

Sponsoring Management

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

Sponsoring im digitalen Zeitalter

Generieren Sie digital aktivierbaren Content und lernen Sie, ihn vernetzt zu nutzen.

AUSGANGSLAGE

Sponsoring hat sich in den meisten Unternehmen als Instrument zur Wertschöpfung und zur Generierung von relevanten Inhalten (Content) in der externen sowie internen Kommunikation etabliert. Gleichzeitig sind die Anforderungen an die Personen gestiegen, die dieses Marketinginstrument betreuen und gestalten. Aufgaben wie die integrierte, bereichsübergreifende Konzeption und Umsetzung von Sponsoring oder Aufbau und Pflege von Communitys setzen spezifisches Fachwissen voraus.

Der CAS Sponsoring Management vermittelt Ihnen die nötigen Instrumente zur faktenbasierten konzeptionellen Planung sowie zur effizienten, wertschöpfungsorientierten Umsetzung und Aktivierung von Sponsoringengagements. Darüber hinaus vermittelt Ihnen der Zertifikatslehrgang eine umfassende Übersicht über aktuelle Themengebiete im Sponsoring und die sich verändernden Rahmenbedingungen. Der CAS-Lehrgang umfasst ausserdem die Vermittlung von «hands-on skills», wie die Produktion von digitalem Content oder die Strategieentwicklung in Zeiten des digitalen Wandels.

LERNZIELE UND NUTZEN

Die Teilnehmenden

- erhalten einen Überblick über die Entwicklung der Märkte für Sponsoring und themenbasierte Kommunikation;
- erhalten fundiertes Wissen über den Beitrag von Sponsoring und themenbasierter Kommunikation zur Erreichung definierter Marketing- und Kommunikationsziele;
- werden in die Nutzung von Marktforschungstools und -daten zur Themenauswahl sowie in eine auf Schlüsselindikatoren basierende Bewertung von Sponsoringaktivitäten eingearbeitet;

- erhalten einen vertieften Einblick in Themenbereiche des Sponsorings (Sport, Kultur, Medien, Entertainment, Soziales, Wissenschaft und Umwelt) sowie ihre besonderen Charakteristika;
- trainieren anhand konkreter Fallbeispiele die Erarbeitung integrierter, themenbasierter Kommunikationskonzepte;
- erlernen relevante Kompetenzen wie den Einbezug von juristischen Aspekten, Controlling und Compliance;
- erhalten eine Einführung in die Produktion von Film- und Bildmaterial für Social Media sowie eine praktische Schulung zur Erstellung von digitalem Content.

ZIELPUBLIKUM

Der CAS Sponsoring Management richtet sich in erster Linie an

- Berufstätige aus den Bereichen Marketing, Corporate Communications oder Corporate Social Responsibility, die Projekte in Sponsoring oder themenbasierter Kommunikation verantworten oder dies in Zukunft tun werden;
- Verantwortliche in Sport, Kultur und anderen Sponsoringfeldern, die für Akquisition und Betreuung von Sponsorings verantwortlich sind;
- Berufseinsteigerinnen und -einsteiger sowie Umsteigerinnen und Umsteiger aus den Bereichen Werbung, Kommunikation, Medien.

ANERKENNUNG FÜR MASTERPROGRAMME

Die mit dem CAS Sponsoring Management erlangten 12 ECTS-Credits werden für die Masterprogramme (MAS) Fundraising Management des Zentrums für Kulturmanagement oder Marketing Management des Instituts für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law anerkannt. Absolventinnen und Absolventen, welche die Teilnahmebedingungen für die Masterprogramme erfüllen, können somit aufbauend auf dem CAS einen MAS-Abschluss erlangen.

Aufbau und Inhalt

Lernen Sie, ein komplexes Marketinginstrument zu führen

Wir bieten Ihnen dafür eine kompakte und umfassende Wissensvermittlung mit hohem Praxisbezug.

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Sponsoring Management – Grundlagen	Sponsoring Management – Vertiefung und Themenfelder
<ul style="list-style-type: none">– Einführung in Sponsoring Management und Content-Driven Communication im Rahmen des Marketingmix – integrierte Entwicklung, Planung und Steuerung)	<ul style="list-style-type: none">– Sportsponsoring, Kultursponsoring und Corporate Responsibility– Content-Marketing und Storytelling (Planung, Generierung und Distribution)– Integrierte Wertschöpfung (von Kommunikation bis Crowdfunding)– Compliance-Aspekte und weitere Rahmenbedingungen– Integrationsseminar

METHODIK

Unterrichtet wird in einem wirkungsvollen Methodenmix: Kurzvorlesungen führen in die jeweilige Thematik ein und vermitteln das Basiswissen zu Märkten, Instrumenten und Arbeitsprozessen.

Workshops und Coachings ermöglichen die Anwendung und Umsetzung des Gelernten wie auch den intensiven Dialog untereinander und mit den Dozierenden. Besonderer Wert wird hier auf strategische und konzeptionelle Aspekte gelegt.

