

# Die Wahlpflichtmodule

## Nutzen Sie die Vertiefungsmöglichkeiten

Spezialisieren Sie sich und wählen Sie im zweiten und dritten Semester jeweils drei Wahlpflichtmodule aus.

### DIGITAL MARKETING & ONLINE PR

Im Modul lernen Sie, wie eine digitale Marketingstrategie entwickelt und in das Marketing integriert wird. Themen wie Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenanzeigen (SEA), Artificial Intelligence und Marketing Automation werden im Modul vertieft behandelt. Darauf aufbauend werden Sie in der Lage sein, die strategischen Implikationen für das Marketing abzuleiten und die erlernten Inhalte in Unternehmen umzusetzen. Der Moduleil des Online Public Relations geht zusätzlich auf die kommunikativen Aspekte im Bereich Online ein. Bei Online Public Relations geht es um Kommunikationsstrategien und PR-Aktivitäten in Unternehmen durch und über Onlinekanäle.

### MOBILE MARKETING & ONLINE ADVERTISING

In diesem Modul setzen Sie sich vertieft mit verschiedenen Instrumenten des Digital Marketing und Advertising auseinander. Dazu gehören Social Media Marketing (z.B. Facebook/Instagram, Twitter und LinkedIn Ads), Display Advertising, Newsletter Marketing, Retargeting, Native Advertising, Location-based Marketing, Video Marketing, Mobile Marketing und Influencer Marketing. Innovative Ansätze wie Augmented und Virtual Reality Marketing werden ebenso behandelt wie Real-time und Event-Triggered Marketing. Im (Mobile) Marketing Analytics lernen Sie die Analyseinstrumente des Digital Analytics kennen, um die Kampagnen und Massnahmen mittels Key Performance Indicators (KPIs) zielgerichtet auf ihren Erfolg hin auszuwerten und zu optimieren.

## ÜBERSICHT ÜBER DIE WAHLPFLICHTMODULE<sup>1</sup> (STUDIUM IN 4 SEMESTERN<sup>2</sup>)

2. Semester	<b>Digital Marketing &amp; Online PR</b> 3 ECTS-Credits	<b>Mobile Marketing &amp; Online Advertising</b> 3 ECTS-Credits	<b>Service Excellence &amp; Agile Marketing</b> 3 ECTS-Credits	<b>Business Development &amp; Sales Management</b> 3 ECTS-Credits
	<b>Design Thinking</b> 3 ECTS-Credits	<b>Consumer Behavior – aktuelle Trends</b> 3 ECTS-Credits		
3. Semester	<b>E-Commerce</b> 3 ECTS-Credits	<b>Digital Marketing for Product Launches or Start-Ups</b> 3 ECTS-Credits	<b>Content Marketing</b> 3 ECTS-Credits	<b>Marketing Technology</b> 3 ECTS-Credits
	<b>Study Trip</b> 3 ECTS-Credits	<b>Automatisierung &amp; KI im Marketing</b> 3 ECTS-Credits	<b>Summer School an einer Partnerhochschule<sup>3</sup></b> 3 ECTS-Credits	

<sup>1</sup> Restriktionen in der Modulkombination sind möglich. <sup>2</sup> Wenn das Studium in sechs Semestern absolviert wird, finden die Wahlpflichtmodule im vierten und fünften Semester statt.

<sup>3</sup> Durch die Teilnahme an einer Summer School kann ein Wahlpflichtmodul dispensiert werden.

## **SERVICE EXCELLENCE & AGILE MARKETING**

Die Digitalisierung hat für das Marketing unter anderem zwei Konsequenzen: Service wird noch wichtiger, um Kundennutzen zu generieren und eine Differenzierung vom Wettbewerb zu erreichen, und das Marketing muss agiler werden. Das Modul vermittelt, wie Unternehmen in verschiedenen Branchen Service Excellence – sowohl in persönlichen als auch in digitalen Interaktionen – erreichen können und wie Marketing durch kulturelle, organisatorische und prozessuale Veränderungen agiler werden kann und zudem zur Agilität des gesamten Unternehmens beitragen kann.

---

## **BUSINESS DEVELOPMENT & SALES MANAGEMENT**

Neue Marktsegmente erfolgreich zu erschliessen ist eine der grössten Herausforderungen im Marketing und Vertrieb. Das Modul soll den Teilnehmenden dafür wichtige Grundkenntnisse und Tools vermitteln. Zu Beginn des Kurses werden verschiedene Strategien zur Bearbeitung neuer Produkt-, Kunden- und Regionalmärkte an konkreten Fallstudien vorgestellt. Im Weiteren werden die Wahl der geeigneten Business Development und Vertriebsorganisation, Grundlagen des Projektmanagements, Sales Compensation Plans, Durchführung von Vertriebsgesprächen (SPIN-Selling) sowie die Organisation von Launches behandelt und in Übungen vertieft angewendet.

---

## **DESIGN THINKING**

Design Thinking ist ein iterativer Problemlösungsprozess, bei dem der Kunde und seine Bedürfnisse konsequent in den Mittelpunkt gestellt werden. Rund um die Themenbereiche Digitalisierung und Innovation wird Design Thinking im Unternehmensalltag als Vorgehensweise und Denkhaltung immer wichtiger. In diesem Modul lernen Sie Design Thinking nicht nur theoretisch kennen, sondern erarbeiten im Team eine Lösung in einem praktischen Fallkontext.

