

## 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>// <b>Integrierte Marketing-Kommunikation umsetzen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veränderungen am Werbemarkt verstehen</li> <li>- Crossmedia und integrierte Kommunikation begreifen</li> </ul> <p>// <b>Agenturen auswählen und Zusammenarbeit gestalten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Passende Agenturen auswählen</li> <li>- Vergütungsmodelle im Überblick verstehen</li> <li>- Agenturen briefen</li> </ul> <p>// <b>Kommunikationsstrategie entwickeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Woraus besteht eine Kommunikationsstrategie?</li> <li>- Wie wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marke, Märkte und Menschen analysieren</li> <li>- Geeignete Marktforschung durchführen</li> <li>- Passende Kommunikationsinstrumente auswählen</li> </ul> </li> <li>- Wirksame Gestaltung der Kommunikation sicherstellen</li> </ul> <p>// <b>Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Klassische Werbung</li> <li>- Online-Kommunikation (Suchmaschinen-Marketing, Social Media-Marketing)</li> <li>- Verkaufsförderung</li> </ul>

	- 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	---