



School of  
Management and Law

# Digital Marketing

Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Marketinglogik im 21. Jahrhundert verstehen

Die effiziente Bewirtschaftung unterschiedlicher digitaler Kanäle inklusive Social-Media-Plattformen nimmt eine zentrale Rolle im Marketing ein.

### AUSGANGSLAGE

Das Thema Digital Marketing ist ein essenzielles Thema für alle Marketingverantwortlichen geworden. Die Nutzung unterschiedlicher digitaler Kanäle und insbesondere eine sich wandelnde Landschaft von Social-Media-Plattformen spielen bei der Mehrheit der Internetnutzer und -nutzerinnen eine zentrale Rolle. Unternehmen sind von der digitalen Transformation ihrer Kundinnen und Kunden unmittelbar betroffen: Die Kommunikationshoheit geht verloren, Konsumentinnen und Konsumenten bestimmen, wie ein Unternehmen mit seinen Produkten und Dienstleistungen online wahrgenommen wird. Darüber hinaus wollen sie sich vermehrt aktiv an der Gestaltung und Weiterentwicklung von Produkten und Serviceleistungen beteiligen.

Das veränderte Konsumentenverhalten zwingt Unternehmen heute nicht nur, den digitalen Kanälen einen zentralen Platz in der Marketingkommunikation einzuräumen, sondern vielmehr den Einfluss der Neuen Medien auf die gesamte Organisation und die Wertschöpfung zu verstehen. Der erfolgreiche Einsatz interaktiver Tools und Plattformen bedingt eine strategiegeleitete Vorgehensweise. Zudem muss mit den durch die Interaktivität verbundenen Veränderungen im Unternehmen richtig umgegangen werden.

### LERNZIELE UND NUTZEN

Das strategische Marketingmanagement bildet das Fundament der Lerninhalte des CAS Digital Marketing. Sie lernen das Thema des digitalen Marketings sowohl aus strategischer als auch aus taktischer Sichtweise zu beurteilen, um Handlungsfelder und Möglichkeiten zur Mehrwertgenerierung zu erkennen. Sie werden befähigt, eine Digital-Marketing-Strategie, abgeleitet aus der Unternehmens- und der Marketingstrategie, zu entwickeln und erfolgreich zu implementieren. Sie werden mit allen relevanten Aspekten des Marketings im digitalen Zeitalter vertraut gemacht, erkennen Spannungsfelder von Veränderungsprozessen und kennen Werkzeuge, um diese aktiv zu steuern.

### ZIELPUBLIKUM

- Verantwortliche sowie Spezialistinnen und Spezialisten im Bereich der Unternehmens- und Marketingkommunikation, des Kundenbeziehungsmanagements sowie der Produktentwicklung und -innovation
- Geschäftsführerinnen und -führer von KMU sowie Abteilungsleiterinnen und -leiter grösserer Unternehmen
- Personen, die zu Digital-Marketing-Expertinnen und -Experten werden möchten

# Aufbau und Inhalt

## Wir übersetzen Theorie in Ihre Praxis

Die theoretischen Grundlagen veranschaulichen Expertinnen und Experten mit Beispielen aus der Praxis sowie Fallstudien. Für einen nachhaltigen Lerneffekt.

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>Digitales Marketing Management</b>	<b>Unternehmensführung in der digitalen Realität</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Digitale Marketing- und Kommunikationsstrategie</li><li>– Social-Media-Strategie und -Plattformen</li><li>– Content Marketing</li><li>– Suchmaschinenoptimierung und -werbung (SEO/SEA)</li><li>– E-Mail-Marketing</li><li>– Marketingautomation</li><li>– Gamification</li></ul> <p>Das Modul wird mit einer schriftlichen Prüfung abgeschlossen.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>– E-Commerce / Social Commerce</li><li>– Social CRM</li><li>– Change Management und Empowerment der Mitarbeitenden</li><li>– Recht und Datenschutz</li><li>– Analytics im digitalen Marketing</li><li>– Community Management</li><li>– Mobile Marketing</li></ul> <p>Das Modul wird mit einer Konzeptarbeit inkl. Präsentation der Ergebnisse abgeschlossen.</p>

Die Inhalte des Lehrgangs werden in zwei Modulen zu je 60 Präsenzlektionen à 45 Minuten vermittelt. Der Anteil der Präsenzlektionen am gesamten Studium beträgt rund 40 Prozent. Der gesamte Lehrgang umfasst 12 ECTS-Punkte, wobei pro Modul 6 ECTS-Punkte vergeben werden.

### METHODIK

- Referate und Lehrgespräche
- Diskussionen und Workshops
- Bearbeitung von Case Studies und Analyse von Best Practices
- Einzel- und Gruppenarbeiten

### DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktikerinnen und Praktiker sowie Digital-Marketing-Strateginnen und -Strategen mit didaktischem Flair
- Gastreferentinnen und -referenten aus Unternehmen, die Einblick in die betriebliche Realität bieten

Die Liste der Dozierenden ist auf der Lehrgangs-Website zu finden unter: >>> [www.zhaw.ch/imm/casdigmkt](http://www.zhaw.ch/imm/casdigmkt)

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Michael Klaas**  
Leiter der Fachstelle Digital Marketing



**Anna Rozumowski**  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Fachstelle Digital Marketing

## STUDIENLEITUNG

**Michael Klaas**, Dr. rer. pol.  
Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 66 07  
[michael.klaas@zhaw.ch](mailto:michael.klaas@zhaw.ch)

## STV. STUDIENLEITUNG

**Anna Rozumowski**  
Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 42 39  
[anna.rozumowski@zhaw.ch](mailto:anna.rozumowski@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](mailto:info-weiterbildung.sml@zhaw.ch)

## Institut für Marketing Management (IMM)

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen.

Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Strategic Customer Relationship Management, Product Management, Behavioral Marketing, Service Lab, Communication & Branding und Digital Marketing.

Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem CAS Digital Marketing bietet das IMM noch weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> [www.zhaw.ch/imm](http://www.zhaw.ch/imm)

# Organisatorisches

## Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

### AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung.

### ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

>>> [www.zhaw.ch/imm/casdigmkt](http://www.zhaw.ch/imm/casdigmkt)

### TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 24 Personen beschränkt.

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> [www.zhaw.ch/imm/casdigmkt](http://www.zhaw.ch/imm/casdigmkt)

### ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies ca. 300 Stunden.

### LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis ist als schriftliche Prüfung in Modul 1 und als Konzeptarbeit in Modul 2 zu erbringen.

### 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](http://www.zhaw.ch/sml/campus)

### DAUER

Der Lehrgang umfasst ca. 16 Unterrichtstage und wird über einen Zeitraum von 4 Monaten berufsbegleitend absolviert.

### UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch in Englisch stattfinden. Die Kursunterlagen sind in Deutsch oder Englisch verfasst.

### ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflicht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Digital Marketing».

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

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

>>> [www.zhaw.ch/sml/atb-wb](http://www.zhaw.ch/sml/atb-wb)

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

## School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2  
Postfach  
8401 Winterthur  
Schweiz

[www.zhaw.ch/sml](http://www.zhaw.ch/sml)



**swissuniversities**