



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

ZENTRUM
FÜR WEITERBILDUNG

MARKETING MANAGEMENT

EINFÜHRUNG, STRATEGIEN, KONSUMENTENVERHALTEN

Die berufsbegleitende Weiterbildung vermittelt die wichtigsten Grundlagen des Marketings. Dabei dient der Managementprozess als Ablaufplan für relevante Themen und Entscheidungen und organisiert das Zusammenspiel von Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution mittels verschiedener Marketingstrategien. Anhand vieler Fallbeispiele wird dieses Gerüst mit den Marketinginstrumenten bestückt, die bestmöglich zur jeweiligen Unternehmens- und Marktsituation passen.

Die Weiterbildung vermittelt Grundlagen der Marktforschung und digitalem, datenbasiertem Marketing. Sie fokussiert wie

KI im Marketing eingesetzt werden kann, um strategische Wettbewerbsvorteile zu erzielen und Angebots- und Verkaufsprozesse zu optimieren. Darüber hinaus wird diskutiert, wie psychologische Effekte das Konsumentenverhalten beeinflussen und genutzt werden können.

Mittels Fallstudien erhalten die Teilnehmenden zahlreiche Anregungen für Marketinginstrumente, die zu ihrer individuellen Unternehmens- und Marktsituation passen. Ein paralleles Planspiel vertieft die gelernten Konzepte, damit die neuen Kompetenzen direkt im beruflichen Alltag angewendet werden können.

WARUM DIESE WEITERBILDUNG?

Lernziele

Die Weiterbildung führt an 3 Wochenenden umfassend in das Marketing-Management ein: von der Strategie über die Planung bis zur Umsetzung. Die Teilnehmenden haben gelernt, wie Marktforschung, psychologische Erkenntnisse und KI genutzt und eine erfolgreiche Kommunikation für Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden. Sie können fundiert

bei Entscheidungen mitreden, Strategien entwickeln und das Gelernte effizient in ihrer Organisation anwenden.

Zielgruppe

Berufstätige und Hochschulabsolvent:innen, die im Bereich Marketing tätig sind oder es künftig sein möchten; Selbständige, die ihre Produkte und Dienstleistungen vermarkten wollen

STUDIENORGANISATION

Teilnahmevoraussetzungen

Abgeschlossene Berufs- oder Hochschulausbildung, mindestens ein Jahr Berufserfahrung

Abschluss und Zertifikat

Universitätszertifikat, 3 ECTS

Umfang und Dauer

3 Wochenendseminare und 1 Online-Abend, Zeitaufwand: 75 Stunden in ca. 4 Monaten

Weitere Infos

www.zfw.uni-hamburg.de/marketing

Kontakt und Beratung

Dr. Michaela Tzankoff

Tel.: +49 40 2395-29715

marketing.zfw@uni-hamburg.de



STUDIENINHALTE

Grundlagen des Marketings

Einführende Begriffsklärungen: Instrumente, Marketing-Mix, Einstellung, Differenzierung und Materialisierung; Typisierung von Marketingfeldern (Konsumgüter-, Dienstleistungs- und Handelsmarketing); Produkt-, Preis-, Kommunikations-, Vertriebs- und Personalpolitik; Gestaltung von Markenlogo und Corporate Identity; Prozess der Werbewirkung von der Aktivierung über Emotion und Motivation bis hin zur Einstellung; Verwendung von KI im Marketing, Beispiele

Managementprozess und Strategien

Ausarbeitung eines individualisierbaren Ablaufplans zur Implementierung des Marketings in einer organisatorischen Einheit; Etablierte Methoden zur Situations- und Marktanalyse (z.B. SWOT, Positionierung-, Lebenszyklus- und Portfolioanalyse und GINI-Koeffizienten); Strategien zum Marktfeld (Ansoff-Matrix) und Verhalten gegenüber Marktteilnehmern, sowie zu Wettbewerbsvorteilen und Instrumenten; strategische Wettbewerbsvorteile durch KI

Marktforschung

Planung und Ablauf eines Marktforschungsprojektes; Design und Durchführung von Online- und Offline-Experimenten zur Wirksamkeitsmessung von Marketinginstrumenten; Grundlagen der Datenanalyse und Ergebnispräsentation; Aufbau und Funktionsweisen von neuronalen Netzwerken und KI-Modellen

Konsumentenverhalten

Optimierung von Marketinginstrumenten durch gezielte Nutzung von verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnissen; irrationale Entscheidungen und Kontexteffekte in Verkaufs- und Verhandlungssituationen

Operatives Marketing

Verknüpfung aller behandelten Inhalte mittels Fallstudien und Einblicke in Marketingentscheidungen relevanter Akteure in verschiedenen Märkten; Digitales Marketing: Onlineauftritte und -kampagnen, datenbasiertes Marketing; KI-Modelle zur Optimierung von Angebots- und Verkaufsprozessen; Vorbereitung der Präsentationen

IHRE VORTEILE BEI UNS

Das Zentrum für Weiterbildung (ZFW) ist die zentrale Einrichtung der Universität Hamburg für berufliche Weiterbildung und lebenslanges Lernen. Das ZFW entwickelt Weiterbildungsangebote in Zusammenarbeit mit den Fakultäten und Fachbe-

reichen. Die Universität Hamburg wurde 2019 mit dem Status Exzellenzuniversität ausgezeichnet. Diesen hohen Anspruch verfolgen wir auch in der Weiterbildung, mit exzellenter Lehre und anerkannten Universitätsabschlüssen.



Wissenschaftliche Programmleitung

Unsere berufsbegleitenden Master und Zertifikatsprogramme werden von einer professoralen Programmleitung wissenschaftlich verantwortet. Die Lehrenden selbst sind Professor:innen und Dozent:innen aus verschiedenen Universitäten sowie erfahrene Expert:innen aus der beruflichen Praxis.



Professionelle Seminarorganisation

Der Zertifikatskurs beinhaltet einen didaktisch und inhaltlich passenden Mix aus Präsenzunterricht und Online- und Selbststudium. Wir bieten eine langfristige Planungssicherheit für die Seminartermine. Um alle organisatorischen Anforderungen kümmern wir uns mit langjähriger Erfahrung.



Aktuelle Lehrinhalte

In die Lehrinhalte fließen neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und Forschungsergebnisse fortlaufend ein, ebenso wie Praxis-Know-how aus dem beruflichen Alltag. So garantieren wir eine hohe Relevanz und einen erfolgreichen Transfer in Ihre Berufspraxis.



Anerkannter Abschluss einer Exzellenzuniversität

Nach erfolgreichem Abschluss erhalten Sie ein Universitätszertifikat der Universität Hamburg. Eine absolute Bereicherung für Ihre Bewerbungsunterlagen!