

Ziele

Mit erfolgreichem Abschluss des Kurses werden die Teilnehmenden in der Lage sein:

- » Die Marketingfunktion ihres Unternehmens erfolgreicher zu gestalten.
- » Eine wirkungsvolle Kommunikationsstrategie zu entwickeln.
- » Die für eine Kommunikationsstrategie unterstützenden Agenturen auszuwählen und zu beurteilen.
- » Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien sowie die Charakteristika der wichtigen Instrumente der Marketing-Kommunikation zu identifizieren.

Vorteile

- » Praxisorientiertes Wissen zur Optimierung der Marketingfunktion erhalten.
- » Erweiterung/Update des Know-hows über Marketing-Kommunikation.
- » Know-how über unterschiedliche Medienkanäle bzw. Kommunikationsinstrumente und Inhalte einer Kommunikationsstrategie auf- und ausbauen.
- » Erweiterung des persönlichen Netzwerks durch Kontakte zu für das Marketing verantwortlichen Führungskräften.

Kontakt/Anmeldung

Ihre Ansprechpartnerinnen:

Uta Pricken
Technologie- und Gründerzentrum Niederrhein
Industriering Ost 66
47906 Kempen
Telefon: +49 (0)2152 / 2029-21
E-Mail: uta.pricken@tzniederrhein.de

Britta Benning
Wissenschaftliche Weiterbildung
Hochschule Niederrhein
Reinarzstraße 49
47805 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 / 822-1515
E-Mail: weiterbildung@hs-niederrhein.de

Fachlich verantwortlich:

Prof. Dr. Harald Vergossen
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Marketing
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
E-Mail: Harald.Vergossen@hs-niederrhein.de

[www.hs-niederrhein.de/wirtschaftswissenschaften/
personen/q-z/vergossen-harald](http://www.hs-niederrhein.de/wirtschaftswissenschaften/personen/q-z/vergossen-harald)

Weitere Informationen und Online-Anmeldung:
wfg-kreis-viersen.de/marketing-kommunikation



**Marketing-Kommunikation –
Wie Sie die Kommunikations-
strategie Ihres Unternehmens
wirkungsvoll ausrichten**

**Wissenschaftliche Weiterbildung
im Kreis Viersen**

Hoher Praxisbezug und nachhaltiger
Lernerfolg. Ein Angebot der Hochschule
Niederrhein und der Wirtschaftsförderung
für den Kreis Viersen.

Kurzbeschreibung

Angesichts der ständig wachsenden Informationsflut bei gleichzeitig sinkendem Involvement vieler Zielgruppen wird es für Unternehmen immer schwieriger, die Aufmerksamkeit ihrer Kunden zu erlangen und sich klar zu positionieren. Vielfach werden zwar immer mehr Kommunikationsinstrumente und -kanäle eingesetzt um den Kunden zu erreichen, aber oftmals bleibt das Ergebnis hinter den Erwartungen zurück. Vor diesem Hintergrund macht der Kurs deutlich, wie Sie die Kommunikationsstrategie Ihres Unternehmens systematisch entwickeln, um im kommunikativen Wettbewerb besser bestehen zu können. Sie erkennen, wie Sie passende Agenturen auswählen und wichtige Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen.

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.

TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN:

Hochschulabschluss mit mindestens einjähriger Berufserfahrung oder anderweitiger berufsqualifizierender Abschluss mit mindestens dreijähriger Berufstätigkeit.

TEILNEHMERZAHL:

Um eine individuelle Betreuung zu gewährleisten, ist die Zahl der Teilnehmenden auf maximal 12 beschränkt.

Curriculum

Präsenz 1	<u>Integrierte Marketing-Kommunikation umsetzen</u> - Veränderungen am Werbemarkt verstehen - Crossmedia und integrierte Kommunikation begreifen	4h
	<u>Agenturen auswählen und Zusammenarbeit gestalten</u> - Passende Agenturen auswählen - Vergütungsmodelle im Überblick verstehen - Agenturen briefen	
Selbstlern-einheit	Nachbereitung und Vertiefung	2h
Präsenz 2	<u>Kommunikationsstrategie entwickeln</u> - Woraus besteht eine Kommunikationsstrategie? - Wie wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt? // Marke, Märkte und Menschen analysieren // Geeignete Marktforschung durchführen // Passende Kommunikationsinstrumente auswählen - Wirksame Gestaltung der Kommunikation sicherstellen	4h
	Nachbereitung und Vertiefung	2h
Selbstlern-einheit		
Präsenz 3	<u>Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen I</u> - Klassische Werbung - Online-Kommunikation (Suchmaschinen-Marketing, Social Media-Marketing)	4h
	Nachbereitung und Vertiefung	5h
Selbstlern-einheit		
Präsenz 4	<u>Instrumente der Marketing-Kommunikation zielbezogen einsetzen II</u> - Verkaufsförderung - Direktmarketing Mündliche Prüfung	4h

Gesamter Zeitaufwand = 25h, davon Präsenz = 16h, 1 ECTS

Ablauf

TERMINE:

Präsenz 1: Mittwoch, 06.06.2018 | 17 bis 21 Uhr
Präsenz 2: Mittwoch, 13.06.2018 | 17 bis 21 Uhr
Präsenz 3: Mittwoch, 20.06.2018 | 17 bis 21 Uhr
Präsenz 4: Mittwoch, 27.06.2018 | 17 bis 21 Uhr
Zwischen den Präsenzphasen liegen Selbstlernseinheiten.

LEHR- UND LERNFORM:

Der in einem interaktiven Seminarcharakter gehaltene Kurs bietet die Möglichkeit, auf individuelle Frage- und Problemstellungen der Teilnehmenden einzugehen. Gruppenarbeiten, Übungen und Case Studies sowie die Begleitung mit einer Online-Lernplattform unterstützen den Lernerfolg.

PRÜFUNG UND ABSCHLUSS:

Alle Teilnehmenden, die mindestens 75 % des Kurses besucht haben, erhalten eine Teilnahmebescheinigung. Für ein Zertifikat der Hochschule Niederrhein ist eine mündliche Prüfung in Form einer Präsentation erfolgreich zu absolvieren.

ORT:

Technologie- und Gründerzentrum (TZN)
Industriering Ost 66, 47906 Kempen

KOSTEN:

Die Teilnahmegebühr beträgt 490,00 € zzgl. MwSt. In der Kursgebühr enthalten sind Seminarunterlagen, Getränke und ein Imbiss.

Online-Anmeldung:

wfg-kreis-viersen.de/marketing-kommunikation