

CAS

Markenmanagement und Kommunikation

Überblick

Abschluss:	Certificate of Advanced Studies der Universität Bern
Umfang:	18 ECTS
Dauer:	8 Lehrgangsmodule à 3 Tage ca. 9 Monate
Ort:	Bern
Sprache:	Deutsch
Kosten:	CHF 11'800.-

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.



Inhaltsübersicht

CAS Markenmanagement und Kommunikation

Der CAS-Lehrgang in Markenmanagement und Kommunikation bietet dir einen umfassenden Lehrgang zur strategischen Führung und modernen Kommunikation von Marken. Du lernst, wie Marken als Identifikationssymbole gestaltet und effektiv im Markt positioniert werden. Durch theoretische Grundlagen und praktische Übungen entwickelst du Fähigkeiten zur Implementierung und Anpassung von Markenstrategien. Expert:innen aus der Praxis und Wissenschaft leiten dich an, das Markenerlebnis zielgruppengerecht zu gestalten. Der Kurs vermittelt die notwendigen Kompetenzen, um Marken langfristig erfolgreich zu managen und als Unternehmenswert zu steigern

Modul 1: Grundlagen der Markenführung und Kommunikation

Du erlernst die essenziellen Aspekte der Markenführung, vergleichst verschiedene Markenführungsansätze und reflektierst diese kritisch. Dies schafft ein gemeinsames Verständnis von Marken und deren strategischer Kommunikation.

Modul 3: Marken strategisch entwickeln

Definiere Markenstrategien und identifiziere passende Markenarchitekturen und Positionierungen. Du lernst, Marken als Orientierungspunkt für Mitarbeitende und Märkte zu etablieren und langfristig auszurichten.

Modul 5: Marken und Kommunikation mit KI navigieren

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

Modul 7: Marken wirksam verankern: von innen nach aussen

Marken werden durch Menschen geprägt – intern wie extern. Das Modul zeigt, wie Employer Branding eine klare Arbeitsmarktpositionierung schafft, Mitarbeitende durch Behavioral Branding zu Markenbotschaftern werden und externe Creator im Influencer Marketing eine vergleichbare Rolle übernehmen.

Modul 2: Märkte, Menschen und Marken verstehen

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

Modul 4: Marken im digitalen Zeitalter richtig führen

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

Modul 6: Situationen und Stakeholder managen

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

Modul 8: Marken bewerten, messen und schützen

Das Modul schliesst den Lehrgang mit Methoden zur Messung und Bewertung der Markenperformance ab. Du lernst auch, wie du Markenrechte schützt und den finanziellen Wert einer Marke steigern kannst.

