



School of Management and Law

CAS Certificate of Advanced Studies Marketing- & Corporate Communications

Building Competence. Crossing Borders.



Konzept

Erfolgreiche Kommunikation bleibt für Unternehmen eine grosse Herausforderung. Die Informationsüberlastung beim Konsumenten, der zunehmend fragmentierte Medienkonsum sowie der Trend zur Interaktion steigern die Komplexität dieser Aufgabe. Umso mehr wird treffende Kommunikation nach innen und nach aussen zum kritischen Erfolgsfaktor für den nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Der Zertifikatslehrgang (CAS) Marketing- & Corporate Communications befasst sich mit den entscheidenden Instrumenten der Unternehmens- und Marketingkommunikation. Dabei wird ein starker Fokus auf die «neuen Medien» einerseits und auf Brand Management andererseits gelegt.

Ein wichtiger Bestandteil des CAS ist die unmittelbare Anwendung der theoretischen Grundlagen mit Hilfe von Fallstudien und Praxisbeispielen sowie die Reflexion und Diskussion vor dem eigenen Erfahrungshintergrund.

Ziele

Die Teilnehmenden

- kennen den Ansatz der strategischen Unternehmenskommunikation und verstehen deren Ziele, Aufgaben, Wirkungsfelder und Trends
- erhalten einen vertieften Einblick in die Bereiche Media Relations und interne Kommunikation
- können konsistente und umsetzbare Kommunikationskonzepte erstellen
- verstehen die Bedeutung von Social Media für die Unternehmenskommunikation
- verstehen die Rolle der Kommunikation im Rahmen des Krisenmanagements
- sind in der Lage, adressatenorientierte Texte für verschiedene Medien zu verfassen

- besitzen ein ganzheitliches Verständnis von Brand Management und verstehen die Bedeutung und den Nutzen der Marke für Kunden und Unternehmen
 - können Markenidentitäten und -portfolios wirksam entwickeln und zielgerichtet positionieren
 - verstehen die Relevanz des Behavioral Branding und sind in der Lage, entsprechende Massnahmen und Instrumente erfolgreich einzusetzen
 - können rechtliche Optionen und Risiken im Brand Management erkennen und einschätzen und verstehen die Funktionsweise des Markenschutzes
 - kennen die relevanten Medientrends und verstehen die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen für die Marketingkommunikation
 - können die Eigenschaften verschiedener Kommunikationsinstrumente, insbesondere im Online-Bereich, situationsbezogen beurteilen und diese effektiv einsetzen.
-

Zielpublikum

Der Lehrgang richtet sich an Unternehmerinnen und Unternehmer, Führungskräfte, Verantwortliche aus den Bereichen Marketing und Unternehmenskommunikation sowie an Mitarbeitende von PR- und Werbeagenturen.

Abschluss

Um das Zertifikat zu erhalten, müssen die Teilnehmenden zwei Leistungsnachweise erbringen. Für den gesamten Zertifikatslehrgang werden 12 ECTS-Punkte vergeben.

Spezielles

Der CAS gewichtet die Vermittlung der theoretischen Grundlagen und die Umsetzung des Gelernten in Simulationen und Fallstudien zu gleichen Teilen. Der Lehrgang ist interaktiv aufgebaut und die Teilnehmenden sind aufgefordert, sich aktiv einzubringen.

Aufbau

Die Inhalte des Certificate of Advanced Studies werden in zwei Modulen à 6 ECTS-Punkten vermittelt. Sie präsentieren sich wie folgt.

Modul 1: Corporate Communication

- Strategische Unternehmenskommunikation: Einführung und Überblick, Grundlagen, Analysetool
 - Media Relations: Medien als Multiplikatoren und Schnittstelle zur Öffentlichkeit, Zusammenarbeit mit Journalisten
 - Interne Kommunikation: Aspekte der Mitarbeiterkommunikation
 - Kommunikationskonzeption: Live-Case
 - Krisenkommunikation und Issues Management: Konzepte, Fallstudien
 - Social Media in der Unternehmenskommunikation: Chancen und Risiken, Anwendungsbedingungen, Kontextfaktoren
 - Textwerkstatt I: Adressaten- und wirkungsorientiertes Schreiben in der Unternehmenskommunikation
-

Modul 2: Marketing Communication

- Brand Management: Markenidentität, Markenpositionierung, Markenkommunikation, Markenarchitekturen, Markenerweiterungen, Behavioral Branding, Brand Communities
- Markenrecht: Rechtlicher Schutz der Corporate Identity, Kernfragen des Markenschutzes
- Social Media Marketing: Strategie, Umsetzung und Kontrolle, Trends
- Sponsoring: Ziele und Konzeption
- Online-Marketing: Online-Werbung, Mobile Marketing, E-Mail-Marketing
- Textwerkstatt II: Adressaten- und wirkungsorientiertes Schreiben in der Marketingkommunikation

Dozierende

ZHAW-interne und externe Dozierende aus der Praxis garantieren einen optimalen Wissenstransfer von der Theorie in die Praxis.

