



CAS Online Communication and Marketing

Institut für Kommunikation und Marketing IKM



Digitale Medien kennen, verstehen und gezielt in der Kommunikation und im Marketing einsetzen

Sie wissen, wie Sie digitale Medien in Kommunikation und Marketing strategisch einsetzen. Sie sind mit den Instrumenten des Online-Marketings vertraut und können passende Massnahmen planen und evaluieren.

Zielpublikum

Das CAS Online Communication and Marketing richtet sich an

- Leiterinnen und Leiter von Kommunikations- und Marketingabteilungen sowie Fachverantwortliche in Kommunikation und Marketing, die sich mit den Wirkungsweisen digitaler Medien auseinandersetzen wollen,
- Personen mit Führungs- und Koordinationsaufgaben für Kommunikationsplattformen in Unternehmen, Medien/Verlagen, Institutionen und Behörden,
- Mitarbeitende in Beratungsunternehmen und Kommunikationsagenturen, die nicht spezialisiert sind in Digital Marketing.

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 kennen die relevanten Kanäle, Wirkungsweisen und Instrumente der digitalen Kommunikation und können deren Einsatz zielgerichtet planen.
- Sie wissen, was Content Marketing ist und wie dieses für Ihr Unternehmen eingesetzt werden kann.
- Sie sind mit Suchmaschinenoptimierung und Web Analytics vertraut und können das Wissen dazu in die Planung, Umsetzung und das Controlling von Kommunikations- und Marketingmassnahmen einbringen.
- Sie kennen die neusten Digitaltrends und können diese kritisch reflektieren.
- Sie kennen die rechtlichen Aspekte der elektronischen Kommunikation und können entsprechende Risiken in Online-Projekten abschätzen.
- Sie kennen theoretische Modelle der Online-Kommunikation, verstehen den Paradigmenwechsel und können damit neue Online-Konzepte langfristig einordnen.

Facts

Dauer: 5 Monate

Kosten: CHF 8'400.–

Für das gesamte MAS-Programm

(3 CAS-Programme plus Diplomsemester)

CHF 29'700.–

Teilnehmende: max. 26 Personen

Termine: 23 Unterrichtstage plus 2 Qualifikationstermine (inkl. Abschlussveranstaltung)

Unterrichtszeiten: Freitagnachmittag und Samstag

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

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

ECTS-Credits: 15

Anerkennung: Das CAS Online Communication and Marketing 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/ocm

Qualifikationsschritte:

- Entwicklung und Präsentation einer Konzeption für den Einsatz von Online-Medien im beruflichen Umfeld (Gruppenarbeit)
- Mündliches Fachgespräch zu einer vorbereiteten These aus dem Umfeld der digitalen Kommunikation oder des digitalen Marketings (Einzelarbeit)

«Nur wer die digitalen Medien und ihre Wirkungsweisen kennt, kann sie gezielt im Unternehmen einsetzen.»

Seraina Mohr
Co-Leiterin CAS Online
Communication and Marketing



«Das gekonnte Zusammenspiel der Online-Marketing-Instrumente führt zum Erfolg.»

Dr. Brigitte Gasser
Co-Leiterin CAS Online
Communication and Marketing



Handlungskompetenz in der Entscheidung, Planung, Umsetzung und Kontrolle von digitalen Medien

Das berufsbegleitende CAS-Programm behandelt verschiedene Themenfelder aus der Online-Kommunikation und dem Online-Marketing. Es werden Kompetenzen von der Planung bis zur Umsetzung und dem Controlling vermittelt sowie neueste Entwicklungen und Trends diskutiert.

Kommunikation in Netzwerken

Das Modul vermittelt die Grundlagen zur Kommunikation in Netzwerken. Insbesondere werden die Netzwerktheorie, die Auswirkungen der digitalen Transformation und ihr Einfluss auf die Kommunikation in Unternehmen betrachtet.

- Netzwerkgesellschaft
- Digitale Transformation
- User Experience

Strategische Online-Kommunikation

Das Modul behandelt den strategischen Einsatz von digitalen Medien in der Kommunikation von Unternehmen. Ein spezieller Fokus liegt auf Einsatz und Gestaltung der Kommunikation mit unterschiedlichen Stakeholdern.

- Online-PR
- Monitoring und Krisenerkennung
- Konzeption von Websites
- Rechtliche Aspekte

Online-Marketingmix

Das Modul befasst sich mit dem Zusammenspiel von Owned, Paid und Earned Media. Neben den Grundlagen der integrierten Media-Planung schauen wir die wichtigsten Social-Media-Plattformen an und reflektieren den Einsatz der Online-Instrumente im strategischen Marketing.

- Owned, Paid und Earned Media
- Mobile Marketing
- Social Media Marketing

Inhalte planen, produzieren und distribuieren

Das Modul legt den Schwerpunkt darauf, wie Inhalte strategisch geplant werden und welche Formate sich für welchen Kanal eignen. Insbesondere gehen wir auf Content Marketing und die Frage ein, was es bei der Planung, Produktion und Distribution von Inhalten zu beachten gilt.

- Content-Strategien
- Content Marketing
- Wandel von Prozessen und Organisationen

Messen und optimieren

Das Modul vermittelt die Grundlagen und wichtigsten Grössen zur Messung und Evaluierung von Online-Aktivitäten. Sie sind in der Lage, Kennzahlen zu definieren und diese auch kritisch zu reflektieren.

- Webanalytics
- KPIs
- Evaluation

Suchmaschinenmarketing

Das Modul vermittelt die Relevanz von und den Umgang mit Suchmaschinen als zentrale Gatekeeper im Netz. Wir setzen einen Schwerpunkt auf Konzeption, Reporting und Controlling von Suchmaschinenkampagnen.

- Google Adwords einsetzen
- Suchmaschinenoptimierung
- Konzeption von Suchmaschinenkampagnen, Reporting und Controlling
- Tools zur Keyword-Analyse



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