

Modulbeschreibung „Marketing-Kommunikation: Wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens wirkungsvoll ausrichten“

Modultitel	Marketing-Kommunikation: Wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens wirkungsvoll ausrichten
Kürzel/Modulnummer	---
Fachbereich	08 Wirtschaftswissenschaften
Modulverantwortlicher/	Prof. Dr. Harald Vergossen, harald.vergossen@hs-niederrhein.de
Dozent/in	Prof. Dr. Harald Vergossen
Modultyp	Hochschulzertifikatskurs der WWB
Dauer	ca. 4 Termine in 2 Monaten
Häufigkeit des Angebots	Voraussichtlich jährlich und auf Nachfrage (Inhouse)
Zielgruppe(n)	Mitarbeiter/innen aus dem Marketing, auch Nachwuchskräfte und Quereinsteiger, die mit Aufgaben der Marketing-Kommunikation betraut werden, ebenso auch Mitarbeiter/innen aus Bereichen, die eng mit dem Marketing zusammenarbeiten (z. B. in Einkauf oder Controlling) und deshalb mehr Know-how zum Thema Marketing-Kommunikation erlangen wollen sowie Geschäftsführer/innen.
Angestrebte Lernergebnisse/ Learning outcomes	<p>Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein:</p> <p>// Die Marketingfunktion ihres Unternehmens erfolgreicher zu gestalten.</p> <p>// Eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie zu entwickeln.</p> <p>// Die für eine Kommunikationsstrategie unterstützenden Agenturen auszuwählen und zu beurteilen.</p> <p>// Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien sowie die Charakteristika der wichtigen Instrumente der Marketing-Kommunikation zu identifizieren.</p>
Inhalte	<p>// Integrierte Marketing-Kommunikation umsetzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veränderungen am Werbemarkt verstehen - Crossmedia und integrierte Kommunikation begreifen <p>// Agenturen auswählen und Zusammenarbeit gestalten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Passende Agenturen auswählen - Vergütungsmodelle im Überblick verstehen - Agenturen briefen <p>// Kommunikationsstrategie entwickeln</p> <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 <p>// Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klassische Werbung - Online-Kommunikation (Suchmaschinen-Marketing, Social Media-Marketing) - Verkaufsförderung

	- Direktmarketing
Lehrformen	Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Gruppenarbeiten, Übungen und Case Studies unterstützen den Lernerfolg. Begleitung mit einer Online-Lernplattform.
Unterrichtssprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes Hochschulstudium mit mindestens einem Jahr Berufserfahrung oder abgeschlossene Berufsausbildung mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung.
Abschluss	Hochschulzertifikat (Prüfungsteilnahme) oder Teilnahmebescheinigung (75% Anwesenheit)
Prüfungsleistung(en)	Mündliche Prüfung in Form einer Präsentation (20-25 Min.)
Leistungspunkte	1 ECTS
Workload/Arbeitsaufwand	25 h
Kontaktzeit	16 h
Selbststudium	9 h
Geplante Gruppengröße	max. 12 TN
Verwendbarkeit des Moduls	---
Literatur	---