Folgende Dozierende unterrichten (u.a.) im Rahmen des CAS Marketing- & Corporate Communications:

Regine Wieder, Dr., Dozentin für Organisationskommunikation, ZHAW School of Management and Law

Steffen Lukesch, TV-Journalist Schweizer Fernsehen, selbständiger Medientrainer

Nicole Rosenberger, Dr., Dozentin für Organisationskommunikation, ZHAW School of Management and Law

Markus Niederhäuser, Leiter MAS Communication Management and Leadership, ZHAW School of Management and Law

Susanne Franke, Leiterin Marketing & Kommunikation, Goldbach Interactive

Petra Joerg, Dr., Managing Director, Rochester-Bern Executive Programs

Cary Steinmann, Dr., Dozent für Marketing im Schwerpunkt Branding & Communications, ZHAW School of Management and Law

Marc Schwenninger, Dr., Schwenninger Anwaltskanzlei, u.a. Rechtskonsulent des Dachverbandes Schweizer Werbung SW

Andrea Hirschi, Product Manager Internet Plattform Direct Point, Die Schweizerische Post

Organisation

Studienleitung

Rolf Rellstab, M.A. (HSG)

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Zentrum für Marketing Management

rolf.rellstab@zhaw.ch

Telefon +41 58 934 66 34

Zulassungsbedingungen

Abgeschlossenes Hochschulstudium (FH/Universität) oder entsprechende (berufliche) Qualifikation.

Allgemeine Zulassungs- und Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der ZHAW finden Sie unter: www.zhaw.ch/de/zhaw/weiterbildung/agb.html

Administration und Anmeldung

ZHAW School of Management and Law

Sekretariat Weiterbildung

St.-Georgen-Platz 2

Postfach

8401 Winterthur

info-weiterbildung.sml@zhaw.ch

Telefon +41 58 934 79 79

Anmeldeschluss ist drei Wochen vor Studienbeginn.

Anzahl Teilnehmende

Die Anzahl Teilnehmenden ist auf 25 Personen beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. Bei zu geringer Anzahl Teilnehmenden behält sich die Studienleitung vor, den Kurs nicht durchzuführen.

Unterrichtsdauer und -zeiten

Der Zertifikatslehrgang umfasst insgesamt 120 Kontaktlektionen. Der Unterricht findet jeweils am Freitag von 8.30–12.00 Uhr und 13.30–17.00 Uhr sowie am Samstag von 8.30–12.00 Uhr und 13.00–15.30 Uhr statt.

Rücktrittsbedingungen

Bei Abwesenheit oder Abbruch des Kurses seitens des Teilnehmenden erfolgt keine Rückzahlung der Kursgebühr. Abmeldungen bis zwei Wochen vor Kursbeginn haben schriftlich zu erfolgen. In jedem Fall wird eine Bearbeitungsgebühr von CHF 200.– verrechnet.

Daten

Die genauen Daten der zwei Module finden Sie unter www.zhaw.ch/weiterbildung.

Schulungsräume

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur statt. Die Schulungsräume befinden sich lediglich 2 Gehminuten vom Hauptbahnhof Winterthur entfernt.

Preis

Die Studiengebühr für den gesamten CAS beträgt CHF 7 220.–, der Besuch eines einzelnen Moduls kostet CHF 3 880.–. Darin enthalten sind alle kursrelevanten Lehrgangsunterlagen sowie die Prüfungsgebühren. Die Studiengebühr ist vor Kursbeginn zu entrichten. Die Einschreibgebühr im Umfang von CHF 200.– ist im Preis inbegriffen und kann nicht zurückerstattet werden.

Das Zentrum

Zentrum für Marketing Management

Das Zentrum für Marketing Management (ZMM) der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur verknüpft wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrung rund um das Marketing, um diese in Aus- und Weiterbildung, Forschung & Entwicklung sowie Beratung & Dienstleistung weiterzugeben und einfließen zu lassen. Schwerpunkte der Arbeit in Akademie und Praxis sind Customer Relationship Management (CRM), Konsumgütermarketing, Branding & Communications, Communities, Marktforschung und Marketingtrends.

Das ZMM ist eines von sechs Kompetenzzentren der Abteilung General Management der ZHAW School of Management and Law. Neben dem Zertifikatslehrgang Marketing- & Corporate Communications bietet das ZMM einen Master of Advanced Studies in Customer Relationship Management und einen in Product Management sowie den Zertifikatslehrgang Kundendialogmanagement an.

Weitere Informationen sind unter www.zmm.zhaw.ch oder auf Anfrage erhältlich.

ZHAW Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften
School of Management and Law
Zentrum für Marketing Management
Stadthausstrasse 14
8400 Winterthur

info.zmm@zhaw.ch
www.zmm.zhaw.ch



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur

www.sml.zhaw.ch