

Certificate of Advanced Studies in Markenführung & integrierte Kommunikation

Zielgruppenplanung, Markenwirkung, Kommunikationsstrategien, Situationsanalyse und Zielbestimmung – dies sind einige der Themen, die in diesem Fernstudium behandelt werden.

Dieses CAS vermittelt den Studierenden einen praktisch orientierten und wissenschaftlich fundierten Zugang zur Kommunikations- und Markenpolitik aus einer theoretischen, informationsbezogen-analytischen, strategischen, instrumentellen und führungsbezogenen Perspektive. Sie erhalten einen Überblick über Theorien der Kommunikations- und Markenpolitik und kennen Strategien und Massnahmen für einzelne Kommunikationsinstrumente.

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
- Eidgenössisch anerkannter Abschluss
- CAS Baustein für DAS/DDMBA Abschluss

Zeitlich und
örtlich flexibel

Zahlen und Fakten

Abschluss

Certificate of Advanced Studies
Kalaidos FH in Markenführung &
integrierte Kommunikation

Start

Jederzeit

Dauer

1 Semester

Anwesenheit

Keine

ECTS-Punkte

10

Ort

Online

Gebühr

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

Anerkennung

Eidgenössisch akkreditierte
Fachhochschule

Leitung

Beratung



Mirjam Gfeller
Programm Managerin
044 200 19 61
mirjam.gfeller@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 vermittelt den Studierenden einen wissenschaftlich fundierten Zugang zur Kommunikations- und Markenpolitik. Diese wird aus einer theoretischen, informationsanalytischen, strategischen, instrumentellen und führungsbezogenen Perspektive betrachtet. Das Modul ist vertiefend und baut auf vorhandenem Wissen auf.	<p>Nach Abschluss des CAS sind die Studierenden u. a. in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> – Theorien der Markenkommunikation und des Branding kritisch zu beurteilen; – integrierte Kommunikation als Strategie zu entwickeln; – wesentliche Markentheorien zu evaluieren und diese zu verwenden, um Marken zu analysieren; – vertiefend über das Themengebiet Erfolgskontrolle in der Kommunikation- und Markenpolitik zu schlussfolgern; – Kommunikationspolitik in einem systematischen, managementorientierten Bezugsrahmen kritisch darzustellen und Kommunikationsaktivitäten in eine strategisch und operativ logische Ordnung zu bringen; – Kommunikationsaktivitäten auf strategischer und operativer Ebene kritisch zu evaluieren und ein integriertes Kommunikationskonzept zu entwickeln; 	<ul style="list-style-type: none"> – Theorien der Kommunikation – Prozesse der Kommunikation – Digitale, integrierte Kommunikationsstrategien – Situationsanalyse und Zieldefinition – Strategieentwicklung für Kommunikationsinstrumente – Markentheorien – Markenwirkung – Markenführung – Ausgewählte Markenkontexte: Mergers & Acquisition – Erfolgskontrolle von Kommunikation und Markencontrolling

Weiterführende Ausbildungsmodule am IDP (Ausbau zu DAS / DDMBA)

CAS	DAS
<ul style="list-style-type: none"> – Sales & Pricing Management – Digitales & Internationales Marketing 	<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.