## **CONSUMER BEHAVIOR – AKTUELLE TRENDS**

In diesem Modul werden aktuelle Lifestyle-Strömungen und Konsumtrends (z.B. Authenticity, Wellness-as-a-status-symbol, Sustainability etc.) beleuchtet und unter dem Aspekt der Kundensegmentierung analysiert. Die Analyse dieser Konsumtrends erfolgt unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten und im historischen Vergleich. Zudem werden Methoden zur Erkennung und zum Monitoring von Konsumtrends thematisiert. Im Rahmen des Moduls lernen Sie dementsprechend aktuelle Konsumtrends kennen und können diese erfassen, einordnen und kritisch beurteilen. Zudem erfahren Sie, wie sich entsprechende Kundensegmente für das Marketing nutzen lassen und welche Implikationen sich aus diesen Trends für Unternehmen im Allgemeinen ergeben.

---

## **E-COMMERCE**

In diesem Modul lernen Sie verschiedene digitale Geschäftsmodelle kennen, wie zum Beispiel klassische Onlineshops, digitale Marktplätze, Mobile Shopping, Live Shopping, Curated Shopping, Kleinanzeigen-, Vergleichs- und Kundenportale. In einem Schwerpunkt wird vermittelt, wie Sie einen Onlineshop erfolgreich betreiben und weiterentwickeln. Dabei spielt die Darstellung der Produkte, die benutzerfreundliche Gestaltung des Bestell- und Bezahlprozesses sowie die Conversion Optimization eine wesentliche Rolle. Zu den Grundlagen des Digital Business Management gehört zudem die datenbasierte Analyse, Steuerung und Optimierung des gesamten Online-Verkaufsprozesses.

---

## **DIGITAL MARKETING FOR PRODUCT LAUNCHES OR START-UPS**

Neben Time-to-Market und einer passenden Value Proposition für das Zielsegment hängt der Erfolg von Innovationen massgeblich davon ab, wie professionell eine Markteinführung vorangetrieben wurde. Dies gilt grundsätzlich für alle Unternehmen, besonders jedoch für Start-Ups, denn schon der erste Product Launch kann über das Fortbestehen der Gründung entscheiden. In diesem Modul lernen Sie, wie digitale Marketingmassnahmen eingesetzt und abgestimmt werden können, um den Product Launch erfolgreich zu gestalten und bestenfalls einen veritablen «Growth Hack» zu erreichen.

## **CONTENT MARKETING**

Dieses Modul vermittelt einen Einblick in das Content Marketing für Unternehmen und Organisationen, die im B2B oder im B2C Bereich tätig sind. Es zeigt das Content Marketing als wichtigen Teil der Marketingstrategie. Dafür werden die Grundlagen der journalistischen Recherche und des Storytellings vermittelt. Anhand praktischer Beispiele wird das Content Marketing erfahrbar gemacht. Die Analyse von Content Marketing Kampagnen hilft zu erkennen, welche Punkte im erfolgreichen Content Marketing zu berücksichtigen sind. Ausserdem wird die Abgrenzung zur Public Relations Arbeit erklärt.

---

## **MARKETING TECHNOLOGY**

Lernen Sie in diesem Modul, als Chief Marketing Technologist (CMT) das Marketing der Zukunft zu gestalten. Sie erwerben die Schnittstellenkompetenz zwischen Marketing und IT, um die technologischen Herausforderungen in Zukunft strategisch und operativ anzugehen. Sie lernen u.a. Einsatzmöglichkeiten, Anwendungspotenziale und Mehrwerte von Marketingtechnologien zu identifizieren, relevante Technologien und Tools für das Marketing in verschiedenen Disziplinen anzuwenden und Marketingtechnologien in das Unternehmen zu integrieren.

---

## **STUDY TRIP**

Während einer mehrtägigen Reise besuchen Sie attraktive Start-Ups und Unternehmen im In- oder Ausland. Sie erfahren vor Ort, wie Unternehmen die digitale Transformation nutzen, um mit innovativen Produkten und Services neue Geschäftsmodelle zu kreieren. In diesem Modul lernen Sie, wie Sie die Produkt- und Serviceinnovationen der besuchten Unternehmen hinsichtlich ihres wirtschaftlichen Erfolgspotentials einschätzen können. Für dieses Modul fallen zusätzliche Kosten an, die im Vorfeld bekannt gegeben werden.

## **AUTOMATISIERUNG & KI IM MARKETING**

Automatisierung und Künstliche Intelligenz (KI) sollen gerade im Marketing den Unternehmen helfen, die Effizienz zu steigern und gleichzeitig dem Nutzer massgeschneiderte und relevante Informationen zu liefern. In diesem Modul lernen Sie die Relevanz von Daten und deren Potential kennen. Zusätzlich werden in diesem Modul diverse Einsatzpotenziale und Praxisbeispiele vorgestellt.

---

## **SUMMER SCHOOL AN EINER PARTNER-HOCHSCHULE**

Sie haben die Möglichkeit, im Rahmen der Wahlpflichtmodule an einer ausgewählten Summer School unserer Partnerhochschulen teilzunehmen. Summer Schools dauern in der Regel 1 – 6 Wochen und finden während der vorlesungsfreien Zeit statt. Bei Interesse finden Sie im Intranet der ZHAW eine Übersicht der aktuell möglichen Destinationen. Die Auswahl umfasst viele attraktive Angebote in Asien, Europa und Nordamerika, wie etwa die Corvinus Universität in Budapest, die Nanyang Technological University in Singapur oder die UC Berkeley in Kalifornien.