

CAS in Markenmanagement und Kommunikation

Überblick

Certificate of Advanced Studies verleiht durch die
Universität Bern

18 ECTS

Dauer: 8 Monate

Sprache: Deutsch

Kosten: 11'800 CHF

Kontakt

Engehaldenstrasse 4, 3012 Bern

info@imu-weiterbildung.ch

031 684 45 41

www.unibe.mba

LinkedIn: [@Universität Bern Weiterbildung in Marke-
ting & Management](#)

Instagram: [@imu.m_unibe](#)

Der CAS-Lehrgang in Markenmanagement und Kommunikation bietet eine umfassende Ausbildung zur strategischen Führung und modernen Kommunikation von Marken. Teilnehmende lernen, wie Marken als Identifikationssymbole gestaltet und effektiv im Markt positioniert werden. Durch theoretische Grundlagen und praktische Übungen entwickeln sie Fähigkeiten zur Implementierung und Anpassung von Markenstrategien. Expert:innen aus der Praxis und Wissenschaft leiten die Teilnehmenden an, das Markenerlebnis zielgruppengerecht zu gestalten. Der Kurs vermittelt die notwendigen Kompetenzen, um Marken langfristig erfolgreich zu managen und als Unternehmenswert zu steigern.

Studienleitung



Dr. Lucia Malär lehrt und forscht an der Universität Bern. Ihre Schwerpunkte liegen bei den Themen Marke, Kommunikation und Konsumentenverhalten, wobei sie regelmässig wissenschaftliche Artikel in renommierten Fachzeitschriften publiziert oder ihr Wissen als Speakerin weitergibt.

Alex Herrmann ist Managing Director Branding und Senior Partner der Wirz Group. Er verfügt über langjährige internationale Erfahrung auf Beratungs- und Agenturseite. Durch seine tägliche Arbeit in der Praxis bringt er eine praxisorientierte Sichtweise und sein Netzwerk in den Lehrgang rein.



Modulübersicht

Unsere Partner:innen

Modul 1: Grundlagen der Markenführung und Kommunikation

Teilnehmende erlernen die essentiellen Aspekte der Markenführung, vergleichen verschiedene Markenführungsansätze und reflektieren diese kritisch. Dies schafft ein gemeinsames Verständnis von Marken und deren strategischer Kommunikation.

Modul 2: Märkte, Menschen und Marken verstehen

Dieses Modul fokussiert auf das tiefe Verständnis von Märkten und Zielgruppen. Es werden Methoden der Markenanalyse und Erkenntnisse der Konsumpsychologie vorgestellt, um starke Markenbeziehungen aufzubauen.

Modul 3: Marken strategisch entwickeln

Die Teilnehmenden definieren Markenstrategien und identifizieren passende Markenarchitekturen und Positionierungen. Sie lernen, Marken als Orientierungspunkt für Mitarbeitende und Märkte zu etablieren und langfristig auszurichten.

Modul 4: Marken im digitalen Zeitalter richtig führen

In diesem Modul geht es darum, Markenpositionierungen über diverse Touchpoints hinweg erlebbar zu machen, insbesondere in den sozialen Medien. Community Management und Influencer Marketing sind zentrale Themen.

Modul 5: Marken und Kommunikation mit KI navigieren

Teilnehmende entdecken, wie Künstliche Intelligenz die Markenführung und -kommunikation transformiert. Es wird aufgezeigt, wie Künstliche Intelligenz (KI) in der Analyse, Planung und Umsetzung von Markenstrategien unterstützt.

Modul 6: Kommunikation

Dieses Modul behandelt effektive Kommunikationsstrategien zur Pflege der Öffentlichkeitsbeziehungen, Krisenkommunikation und interne Kommunikation, um auch in herausfordernden Zeiten die Markenintegrität zu wahren.

Modul 7: Marken nach innen führen

Die Teilnehmenden lernen, wie man eine Marke erfolgreich im Unternehmen verankert und Mitarbeitende zu Markenbotschafter:innen macht. Employer Branding und dessen Einfluss auf den Arbeitsmarkt sind weitere zentrale Themen des Moduls.

Modul 8: Marken bewerten, messen und schützen

Das Modul schliesst den Lehrgang mit Methoden zur Messung und Bewertung der Markenperformance ab. Teilnehmende lernen auch, wie sie Markenrechte schützen und den finanziellen Wert einer Marke steigern können.

Unsere Partner:innen

valiant



**ausbildung-
weiterbildung.ch**
Das Schweizer Bildungsportal