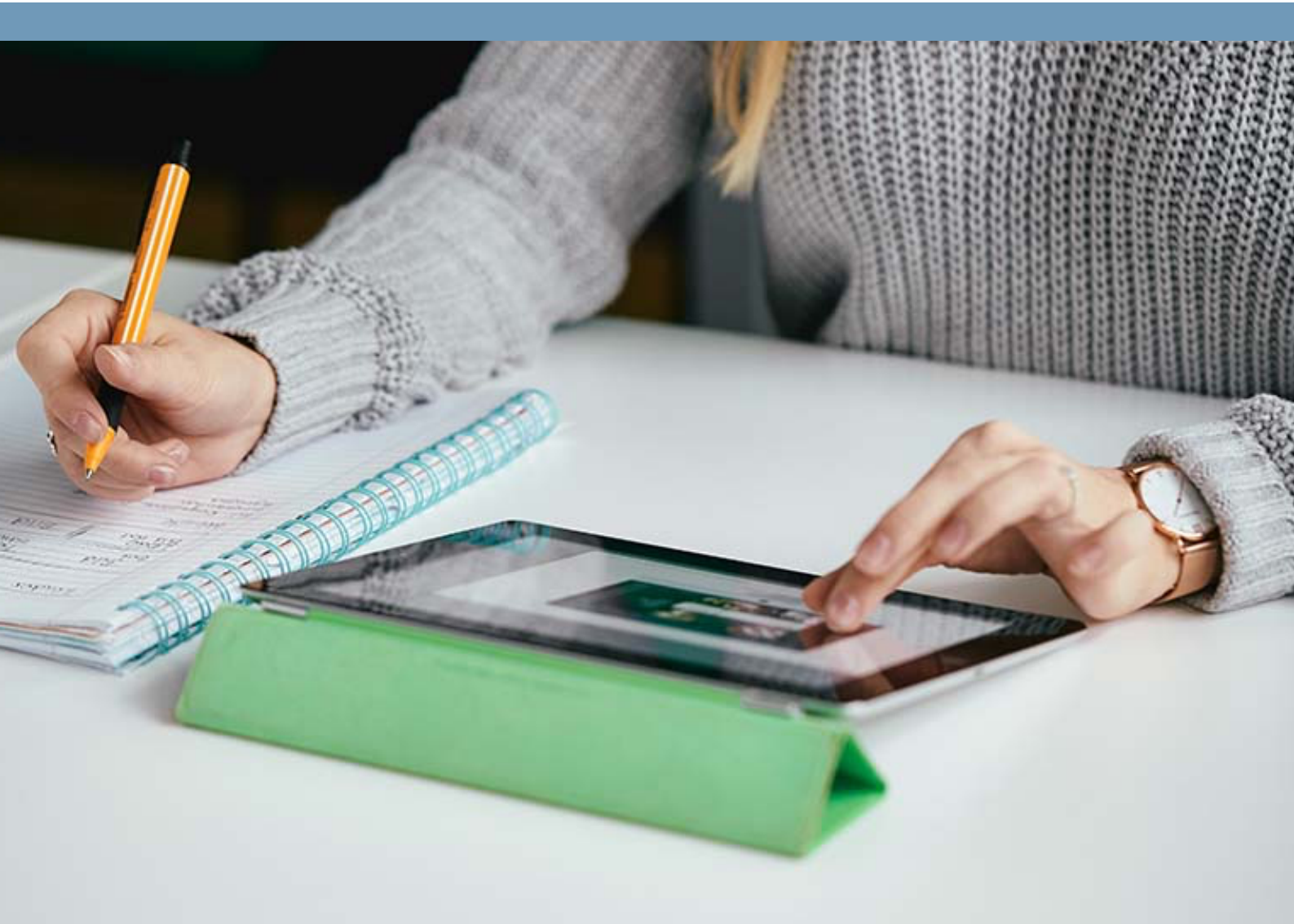


Detaillierte Modulbeschreibung zum Hochschulzertifikat Internationales Marketing & Brand Management



1 Aufbau des Hochschulzertifikats Internationales Marketing & Brand Management

Die Hochschulzertifikate der Brand University of Applied Sciences bieten innovative Weiterbildungsprogramme zu aktuellen Themen und vermitteln Dir das nötige praktische Rüstzeug für eine Karriere in der Welt des digitalen Marketings und der Markenbildung.

