

Digital Brand Management

Lernbereich: Online Marketing Business

Moduldauer: 4 Wochen in Vollzeit, 8 Wochen in Teilzeit

Relevanz: Aufbau einer starken Markenidentität anhand zahlreicher Strategien und Techniken im digitalen Zeitalter.

Zielgruppe:

Dieses Modul richtet sich nicht nur an Quereinsteiger*innen ins Marketing und Menschen, die bereits vorhandene Berufserfahrungen aus vorherigen Abschlüssen im Marketingbereich wieder auffrischen wollen. Vielmehr können sich auch Selbstständige sowie Fach- und Führungskräfte von Wirtschaftsunternehmen, Start-ups oder NGOs weiterbilden.



schneller Kursstart



individuelles Angebot



fachspezifische Tools



praktische Vertiefung



mit Zertifikat

Sofortberatung:

0800 – 376 55 37

Montag – Freitag: 8 – 18 Uhr

Kurzbeschreibung:

Mit dem Modul im Digital Brand Management (Markenaufbau und Brand Management) machst du dich zu einer unverwechselbaren Marke auf dem Arbeitsmarkt. Du lernst, wie du die Bekanntheit einer Marke effizient steigerst und ein

positives Markenimage generierst.

Berufliche Perspektiven:

Die beruflichen Möglichkeiten, die dir mit diesem Modul offenstehen, sind vielfältig – und davon abhängig, in welchem Bereich du dich in Zukunft siehst. Du kannst dein Know-how zum einen als generalistische*r Marketing Manager*in einsetzen. Zum anderen gibt es aber auch spezifischere

Positionen wie beispielsweise als Brand Manager*in. Klar ist: So gut wie jedes Unternehmen hat eine Marketing-Abteilung, in der Profis arbeiten. Aber auch die Arbeit in Werbeagenturen, Start-ups oder NGOs ist denkbar.

Modulinhalte:

Markenverständnis & -positionierung	ganzheitliche Steuerung von Marken, Consumer Insights beim Branding, zeitgemäßes Markenverständnis, erfolgreiche Markenpositionierung, globales Markenversprechen
Brand Planning & Umsetzung	Agenturbriefing und Creative Brief, Markenthemen-Management und Storytelling, Umsetzung einer Markenstrategie, Marketing- und Kommunikationsstrategie, Entwicklung digitaler Strategien
Brand Design & Corporate Branding	Design einer Marke Funktionen einer Unternehmensmarke, Gestaltungsprozess einer Marke, Google und soziale Medien beim Branding, Spannungsfelder bei der Markenführung
Markenkommunikation	Design im digitalen Zeitalter, Markenclaims im digitalen Zeitalter, authentische Bildwelten für Marken, Marken-Dokumentation& Brand Engagement & Planning