracting, Joint Ventures, Tochtergesellschaften – E-Business-Modelle (E-Procurement, E-Shop, E-Marketplace, E-Community und E-Company) <p>Liste nicht abschliessend.</p>

Weiterführende Ausbildungsmodule am IDP (Ausbau zu DAS / DDMBA)

CAS	DAS
<ul style="list-style-type: none"> – Sales & Pricing Management – Markenführung & Integrierte Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> – Marketing

Das CAS kann mit den oben genannten CAS zum DAS ausgebaut werden. Das DAS kann nur als Vertiefung für das Masterstudium DDMBA angerechnet werden. Informieren Sie sich hierzu gerne bei uns.