DOZIERENDE

Dozierende sind jeweils ausgewiesene Fachleute ihres Themenbereichs. Angestrebt wird eine Mischung aus erfahrenen Praktikerinnen und Praktikern und Fachhochschuldozierenden sowie nationalen und internationalen Sponsoringexpertinnen und -experten.

FACHBEIRAT

Die Weiterentwicklung des Kurses wird von einem Fachbeirat mit Sponsoringexpertinnen und -experten aus Unternehmen, Sportindustrie, Kulturbereich und Nonprofit-Sektor begleitet, dem folgende Personen angehören:

Jean-Baptiste Felten (Vorsitz), CEO Felten & Cie, Vizepräsident FASPO

Martin Blaser, Managing Director InfrontRingier Sports & Entertainment, Verwaltungsratsmitglied Ringier Sports AG
Simon Hofmann, Leiter Live Experience & Sponsorship B2B Swisscom

Dr. Leticia Labaronne, Leiterin Zentrum für Kulturmanagement, ZHAW School of Management and Law

Isabelle Roos, Corporate Partnerships Schweizerisches Rotes Kreuz

André Stöckli, Leiter Sponsoring Raiffeisen Schweiz

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Fabienne Schmidli
Studienleitung
CAS Sponsoring Management

STUDIENLEITUNG

Fabienne Schmidli, MSc BA
Zentrum für Kulturmanagement
Telefon +41 58 934 41 85
fabienne.schmidli@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



Zentrum für Kulturmanagement

Das Zentrum für Kulturmanagement (ZKM) der ZHAW School of Management and Law befasst sich mit allen Aspekten des Managements im Kulturbereich wie Kulturproduktion, -organisation und -vermittlung; des Weiteren auch mit angrenzenden Gebieten wie Kulturwirtschaft, Public und NPO-Management sowie Fundraising, Sponsoring und Eventmanagement.

Ziel des ZKM ist, die Bereiche Forschung, Praxis sowie Aus- und Weiterbildung zusammenzuführen. Ein besonderes Anliegen ist die Förderung des eigenverantwortlichen unternehmerischen Denkens und Handelns in der Kultur und angrenzenden Bereichen.

Das ZKM arbeitet mit vielen Institutionen und Organisationen aus Kultur, NPO-Bereich und Wirtschaft zusammen. Dieses gut ausgebaute, vielfältige Netzwerk erlaubt die Entwicklung eines umfassenden interdisziplinären Know-hows, das kontinuierlich weiterentwickelt und aktualisiert wird.

>>> www.zhaw.ch/zkm

Organisatorisches

Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Personen mit Hochschulabschluss (Diplom, Lizentiat, Bachelor- oder Masterabschluss) einer staatlich anerkannten Hochschule beziehungsweise einer der Vorgängerschulen. Auch Personen ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, wenn sie über einen Tertiär-B-Abschluss (Höhere Berufsbildung) verfügen: Berufsprüfung BP (eidgenössischer Fachausweis) oder Höhere Fachprüfung HFP (eidgenössisches Diplom) oder Höhere Fachschule HF. Zudem wird das Bestehen eines Zulassungsgesprächs vorausgesetzt. Die Studienleitung entscheidet jeweils über die Aufnahme oder Ablehnung. In beiden Fällen werden zum Zeitpunkt des Kursstarts mindestens drei Jahre Berufserfahrung verlangt.

ANMELDUNG UND DATEN

Die Anmeldung erfolgt online. Alle Anmeldefristen sind online aufgeführt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Die Kursdaten sind jeweils online publiziert.

ARBEITSAUFWAND

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

LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis in den Modulen erfolgt durch eine benotete Case Study.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur statt, zwei Gehminuten vom Bahnhof Winterthur entfernt.

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

DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von drei Monaten berufsbegleitend absolviert und umfasst rund 90 Lektionen in 14 Tagen.

UNTERRICHTSZEITEN

Der Unterricht findet jeweils Freitag von 9.00 bis 17.15 Uhr und Samstag von 9.00 bis 12.30 Uhr statt. An den ersten beiden Samstagen findet der Unterricht von 9.00 bis 17.15 Uhr statt (Einführungskurs).

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch. Einzelne Fachartikel oder Unterlagen können auf Englisch verfasst sein.

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflicht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Sponsoring Management». Das Zertifikat berechtigt zur Berufsbezeichnung «zertifizierter Sponsoring-Manager FH» oder «zertifizierte Sponsoring-Managerin FH». Es ist von der eidgenössischen Fachhochschulkommission autorisiert und rechtlich geschützt. Es wird vom Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbformen FASPO anerkannt.

KOSTEN

Die Kurskosten sind online publiziert.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Weitere Informationen finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/zkm/sponsoring

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities



European Business Schools
Ranking 2021

