

CAS MARKETING COMMUNICATIONS

Strategy – Branding – Multi Channel Communication



Certificate of Advanced Studies (CAS)

HWZ | Hochschule für
Wirtschaft Zürich

Mitglied der Zürcher Fachhochschule

STATE-OF-THE-ART KNOW-HOW UND PRAXISTRANSFER



ERFOLGSFAKTOREN FÜR SIE

Für die erfolgreiche Führung von Marken spielen ein strategisches Markenverständnis, differenzierende Marketing-Kommunikation und das profunde Wissen über alle Kommunikationsinstrumente, Medien, Massnahmen, Mittel und angrenzenden Disziplinen die entscheidenden Rollen. Mit dem Certificate of Advanced Studies (CAS) in Marketing Communications erhalten Studierende in 18 Kurstagen State-of-the-art-Wissen und aktuelle Praxisinputs als karriererelevante Basis für das moderne Management von Marken und Kundenbeziehungen.

Ihre neuen Kompetenzen

Nach einem erfolgreichen Abschluss (Zertifikatsarbeit und Kolloquium) verfügen Sie über modernstes, disziplinenübergreifendes Know-how für eine erfolgreiche Karriere in der Marketing-Kommunikation. Sie erhalten:

- einen international anerkannten Hochschulabschluss
- ein auf die aktuellen Marktbedürfnisse ausgerichtetes Ausbildungskonzept
- Inputs zu den brennendsten Marketing-Kommunikationsthemen
- Know-how und Tools von Top-Referenten aus Lehre und Praxis
- einen Baustein für das Master-Programm MAS Business Communications

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Der Studiengang richtet sich an (leitende) Mitarbeitende mit direkten oder angrenzenden Marketing-Kommunikationsaufgaben aus:

- Grossunternehmen
- KMU
- Agenturen
- öffentlichen Betrieben
- NGOs
- NPOs

Angesprochen sind ambitionierte Menschen, die ihre Fähigkeiten im Bereich Marketing-Kommunikation auf höherer Stufe fachlich fundiert, methodisch und persönlich verbessern oder auf den neuesten Stand bringen wollen. Der CAS Marketing Communications eignet sich für Fachleute mit und ohne Führungserfahrung und Professionals, welche Marketing-Kommunikationsaufgabe heute oder in Zukunft verantworten.

KURSZIELE

Absolventinnen und Absolventen im CAS Marketing Communications sind in der Lage, hochaktuelle Marketing-Kommunikationsmassnahmen über sämtliche Kanäle zu entwickeln und zu managen.

Die ihnen bei Markenartiklern, Dienstleistern oder Agenturen anvertrauten «Brands» werden nachhaltig im Wettbewerb differenziert.

- Aktuelle Aufgabenstellungen von Marken werden treffend analysiert.
- Marketing-Kommunikationsziele und -strategien werden breit abgestützt formuliert.
- Kommunikationsmassnahmen und -instrumente werden zielgerichtet gewählt und kontrolliert.
- Marken werden strategisch gesteuert, über alle Touchpoints hinweg stringent eingesetzt und die Kommunikationseffizienz und -effektivität wird mit modernsten Monitoring- und Controlling-Methoden gemessen.
- Wichtige Schnittstellen zu Verkauf und Customer Relationship Management werden dank gegenseitigem Verständnis gepflegt und im Verbund genutzt.

Strategisches Markenmanagement und digitale Medien spielen bei allen Überlegungen eine zentrale Rolle.

Mit ausgeprägtem Konzept-Know-how und hoher Macherkompetenz ausgestattet, argumentieren Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs CAS Marketing Communications auf Augenhöhe mit internen und externen Partnern aus Geschäftsleitung, Marketing, Kommunikation, Vertrieb und Customer Relationship Management.

INHALT DES STUDIENGANGS

Der CAS Marketing Communications folgt einem integralen Ausbildungsansatz im Bereich Marketing-Kommunikation. Er umfasst den gesamten Kreislauf einer Kundenbeziehung:



Der didaktische Ansatz im CAS Marketing Communications folgt dem prozessorientierten Verständnis von Kundenbeziehungen. Er umfasst die strategische Kommunikationsplanung, sämtliche Marketing-Kommunikationsinstrumente, den Verkauf und das Customer Relationship Management (CRM).

Schlüsselinhalte des CAS Marketing Communications sind:

- Markenbildung und -führung
- Behavioral Economics, Konsumentenverhalten
- Marktforschung/Research/Insight Generation
- Strategie- und Account Planning
- Touchpoint-Analyse
- Data-Mining
- Online-Advertising
- Online-Performance Marketing
- Mobile-Advertising
- Offline-Advertising
- Social Media Management
- Content Marketing
- Dialog Marketing
- Live Communication
- Ambushing
- Verkauf/Key Account Management
- Customer Relationship Management
- Communications Controlling
- Brand Valuation



«Touchpoint-Management ist Hardcore-Marketing.»

