



Marketing und Kommunikation

Wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens wirkungsvoll ausrichten

KURSBESCHREIBUNG

Angesichts der ständig wachsenden Informationsflut bei gleichzeitig sinkendem Involvement vieler Zielgruppen wird es für Unternehmen immer schwieriger, die Aufmerksamkeit ihrer Kunden zu erlangen und sich klar zu positionieren. Vielfach werden zwar immer mehr Kommunikationsinstrumente und -kanäle eingesetzt, um den Kunden zu erreichen, aber oftmals bleibt das Ergebnis hinter den Erwartungen zurück.

Der Zertifikatskurs macht vor diesem Hintergrund deutlich, wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens systematisch entwickeln, um im kommunikativen Wettbewerb besser bestehen zu können. Sie lernen, passende Agenturen auszuwählen und wichtige Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einzusetzen.

KURSZIELE

Mit erfolgreichem Abschluss des Zertifikatskurses werden Sie in der Lage sein:

- Die Marketingfunktion Ihres Unternehmens erfolgreicher zu gestalten.
- Eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie zu entwickeln.
- Die für eine Kommunikationsstrategie unterstützenden Agenturen auszuwählen und zu beurteilen.
- Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien sowie die Charakteristika der wichtigen Instrumente der Marketing-Kommunikation zu identifizieren.

VORTEILE

- Sie erhalten praxisorientiertes Wissen zur Optimierung der Marketingfunktion.
- Sie erweitern Ihr Know-how über Marketing-Kommunikation.
- Sie bauen Ihr persönliches Netzwerk durch Kontakte zu Marketingverantwortlichen aus.

ZIELGRUPPE/N

Mitarbeitende aus dem Marketing, auch Nachwuchskräfte und Personen mit Quereinstieg, die mit Aufgaben der Marketing-Kommunikation betraut werden, ebenso auch Mitarbeitende aus Bereichen, die eng mit dem Marketing zusammenarbeiten (z. B. in Einkauf oder Controlling), Geschäftsführende

TEILNEHMENDENZAHL

max. 12

TEILNAHMEENTGELT

549 € | Alumni 521 €

TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN

Hochschulabschluss mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung.

VERANSTALTUNGSORT

Campus Mönchengladbach

DAUER

4 Präsenztage (17–21 Uhr) | Alle Kursinhalte und Termine unter: www.hsnr.de/weiterbildung/zertifikatskurse

PRÜFUNG UND ABSCHLUSS

Die Teilnehmenden erhalten eine Teilnahmebescheinigung, wenn mindestens 75% des Zertifikatskurses besucht werden. Für ein Zertifikat der Hochschule Niederrhein ist eine Prüfung gemäß Modulbeschreibung abzulegen.

LEHR- UND LERNFORM

Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Gruppenarbeiten, Übungen und Case Studies sowie die Begleitung mit einer Online-Lernplattform unterstützen den Lernerfolg.

IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Ulrike Schoppmeyer
Zentrum für Weiterbildung
Hochschule Niederrhein
Reinarzstraße 49 | 47805 Krefeld
Tel.: 02151 822-1561
weiterbildung@hs-niederrhein

IHR DOZENT

Prof. Dr. Harald Vergossen
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,
Marketing
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Hochschule Niederrhein

PROGRAMM

| I. | | |
|--------------------|----|---|
| Präsenz 1 | 4h | Integrierte Marketing-Kommunikation umsetzen <ul style="list-style-type: none">- Veränderungen am Werbemarkt verstehen- Crossmedia und integrierte Kommunikation begreifen Agenturen auswählen und Zusammenarbeit gestalten <ul style="list-style-type: none">- Passende Agenturen auswählen- Vergütungsmodelle im Überblick verstehen- Agenturen briefen |
| Selbstlern-einheit | 2h | Nachbearbeitung und Vertiefung |
| II. | | |
| Präsenz 2 | 4h | Kommunikationsstrategie entwickeln <ul style="list-style-type: none">- Woraus besteht eine Kommunikationsstrategie?- Wie wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt?<ul style="list-style-type: none">// Marke, Märkte und Menschen analysieren// Geeignete Marktforschung durchführen// Passende Kommunikationsinstrumente auswählen- Wirksame Gestaltung der Kommunikation sicherstellen |
| Selbstlern-einheit | 2h | Nachbearbeitung und Vertiefung |
| III. | | |
| Präsenz 3 | 4h | Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen I <ul style="list-style-type: none">- Klassische Werbung- Online-Kommunikation (Suchmaschinen-Marketing, Social Media-Marketing) |
| Selbstlern-einheit | 5h | Nachbearbeitung und Vertiefung |
| IV. | | |
| Präsenz 4 | 4h | Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen II <ul style="list-style-type: none">- Verkaufsförderung- Direktmarketing Mündliche Prüfung |

Gesamter Zeitaufwand = 25 h, davon Präsenz = 16 h, 1 ECTS

