



^b
UNIVERSITÄT
BERN

Certificate of Advanced Studies

Onlinemarketing und Social Media

CAS

Start: 22. August 2024

Der «Certificate of Advanced Studies» (CAS) Lehrgang im Bereich Onlinemarketing und Social Media ist Teil des «Executive MBA in Marketing Management» der Universität Bern.

www.imu-weiterbildung.ch

CAS Onlinemarketing und Social Media

Liebe Interessierte

Die Digitale Transformation hat im Marketing und in der Kommunikation längst Einzug gehalten. So sind die Begriffe Onlinemarketing und Social Media inzwischen allgemein bekannt. Weniger bekannt ist allerdings, wie man die neuen Medien und Technologien zielbezogen einsetzt. Es benötigt in den Unternehmen also Fachleute, Expertinnen und Experten. Sie sollen das neue Marketing realisieren. Diese Fachkräfte sind gefragt und der Markt ist entsprechend ausgetrocknet. Der CAS-Lehrgang Onlinemarketing und Social Media befähigt die Studierenden, ein modernes und digitales Marketing zu realisieren und verhilft damit den Unternehmen und Organisationen zur dringend benötigten Expertise. In acht Lehrgangsmodulen vermitteln wir das Handwerk im Onlinemarketing.



Prof. Dr. Harley Krohmer
Direktor des IMU
Universität Bern



Dr. Caroline Kähr Serra
Leitung der Weiterbildung
IMU Marketing EMBA
Universität Bern

Modul 1 und 2

Onlinemarketing Strategie

22. bis 24. August 2024

Dieses Modul stellt die Lehrgangsmodule, das Berner Onlinemarketing Modell sowie Entwicklungen und Trends im Onlinemarketing und in den Social Media vor. Anschliessend dreht sich alles um die Erarbeitung einer geeigneten Online Marketing Strategie und deren Verzahnung mit der Strategie und den Werten eines Unternehmens.

Zentrale Lerninhalte

- Überblick über den Lehrgang und die Organisation
- Das Berner Onlinemarketing Modell und die Digitale Transformation im Marketing
- Strategien, Business Model und Value Proposition
- Entwicklung einer Online Marketing Strategie

Moderation:
Dr. Olivier Blattmann
(Internetagentur equal AG)

Website Konzeption, CXM und E-Mail-Marketing

19. bis 21. September 2024

Das Modul dreht sich um die Themen Customer Experience Management (CMX), Website-Konzeption und E-Mail-Marketing. Dabei kommen verschiedene technische und theoretische Grundlagen und Methoden vor, wie User Centered Design, Lean Startup oder Personae. Touchpoint Management, zielführende Website-Konzeption und CMS sind weitere beispielhafte Themen.

Zentrale Lerninhalte

- User Centered Design und Lean Startup
- Personae und Customer Journey
- Website-Konzeption, Mockups und CMS
- E-Mail-Marketing und Marketing Automation

Moderation:
Amadeus Petrig
(Migros Genossenschafts Bund)

Modul 3 und 4

Modul 5 und 6

Social Media Marketing und Online Marketing Recht

24. bis 26. Oktober 2024

Dieses Modul vermittelt, wie Social Media das Marketing verändert hat. Schritt für Schritt wird aufgezeigt, wie eine Social Media Strategie mit passender Organisationsstruktur erarbeitet wird. Mit Fallstudien und Übungen wird das theoretische Wissen in die Praxis transferiert und gleichzeitig demonstriert, wie vielseitig Social Media Marketing heute eingesetzt werden kann.

Zentrale Lerninhalte

- Die Vielseitigkeit des Einsatzes von Social Media im B2C/ B2B Marketing
- Erarbeitung einer Social Media Strategie mit passenden Organisationsstrukturen
- Influencer Marketing, Word-of-Mouth und Content Strategie
- Social Media Monitoring, Metriken und KPIs

Moderation:
Prof. Dr. Hanna Krasnova
(Universität Potsdam)

Content Marketing und Community Management

21. bis 23. November 2024

Dieses Modul zeigt hands-on auf, was es braucht, um digitale Kommunikation in Unternehmen heute erfolgreich einzusetzen. Anwendungsfälle und Best Practices helfen dabei zu verstehen, wie Content Marketing, Storytelling und Community Management wirklich funktionieren und welche Stolperfallen es zu vermeiden gilt.

Zentrale Lerninhalte

- Content Marketing: Wie man Nutzer wirklich ins Zentrum stellt
- Storytelling zur Verankerung von Markenerlebnissen beim Kunden
- Der Umgang mit Social Media Krisen und Markensabotage
- Der Auf- und Ausbau einer Community

Moderation:
Markus Maurer
(VUI.agency)

Onlinemarketing Kampagnen

09. bis 11. Januar 2025

In diesem Modul geht es um die Planung und Durchführung von zielführenden und integrierten Online Kampagnen. Der Schwerpunkt liegt auf den dominierenden Instrumenten im Bereich Paid Media, d.h. Programmatic Advertising sowie Facebook und Instagram Advertising. Dabei wird auch das (Schweizer) Digital Advertising Ökosystem betrachtet.