Christoph Spengler, Accelerom

Dozierende

Der Kreis der Dozierenden rekrutiert sich aus Vertretern von führenden Markenartiklern, Marketing-, Werbe-, PR- und Online-Agenturen, Unternehmens- und Kommunikationsberatern sowie Hochschuldozierenden mit reicher Praxiserfahrung und hohem Praxisbezug.

- **Dr. Mareike Ahlers**, Geschäftsführende Gesellschafterin, Bruhn & Partner AG
- **Harald Amschler**, Forschungsleiter, WEMF
- **Markus Britschgi**, Inhaber, Blue Eyes Marketing
- **Prof. Dr. Michael Grund**, Leiter Center for Marketing, HWZ
- **Dr. Christian Haldi**, Inhaber, Dr. Haldi Management Consulting
- **Dr. Karin Jeker Weber**, Inhaberin, All about Marketing
- **Christof Marti**, Inhaber, Marti Management Consulting
- **Max Meister**, Managing Partner, BV4 Ltd.
- **Alain Messerli**, Managing Director, Happy Thinking People
- **Manuel P. Nappo**, Leiter Center for Digital Business, HWZ
- **Carole Ramuz**, Managing Partner, Brandsoul, Präsidentin expo.event.live communication Verband
- **Philipp Sauber**, Inhaber & CEO, INM AG
- **Pascal Schaub**, Managing Director, Saatchi & Saatchi
- **Peter Schäfer**, Strategic Planning Director, Havas Worldwide Advertising
- **Markus Schärer**, Executive Digital Director, Jung von Matt/next
- **Martin Schöb**, Verkaufstrainer, A-Training
- **Christoph Spengler**, Managing Partner, Accelerom
- **Andreas Staub**, Fehr Advice
- **Karin Taheny**, Director Search Engine Strategies, OmnicomMediaGroup
- **Mike A. Weber**, Head of Strategic Projects, PubliGroupe SA
- **Prof. Dr. Evangelos Xevelonakis**, Managing Director, Swiss Valuenet

STUDIENINFORMATIONEN

Teilnehmende

Maximal 24

Studiengebühren

Die Studiengebühr beträgt CHF 8'500.– (inkl. Kursunterlagen) respektive CHF 7'500.– für Studierende des gesamten MAS Business Communications an der HWZ.

Studiendaten

Die Daten sind auf der Website verfügbar:
www.fh-hwz.ch/casmarketingcommunications

Aufnahmebedingungen

Vorbildung und Berufspraxis entscheiden über die Zulassung zum Studium:

- Hochschulabschluss (HWV, FH, Uni, ETH usw.) sowie mindestens zwei Jahre studienrelevante Berufserfahrung (Haupt- oder Nebenfunktion)
- Personen mit anderen Abschlüssen (eidgenössische Fachausweise oder Fachprüfungen mit eidgenössischem Diplom oder vergleichbare Ausbildungen), können «sur dossier» aufgenommen werden, sofern sie mindestens vier Jahre studienrelevante Berufs- oder Führungserfahrung aufweisen.

Die Studienleitung entscheidet abschliessend über die Aufnahme.

Abschluss mit Hochschulzertifikat (Certificate of Advanced Studies)

Die Ausbildung wird mit einer Zertifikatsarbeit sowie einem Expertengespräch (Kolloquium) abgeschlossen. Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen erhalten ein Hochschulzertifikat der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich.

Berufsbegleitender Studiengang

Eine 100-prozentige Arbeitstätigkeit ist möglich.



«Was ich nicht erlebt habe, habe ich nicht verstanden. Die Seele der Marke, welche geprägt ist durch die Menschen, die Vision und die Kultur der Unternehmen, beeinflusst den Auftritt nach aussen. Es gilt, diese für die Marke zu aktivieren. Live Communication aktiviert Menschen für Marken.»

Carole Ramuz, Brandsoul

Anerkennung

Der Studiengang umfasst 12 ECTS-Kreditpunkte. ECTS steht für «European Credit Transfer System» und ermöglicht die internationale Vergleichbarkeit von Studiengängen. Ein ECTS-Kreditpunkt entspricht einer zeitlichen Studienleistung von rund 30 Arbeitsstunden. Die ECTS-Punkte sind u. a. an den MAS Business Communications an der HWZ anrechenbar.

