

Digital Brand Management

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

Wie starke Marken Unternehmen erfolgreich machen

In diesem Lehrgang lernen Sie, wie eine starke Markenidentität Entscheidungswege verkürzt und die Wirkung von Massnahmen verlängert.

AUSGANGSLAGE

In den dynamischen Märkten der Gegenwart und Zukunft müssen Marketers aller Stufen in kurzer Zeit komplexe und folgenreiche Entscheidungen treffen. Die Digitalisierung verlangt eine tiefgreifende Transformation ebenso wie die Globalisierung und neue Generationen von Mitarbeitenden. Unternehmen, die in diesem komplexen Umfeld in einer starken Marke eingebettet sind, haben einen riesigen Vorsprung. Sie können nicht nur höhere Preise am Markt durchsetzen, sondern ziehen auch bessere Talente an und werden zu einer festen Grösse im fluiden Alltag der Konsumenten. Eine klare Markenidentität weist den Weg durch die überbordende Fülle von Beraterangeboten und hilft, das Relevante vom Interessanten zu trennen. Wenn in Ihrer Branche der Konkurrenzdruck steigt, stehen Sie vor einem Differenzierungsdefizit. Mit dieser Weiterbildung in identitätsbasierter Markenführung lernen Sie, wie Sie Ihre Marke als Leitstern in Digitalisierungs- und Transformationsprozessen sinnvoll, effektiv und effizient einsetzen, Ihr Werbebudget effektiv investieren und ein Team aus Mitarbeitenden aufbauen, die am selben Strick ziehen.

LERNZIELE UND NUTZEN

Nach erfolgreichem Abschluss des CAS

- haben Sie ein detailliertes Verständnis für das identitätsbasierte Konzept der Markenführung entwickelt;
- betrachten und behandeln Sie das Branding als ganzheitlichen Prozess;
- haben Sie verinnerlicht, dass Ihr Branding nach aussen ebenso wie nach innen wirkt;
- verstehen Sie, wie Marken in der digitalen Welt wahrgenommen und geführt werden müssen;
- kennen Sie die Relevanz des eigenen Verhaltens für den langfristigen Erfolg Ihrer Marke(n);

- planen Sie Positionierungsmassnahmen und setzen sie markenidentitätskonform um;
- besitzen Sie das Know-how, um selbstständig eine identitätsbasierte Markenstrategie zu erarbeiten;
- sind Sie vertraut mit konkreten Anwendungsfällen zentraler Theorien, Modellen und Instrumenten der strategischen Markenführung;
- sind Sie in der Lage, relevante Ziele und Erfolgsgrössen sowohl des internen, als auch des externen Brand Management, zu bestimmen;
- wissen Sie, mit welchen verhaltensbezogenen und psychografischen Methoden Sie Brand Citizenship Behavior, Markenwissen und Brand Commitment optimieren können;
- können Sie auch intern ausgerichtete markenwertorientierte Konzepte entwickeln und implementieren;
- sind Ihnen verschiedene Verfahren zum Markencontrolling bekannt;
- gelingt es Ihnen, gezielt Mechanismen anzuwenden, die den Wert Ihrer Marke(n) positiv beeinflussen.

ZIELPUBLIKUM

Der CAS Digital Brand Management richtet sich vor allem an Fachleute aus folgenden Funktionsbereichen:

- Marketing
- Markenführung
- Produktmanagement
- Human Resources
- Kommunikation
- Strategieberatung
- Grafikdesign

Angesprochen sind zudem Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Personen, die den Quereinstieg in die genannten Bereiche planen.

Aufbau und Inhalt

Vielfältige Lernmethoden für beste Ergebnisse

Abwechslungsreiche Lernmodule bereiten Sie perfekt auf Ihren Arbeitsalltag vor und machen Spass.

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Strategisches Markenmanagement	Interne und externe Markenführung
<ul style="list-style-type: none">– Grundkonzept «identitätsbasierte Markenführung»– Markenarchitektur– Markenevolution– Markendesign– Digitales Markenmanagement– Markencontrolling und -bewertung <p>Das Modul wird mit einer schriftlichen Prüfung abgeschlossen.</p>	<ul style="list-style-type: none">– Krisen als Chancen im Branding– Verhaltenssteuerung durch Pricing– Marken von innen heraus stärken– Markenerlebnisse gestalten– Schutz und Pflege des Markenkerns– Entwicklung eigener Branding-Konzepte <p>Das Modul wird mit einer schriftlichen Konzeptarbeit inkl. mündlicher Präsentation abgeschlossen.</p>

METHODIK

- Referate und Lehrgespräche
- Diskussionen und Workshops
- Bearbeitung von Case Studies und Analyse von Best Practices
- Einzel- und Gruppenarbeiten

DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktikerinnen und Praktiker mit didaktischer Erfahrung
- Expertinnen und Experten aus dem Bereich Markenführung

Informationsapéros



Gerne berät Sie die Studienleitung in einem persönlichen Gespräch oder an einem der Informationsapéros.

www.zhaw.ch/imm/info-apero

Organisatorisches

Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens sechs Jahre der genannten Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung nach einem Zulassungsgespräch.

ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. >>> www.zhaw.ch/imm/casbrand

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:
>>> www.zhaw.ch/imm/casbrand

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies 300 Stunden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis ist in Form einer schriftlichen Prüfung und einer Konzeptarbeit inkl. Präsentation zu erbringen.

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch in Englisch gehalten werden. Die Kursunterlagen sind in Deutsch oder Englisch verfasst.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur und/oder online statt. Details zum Unterrichtsformat und zum Campus finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casbrand

>>> www.zhaw.ch/sml/campus

DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufsbegleitend absolviert.

UNTERRICHTSZEITEN

Der Lehrgang umfasst insgesamt 120 Kontaktstunden, verteilt auf ca. 16 Unterrichtstage an Freitagen und Samstagen.

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die ZHAW School of Management and Law den Titel «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Digital Brand Management».

KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8340.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der ZHAW School of Management and Law finden Sie unter: >>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Anna-Maria Strässner
Fachstelle Behavioural
Insights & Pricing



Dr. Jesse Raymond Bächler
Fachstelle Behavioural
Insights & Pricing

STUDIENLEITUNG

Anna-Maria Strässner

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 40 63
anna-maria.straessner@zhaw.ch

STELLVERTRETENDE STUDIENLEITUNG

Dr. Jesse Raymond Bächler

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 41 89
jesse.baechler@zhaw.ch

ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law
Customer Service Weiterbildung
Theaterstrasse 15b
Postfach
8401 Winterthur
Telefon +41 58 934 79 79
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch



Institut für Marketing Management (IMM)

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen. Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Customer Management & E-Commerce, Product Management, Behavioural Insights & Pricing, Customer Experience & Service Design, Communication & Branding, Digital Marketing & Marketing Technology sowie Circular Economy Marketing. Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben diesem CAS bietet das IMM zahlreiche weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> www.zhaw.ch/imm

MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY

Mit dieser Weiterbildung erhalten Sie Zugang zur Marketing Management Community der ZHAW.

>>> www.zhaw.ch/imm/community



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities