



Zertifikatslehrgang Marketing für Immobilienprofis

zum Zert. Marketingfachmann/-frau (BI) im Immobilienmarketing (Fernlehrgang)

Der Zertifikatslehrgang Marketing für Immobilienprofis ist als reiner Fernlehrgang konzipiert und umfasst alle wichtigen Modelle und Konzepte des Marketings.

Der Lehrgang ergänzt Berufserfahrungen und fachspezifische Ausbildungen von Immobilienprofis und vertieft gezielt und praxisbezogen Marketing-Kenntnisse für die Vermarktung von Immobilien.

Der Zertifikatslehrgang ist auf die Bedürfnisse von Teilnehmern zugeschnitten, die ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse gezielt im Marketing vertiefen möchten und kombiniert die theoretischen Grundlagen des Marketings mit einer umfassenden praxisbezogenen Fallstudie.

Studienorganisation

Studienform berufsbegleitendes Fernstudium

Studiendauer 6 Monate

Nach dem Studienbeginn ist der Teilnehmer in seiner zeitlichen Einteilung vollkommen flexibel. Es gibt keine fixen Termine für die Prüfungen oder Fristen die eingehalten werden müssen.

Starttermine 15. Juni & 15. Dezember

Studiengebühren CHF 4.100,-
inkl. Lehrgangsunterlagen und Prüfungsgebühren. Es entstehen keinerlei zusätzliche Kosten.

Abschluss Zertifizierte/r Marketingfachmann/-frau (BI) im Immobilien-Marketing

Anmeldung www.bwl-institut.ch/anmeldung

Zahlungsweisen

1 Rate	CHF 3.690,-
2 Raten à	CHF 2.050,-
4 Raten à	CHF 1.075,-

Studienaufbau

Modul 1: Einführung Marketing

Modul 2: Marktforschung

Modul 3: Werbung

Modul 4: Public Relations

Modul 5: Event Marketing

Modul 6: Internet Marketing

Fallstudie: Immobilien-Marketing

Studieninhalte

Modul 1: Einführung Marketing

In Zeiten der zunehmenden Digitalisierung und des immer stärkeren internationalen Wettbewerbs spielen fundierte Marketingkenntnisse für eine erfolgreiche Unternehmensführung eine immer grössere Rolle. Marketing bedeutet, das ganze Unternehmen aus einer Kundenperspektive heraus zu betrachten. Ziel des Marketings ist es, relevante Bedürfnisse von wirtschaftlich interessanten Kundengruppen zu identifizieren und nachhaltig zufriedenzustellen.

- Themen**
- Aufgaben des Marketings
 - Marketingplanung
 - Strategisches Marketing
 - Marktsegmentierung
 - Portfolioanalysen
 - Wettbewerbsstrategien
 - Operatives Marketing
 - Marketing-Mix

Modul 2: Marktforschung

Die systematische Beschaffung, Auswertung und Interpretation relevanter Informationen über den Markt ist die Grundlage jeder Marketingaktivität. Ziel dieses Studienmoduls ist es, die verschiedenen Methoden der Marktforschung aufzuzeigen. Der Teilnehmer soll die verschiedenen Methoden kennen und wissen, in welcher Situation welche Methode angewendet werden kann. Darüber hinaus sollen die Ergebnisse der Marktforschung ausgewertet und interpretiert werden können.

- Themen**
- Grundlagen der Marktforschung
 - Aufbau von Marktforschungsstudien
 - Qualitative Marktforschung
 - Quantitative Marktforschung
 - Auswertung
 - Rechtliche Grundlagen

Modul 3: Werbung

Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen werden immer ähnlicher und somit für die Konsumenten austauschbar. Die Werbung wird daher für die Anbieter ein immer wichtigeres Instrument, um den Nutzen der Produkte zu kommunizieren und sich zu positionieren. Das Modul vermittelt die wichtigsten Modelle und Gestaltungsmöglichkeiten und zeigt die Einordnung der Werbung im Marketing-Gesamtkonzept auf.

- Themen**
- Grundlagen der Werbung
 - Einbindung in den Marketing-Mix
 - Ziele und Zielgruppen der Werbung
 - Das AIDA-Modell
 - Analyse der Wettbewerbssituation
 - Gestaltung von Werbemassnahmen
 - Budgetierung und Erfolgskontrolle

Modul 4: Public Relations

Public Relations oder Öffentlichkeitsarbeit ist die Gestaltung der öffentlichen Kommunikation, also das Management der Kommunikationsprozesse zwischen dem Unternehmen und seinen Bezugsgruppen. PR zielt vor allem darauf ab, Vertrauen, Verständnis und Glaubwürdigkeit zu schaffen. Das Modul vermittelt die wichtigsten Massnahmen und Konzepte von Public Relations und legt die Grundlagen für eine erfolgreiche Presse- und Medienarbeit.

- Themen**
- Grundlagen und Begriffe
 - Abgrenzung zwischen PR und Werbung
 - PR-Konzeptionen
 - Massnahmen und Instrumente
 - Presse- und Medienarbeit
 - PR-Agenturen
 - Wirkung und Erfolgskontrolle
 - Erfolgreiche PR in der Krisensituation

Marketing



Modul 5: Event Marketing

Unter Event Marketing wird die systematische und zielorientierte Planung und Gestaltung von Veranstaltungen verstanden, die firmen- oder produktbezogene Themen erlebnisorientiert vermitteln sollen. Klassische Veranstaltungen sind Messen, Konferenzen, Verkaufspräsentationen oder Sport- und Kulturveranstaltungen. Das Modul vermittelt die wichtigsten Veranstaltungsformen und zeigt, wie diese im Rahmen der Marketingplanung eingesetzt werden können.

- Themen**
- Aufgaben des Marketings
 - Marketingplanung
 - Strategisches Marketing
 - Operatives Marketing
 - Marktforschung

Modul 6: Internet Marketing

Die klassischen Aufgaben des Marketing-Managements gelten grundlegend auch für das Internet Marketing. Allerdings müssen besondere Bedingungen berücksichtigt werden, die beim Agieren in einer virtuellen Welt gelten. Die Rahmenbedingungen des Internets unterscheiden sich ganz wesentlich von den Ausgangsbedingungen für das klassische Marketing. Das Modul vermittelt ausführlich die verschiedenen Instrumente und Anwendungsmöglichkeiten des Internet Marketings und zeigt an konkreten Beispielen auf, wie diese erfolgreich eingesetzt werden.

- Themen**
- Einbindung in das Marketing-Gesamtkonzept
 - Strategisches Internet Marketing
 - Operatives Internet Marketing
 - Der E-Marketing-Mix
 - Zielgruppen des Internet Marketing
 - Web 2.0
 - Instrumente des Internet Marketing

Fallstudie: Erfolgreiches Immobilien-Marketing

Aufgabe: Anhand eines grossen Immobilienprojektes werden die unterschiedlichen Aspekte des Immobilien-Marketings beleuchtet. Der Teilnehmer kann die verschiedenen Themen des Immobilien-Marketings, die im Rahmen der theoretischen Module vermittelt worden sind, in dieser Fallstudie unmittelbar anwenden und üben.

- Themen**
- Strategisches Marketing
 - Marktforschung
 - Wettbewerbsstrategien
 - Werbung
 - Public Relations
 - Event Marketing
 - Internet Marketing

Kontakt

Betriebswirtschaftliches Institut & Seminar Basel AG
Wartenbergstrasse 9, CH-4052 Basel
Telefon + 41 (0) 61-261 2000, Telefax + 41 (0) 61-261 66 36
info@bwl-institut.ch, www.bwl-institut.ch