Zentrale Lerninhalte

- Strategie, Kreation und Planung einer integrierten Kampagne
- Digitale Werbepräsenz, Medienplanung und Zusammenarbeit mit Agenturen
- Facebook und Instagram Kampagnen planen, umsetzen und analysieren
- Digital / Data-Driven-Advertising Ökosystem

Moderation:
Adrian Zumbühl
(Hutter Consult AG)

Suchmaschinenwerbung

13. bis 15. Februar 2025

In diesem Modul dreht sich alles um Suchmaschinenwerbung, Google Ads und YouTube Ads. Nach den theoretischen Grundlagen folgt ein ausgedehnter Praxis-Teil mit mehreren interaktiven Beispielen und Übungen. Darüber hinaus wird auch auf die erweiterten Möglichkeiten der Kampagnenautomatisierung, Optimierung sowie YouTube-Advertising eingegangen.

Zentrale Lerninhalte

- Suchmaschinenwerbung verstehen und Kampagnen durchführen
- Die Google Ads Zertifizierung vorbereiten
- Kampagnenautomatisierung und Optimierung mit der Google Marketing Platform
- Grundlagen und Best Practices im YouTube Advertising

Moderation:
Adrian Aellig
(iqual GmbH)

Modul 7 und 8

Wichtige Infos

Suchmaschinenoptimierung und E-Mail-Marketing

13. bis 15. März 2025

In diesem Modul geht es hauptsächlich um das relevanteste Onlinemarketing Instrument im Bereich Owned Media: Suchmaschinenoptimierung. Die richtige Nutzung ist für eine erfolgreiche Umsetzung zentral. Weiter erfahren Sie, warum E-Mail-Marketing in einem Online-Marketing-Mix nach wie vor unverzichtbar ist und wie Sie dieses Instrument für sich nutzen.

Zentrale Lerninhalte

- Hintergrund, Funktionsweise und Nutzen der Suchmaschinenoptimierung
- Eine redaktionell «perfekte» Seite
- Professioneller Umgang mit Backlinks
- Einführung ins E-Mail-Marketing

Moderation:
Dr. Olivier Blattmann
(igual GmbH)

Verbesserungspotenziale erkennen und umsetzen

03. bis 05. April 2025

Dieses Modul vermittelt die Grundlagen zur quantitativen und qualitativen Analyse und Optimierung der eigenen Webpräsenz und der Onlinemarketing Aktivitäten. Systematische Optimierungsprozesse, Best Practice, Fallbeispiele und die praktische Arbeit mit Google Analytics unterstützen den Transfer des Wissens in die Praxis.

Zentrale Lerninhalte

- Einführung in Web Analytics, Metriken und KPI
- Instrumente und Funktionsweise von Analytics-Tools (bspw. Google Analytics)
- Usability, UX und Konsumentenverhalten
- Hypothesengenerierung und Testing

Moderation:
Prof. Dr. Tobias Aubele
(FH Würzburg-Schweinfurt)

Zielpublikum: Personen, die in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf, Beratung und Verwaltung tätig sind. Bereiten Sie sich jetzt auf die anstehenden Aufgaben vor und erlernen die entsprechenden Kompetenzen.

Organisatorisches:

- 8 Module à 3 Tage (Donnerstag 08:30 Uhr bis Samstag 15:00 Uhr)
- Start: 22. August 2024; Letztes Modul: 03. April 2025
- Unterrichtsort: mehrheitlich an der Engehaldenstrasse 8
- Kosten: CHF 11'800.- (inkl. Unterricht, Unterlagen, Prüfung und Zertifikat)

Zulassung:

- In der Regel werden ein Hochschulabschluss (Fachhochschule, Universität oder ETH) sowie Berufserfahrung von mindestens 3 Jahren vorausgesetzt.
- Personen ohne Hochschulabschluss können von der Programmleitung «sur dossier» zugelassen werden, gegebenenfalls mit Auflagen.
- Interessierte an einzelnen Modulen können zugelassen werden, sofern freie Plätze vorhanden sind.

Anmeldung: mit dem Anmeldeformular unter www.imu-weiterbildung.ch

Studienleitung CAS Onlinemarketing und Social Media:



Dr. Olivier Blattmann
Internetagentur igual AG

Weitere Informationen: Monatliche Infoveranstaltungen im Hauptgebäude der Universität Bern. Anmeldung: www.imu-weiterbildung.ch

Gerne beantwortet die Studienleitung offene Fragen oder stellt sich für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung:
Dr. Caroline Kähr Serra | Leitung Weiterbildung IMU Marketing EMBA | info@imu-weiterbildung.ch | 031 684 45 76

EMBA Marketing Management

- CAS Marketingmanagement und Verkauf
- CAS Onlinemarketing und Social Media
- CAS Markenmanagement und Kommunikation
- CAS Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre
- CAS Digitale Transformation
- CAS Tourismus und Digitalisierung

Jeder dieser CAS-Lehrgänge wird mit **18 ECTS-Punkten** bewertet. Für den Mastertitel «**Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern**» sind mindestens 60 ECTS-Punkte notwendig. Davon müssen 9 ECTS-Punkte zwingend in Form einer schriftlichen **Masterarbeit** erworben werden.

Der **CAS-Lehrgang «Onlinemarketing und Social Media»** der Universität Bern stellt eine in sich abgeschlossene Weiterbildung dar. Das offizielle Zertifikat wird vergeben, wenn die Zwischen- und Schlussprüfung bestanden sowie die modulübergreifende CAS-Arbeit – begleitet durch Experten – erfolgreich abgeschlossen wurden.

Weiterbildungspartner

valiant

MADE IN BERN

Universität Bern
Institut für Marketing und Unternehmensführung
Engehaldenstrasse 4
3012 Bern

Telefon +41 31 684 45 41
info@imu-weiterbildung.ch

www.imu-weiterbildung.ch