Besonders an diesem Hochschulzertifikat ist die hohe Flexibilität der Absolvierung. Der Studienstart ist jederzeit möglich und das Hochschulzertifikat wird gänzlich online absolviert. Verbindliche Termine für Abgaben oder Klausuren gibt es nicht. Zudem können sämtliche Prüfungsleistungen online absolviert werden. Die Dauer des Hochschulzertifikats ist auf 1 Monat ausgelegt, kann jedoch flexibel und kostenfrei auf bis zu 4 Monate verlängert werden. Während des Hochschulzertifikats erhältst Du eine umfassende persönliche Betreuung und profitierst von einer 24-Stunden-Antwortgarantie.

Der Ablauf des Hochschulzertifikats gestaltet sich sequenziell. Das Hochschulzertifikat besteht aus 2 Lehrveranstaltungen (LV), die nacheinander absolviert werden und jeweils mit einer Onlineklausur im Multiple-Choice-Format abschließen. Onlineklausuren können jederzeit und ohne Vorankündigung direkt auf der Lernplattform absolviert werden. Nach einem positiven Antritt erhalten Teilnehmende automatisch Zugriff auf die darauffolgende LV. Nach Abschluss aller LVs erhalten Teilnehmende Zugriff auf die Aufgabenstellung der vertiefenden Hausarbeit im Ausmaß von ungefähr 5 – 8 Seiten. Insgesamt erhältst Du vollwertige 6 ECTS-Punkte für dieses Hochschulzertifikat.

Modulname	Leistungsnachweis
Internationales Marketing	Multiple-Choice-Klausur
Internationale Markenführung	Multiple-Choice-Klausur
Vertiefende Hausarbeit	Schriftliche Arbeit mit Praxisfokus

6 ECTS
(150 Stunden)

2 Lernergebnisse

Die Studierenden haben:

- ✓ Kenntnisse über den Begriff sowie Ziele und Anforderungen des internationalen Marketings,
- ✓ Einblicke in die Ziele, Konzepte und Maßnahmen im Rahmen des internationalen Marketings,
- ✓ Kenntnisse über die Chancen und Herausforderungen von Auslandsmärkten,
- ✓ einen Überblick über den gegenwärtigen Forschungsstand zur Beschreibung und Charakterisierung interkultureller Unterschiede,
- ✓ ein grundlegendes Verständnis für kulturelle Unterschiede und deren Relevanz im interkulturellen Marketing,
- ✓ Kenntnisse über die Herausforderungen, Ziele und Strategien der internationalen Markenführung,
- ✓ Kenntnisse über unterschiedliche Internationalisierungsstrategien und deren Instrumente,
- ✓ Kenntnisse über Chancen und Risiken auf internationalen Absatzmärkten,
- ✓ einen Einblick in die Auswahl geeigneter Auslandsmärkte,
- ✓ Kenntnisse über verschiedene Arten und Formen des internationalen Markteintritts,
- ✓ die denkbaren Organisationsformen des betrieblichen Marketings sowie deren Vor- und Nachteile für ein international tätiges Unternehmen verstanden.

3 Lehrinhalte und Beurteilung

Lehrinhalte

- ✓ Einordnung des Begriffs „Internationales Marketing“ sowie dessen Ziele und Anforderungen
- ✓ Ursache, Folgen, Motive der Internationalisierung
- ✓ Chancen & Risiken von Auslandsaktivitäten und internationalen Märkten
- ✓ Timing des Markteintritts im Ausland
- ✓ Ziele, Konzepte und Maßnahmen des internationalen Marketings
- ✓ Ziele, Strategien und Instrumente der internationalen Markenführung
- ✓ Internationale Wettbewerbsfähigkeit
- ✓ Internationale Marktforschung und Konsumentenverhalten im globalen Kontext
- ✓ Unterschiedliche Herausforderungen der internationalen Marketingstrategie im Bereich B2B vs. B2C
- ✓ Kulturelle Unterschiede im internationalen Marketing
- ✓ Bedeutung von Marken und Branding im internationalen Kontext
- ✓ Instrumente der Internationalisierungsstrategien
- ✓ Organisationsformen internationaler Marketingabteilungen
- ✓ Auswahl von Arten und Formen der Internationalisierung (Export, Lizenz, Franchising, Joint Venture)
- ✓ Marketing-Mix im internationalen Kontext

Beurteilung

- ✓ Onlineklausur und vertiefende Hausarbeit