MAS Business Communications

Der Studiengang CAS Marketing Communications kann einzeln oder als Wahlmodul des MAS Business Communications der HWZ belegt werden.

DAS Customer Communications

Absolventen des CAS Marketing Communications können an der HWZ mit dem erfolgreichen Abschluss eines weiteren CAS (wahlweise Social Media Management, Mobile Business, Multichannel Management, Marketing Writer und Digital Publisher), einer Diploma Thesis und mündlichen Diplomprüfung das DAS Diploma of Advanced Studies ZFH in Customer Communications erlangen.

Studiengangsleitung



Stefan Vogler

markenexperte.ch, Unternehmensberater für Branding, Marketing und Kommunikation, Hauptdozent HWZ und Verwaltungsrat



Hans Loosli

Eidg. dipl. Kommunikationsleiter, Conceptual Designer, Partner bei Ruf und Partner GmbH, Hauptdozent HWZ, Prüfungsexperte



«Testen ist nicht der Erzfeind grosser Ideen, sondern der Anfang ihrer gelungenen Implementierung.»

Alain Messerli, Happy Thinking People

Patronate

Der CAS Marketing Communications steht unter dem Patronat des bsw leading swiss agencies, dem Verband der führenden Werbe- und Kommunikationsagenturen der Schweiz und des SWA Schweizerischer Werbeauftraggeber-Verband, welcher die grössten Werbeauftraggeber der Schweiz vereinigt und nach aussen vertritt. Der bsw wurde 1935 gegründet und die im bsw vereinigten Agenturen verwalten zwei Drittel aller Werbebudgets, die von Werbeagenturen betreut werden. Der SWA engagiert sich im Verhältnis zwischen Werbeauftraggebern, Agenturen und Medien und nimmt die wirtschaftliche und politische Interessensvertretung wahr. Die beiden führenden Verbände auf Auftragnehmer- und Auftraggeberseite unterstützen die Studiengangsleitung als Kooperationspartner.

«Der bsw unterstützt und empfiehlt den Studiengang, weil er eine ausgezeichnete professionelle und praxisbezogene Weiterbildung für alle jene darstellt, die Marken und Kundenbeziehungen auch in Zukunft erfolgreich managen wollen – egal ob auf Auftraggeber- oder Agenturseite.»

Gerit Aebi, Präsident bsw swiss leading agencies und CEO Wirz-Gruppe

«Der SWA hat das Patronat dieses Studiengangs übernommen, weil gut ausgebildete Nachwuchskräfte ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sind. Als Interessensverband der Werbeauftraggeber wollen wir damit ein Zeichen für die Aus- und Weiterbildung setzen.»

Roland Ehrler, Direktor SWA



HWZ HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT ZÜRICH

Mit rund 2'200 Studierenden und 500 Dozierenden ist die HWZ die grösste ausschliesslich berufsbegleitende Hochschule der Schweiz im Bereich Wirtschaft. Sie profitieren auf Schritt und Tritt von der jahrzehntelangen Erfahrung der HWZ, wenn es darum geht, berufliche Auslastung und hoch qualifizierte Weiterbildung unter einen Hut zu bringen.

Standort/Studienort

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt direkt beim Hauptbahnhof Zürich. Parkplätze befinden sich wenige Gehminuten entfernt im Parkhaus Gessnerallee. Nebst moderner Infrastruktur bietet der «Sihlhof» einen auch architektonisch wertvollen Weiterbildungsrahmen: Das HWZ-Gebäude wurde von der Stadt Zürich mit einer Auszeichnung für gute Bauten geehrt.

Auskunft

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
 Master-Sekretariat
 Sihlhof, Lagerstrasse 5
 CH-8021 Zürich
 Telefon +41 43 322 26 88
 Fax +41 43 322 26 33
 master@fh-hwz.ch
 www.fh-hwz.ch
 www.facebook.com/fhhwz
 www.twitter.com/fhhwz

Detailfragen zu diesem Studiengang beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter, Stefan Vogler: stefan.vogler@fh-hwz.ch

Informationsveranstaltungen

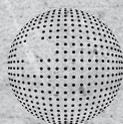
Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Anmeldung und weitere Informationen

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular, das auch als Download auf der Website verfügbar ist. www.fh-hwz.ch/casmarketingcommunications



Patronate



bsw leading swiss agencies



Mitglied der Zürcher Fachhochschule

HWZ | Hochschule für
Wirtschaft Zürich

Lagerstrasse 5 | Postfach | 8021 Zürich | Telefon 043 322 26 88 | Fax 043 322 26 33 | master@fh-hwz.ch | www.fh-hwz.ch