



CAS Marketing and Multichannel Communication

Institut für Kommunikation und Marketing IKM



Zielgruppen und Kommunikationsinstrumente perfekt aufeinander abstimmen, den Marketing-Mix laufend optimieren

Marketing und Kommunikation wachsen immer mehr zusammen. Kommunikationsverantwortliche übernehmen Verantwortung für das Marketing und umgekehrt. Sie lernen, Marketingstrategien und -konzepte ganzheitlich und agil zu entwickeln. Sie können die wichtigsten Kommunikationsinstrumente zielgerecht und kanalübergreifend planen und steuern. Sie erkennen die Chancen neuer Paradigmen, Medien und Technologien und können den Marketing-Mix laufend optimieren.

Zielpublikum

Das CAS Marketing and Multichannel Communication richtet sich an

- Leiterinnen und Leiter von Marketingabteilungen,
- Verantwortliche für Werbung, Direct Marketing, Sponsoring, Verkaufsförderung oder Eventmarketing,
- Personen mit Entwicklungs- und Umsetzungsaufgaben innerhalb dieser Abteilungen, wie z. B. Marketing-, Kommunikationsmanager, Projektleitende,
- Mitarbeitende in Beratungsunternehmen, Werbeagenturen sowie selbstständige Beratende.

Voraussetzungen

- Mehrjährige Berufserfahrung in Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder in einem angrenzenden Tätigkeitsbereich
- Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschule)
- «Sur dossier» für Personen ohne Hochschulabschluss. Voraussetzungen:
 - Abschluss Höhere Fachschule/Höhere Fachprüfung/Berufsprüfung
 - mindestens sechs Jahre relevante Berufserfahrung
 - Mindestalter 28 Jahre
 - Aufnahme-/Beratungsgespräch mit Studienleitung, Motivationsschreiben

Lernziele

- Sie können eine Marketing- und/oder eine Kommunikationsstrategie entwickeln.
- Sie verstehen die Zusammenhänge zwischen Marketing und Kommunikation und die Einordnung der 7Ps.
- Sie kennen die wichtigsten Marketing- und Technologietrends.
- Sie beherrschen den crossmedialen, zeitlich und inhaltlich abgestimmten Einsatz der On- und Offline-Instrumente.
- Sie kennen die Grundzüge der Mediaplanung und können diese beurteilen.
- Sie kennen die kommunikativen Herausforderungen und Besonderheiten von KMU, Grossunternehmen und Agenturen.
- Sie kennen relevante Marketing- und Kommunikationstools.

Facts

Dauer: 5 Monate

Kosten: CHF 8'400.–

Für das gesamte MAS-Programm
(3 CAS-Programme plus Diplomsemester)
CHF 29'700.–

Teilnehmende: max. 24 Personen

Termine: 23 Unterrichtstage plus 1 Qualifikationstermin (inkl. Abschlussveranstaltung)

Unterrichtszeiten: Freitagnachmittag und Samstag

Ort: Hochschule Luzern – Wirtschaft, Zentralstrasse 9 (beim Bahnhof)

Abschluss: Certificate of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in CAS Marketing and Multichannel Communication

ECTS-Credits: 15

Anerkennung: Das CAS Marketing and Multichannel Communication ist ein mögliches Wahlmodul der drei folgenden MAS-Programme der Hochschule Luzern – Wirtschaft: MAS Brand and Marketing Management, MAS Communication Management, MAS Digital Marketing and Communication Management.

Weitere Informationen:

Info-Veranstaltungen, Starttermine sowie Anmeldeformular unter www.hslu.ch/mmc

Qualifikationsschritte:

- Entwicklung und Präsentation einer praxisorientierten Themenstellung aus dem Bereich Marketing oder Kommunikation (Gruppenarbeit)
- Erarbeiten eines Strategiedokuments oder Konzepts zum Thema Marketing oder Kommunikation (Einzelarbeit)

«Agiles Handeln ist eine zentrale Herausforderung in der heutigen Multichannel-Welt.»

Prof. Dr. Anja Janoschka
Leiterin CAS Marketing and
Multichannel Communication



Die relevanten Touchpoints erfolgreich in der Marketing-Kommunikation einsetzen

Die Weiterbildung «CAS Marketing and Multichannel Communication» führt Studierende zur Professionalisierung und dem effektiven Einsatz von On- und Offline-Instrumenten und digitaler Technologien in der Multichannel Marketing-Kommunikation. Im Zentrum steht die ganzheitliche Planung und Steuerung des Marketing-Mix mit Fokus auf der Kommunikation – für einen zeitgemässen Umgang mit Kunden. Alle Themen werden strategie- und anwendungsbezogen vermittelt und zeigen relevante Tools und KPI-basierte Controllingansätze auf.

Marketing

Dieses Modul fokussiert in komprimierter Form auf das ganzheitliche strategische Marketing. Die Marketinginstrumente (7Ps) werden vor dem Hintergrund der Digitalisierung und neuer Technologien reflektiert.

- Aufgaben, Ziele und Herausforderungen im Marketing
- Marketingstrategie und Tools
- Trends z. B. Automation, Programmatic Advertising
- Die 7Ps des Marketing-Mix: Product, Place, Promotion, Price; People, Process, Physical Facilities:
 - Brand and Product Management
 - Dienstleistungsmarketing
 - Sales im B2B und B2C
 - Pricing-Strategien
 - Von der Website zum SEO
 - Kaufprozessorientiertes Marketing

Multichannel Communication

Hier steht die Entwicklung eines Kommunikationskonzepts von der Analyse, Planung, Zielgruppendefinition und Umsetzung zur Erfolgskontrolle, unter der Berücksichtigung von agilen Arbeitsweisen im Zentrum.

- Zielgruppensegmentierung sowie Planungsmethoden werden vermittelt.
- Kommunikationskonzept
 - Kampagnenplanung
 - Mediawerbung (TV, Print, Radio, Plakat)
 - Online- und Social-Media-Kommunikation und ihre Wirkungsmechanismen
 - Verkaufsförderung
 - Instrumente des Controllings
 - Monitoringtools
 - Crossmediale Mediaplanung und -leistung, Formate, Umfeldplatzierungen
 - (Produkt-)PR

Kundenbindung, Image- und Reichweitengenerierung

Die folgenden Module vermitteln die Einsatzmöglichkeiten, Erfolgsvoraussetzungen und Nutzen von Kommunikationsinstrumenten, die Kunden und Geschäftspartner ins Zentrum ihrer Massnahmen stellen.

- Sponsoring, Hospitality
- Eventmarketing
- Branding

Datengestützter Kundendialog

Diese Module fokussieren das Kundenbeziehungsmanagement, also die systematische Gestaltung aller Beziehungen und Interaktionen eines Unternehmens mit bestehenden und potenziellen Kunden und Kundinnen. Dabei nimmt die Datengewinnung und -analyse, insbesondere auch die Verbindung der im Web generierten Daten mit denjenigen im CRM-System, eine wichtige Rolle ein.

- Direct Marketing, Mailings, Newsletter
- CRM, Database Management, Erfolgskennzahlen und -messung
- Omnichannel-Management, Online Shops

Workshop-Tag

In diesem Doing-Special produzieren Sie selber Content, Copy und kurze Videoclips.



Kontakt

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Kommunikation
und Marketing IKM

Zentralstrasse 9
Postfach 2940
CH-6002 Luzern

T +41 41 228 99 50
ikm@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm