

## BA-WM I - S 153 - Digital Branding & Marketing

## BA-WM I - S 153 - Digital Branding & Marketing

General information	
<b>Module Code</b>	BA-WM I - S 153
<b>Unique Identifier</b>	
<b>Module Leader(s)</b>	Prof. Dr. Hardiman, Marco (marco.hardiman@haw-kiel.de)
<b>Lecturer(s)</b>	Zwicker, Sebastian (sebastian.zwicker@haw-kiel.de)
<b>Offered in Semester</b>	Sommersemester 2022
<b>Module duration</b>	1 Semester
<b>Occurrence frequency</b>	Regular
<b>Module occurrence</b>	In der Regel jedes Semester
<b>Language</b>	Deutsch
<b>Recommended for international students</b>	Yes
<b>Can be attended with different study programme</b>	Yes

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (letzte Aufnahme SoSe 2024) Module type: Wahlmodul Semester: 4, 5, 7
Study Subject: B.A. - BWL - Betriebswirtschaftslehre (Regelstudienzeit 6 Semester) Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.A. - BWL Online - Betriebswirtschaftslehre Online Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.A. - BWL Online TZ - Betriebswirtschaftslehre Online Teilzeit Module type: Wahlmodul Semester: 10, 9
Study Subject: B.Sc. - WINF - Wirtschaftsinformatik (6 Sem.) Module type: Wahlmodul Semester: 5
Study Subject: B.Sc. - WINF Online - Wirtschaftsinformatik Online Module type: Wahlmodul Semester: 5

Qualification outcome
<i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</i>
Personen, die erfolgreich am Kurs teilgenommen haben... ...können grundlegende Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren im Kontext von Digital Branding & Marketing erklären. ...sind in der Lage, Vor- und Nachteile sowie Grenzen und Möglichkeiten verschiedener Methoden und Modelle im Kontext mit Digital Branding & Marketing zu benennen und sie voneinander abzugrenzen.

<p>Personen, die erfolgreich am Kurs teilgenommen haben...</p> <p>...können das erlernte Fachwissen in konkreten, praxisnahen Fallstudien anwenden.</p> <p>...können (betriebliche) Anforderungen im Digital Branding &amp; Marketing erkennen, erläutern sowie beschreiben und lösen.</p> <p>...können analytische Methoden des Digital Branding &amp; Marketing in realen Praxisfällen sowie zur Erarbeitung eines operativen Digital Branding &amp; Marketing Plans anwenden.</p> <p>...können fachbezogene Daten des Digital Branding &amp; Marketing bewerten, interpretieren und daraus zielgruppenspezifische Erkenntnisse gewinnen.</p> <p>...können kleinere Projekte im Digital Branding &amp; Marketing selbstständig managen.</p>
<p>Personen, die erfolgreich am Kurs teilgenommen haben...</p> <p>...können ihre Meinungen und Ansätze in kleinen Gruppen vertreten.</p> <p>...können in Teams lösungsorientiert im Fachgebiet neue Erkenntnisse erarbeiten.</p> <p>...können ihre Ergebnisse in Form von Präsentationen und Berichten vermitteln.</p>
<p>Personen, die erfolgreich am Kurs teilgenommen haben...</p> <p>...können situationsbezogen die Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen reflektieren.</p>

**Content information**

<b>Content</b>	<p>In einer Welt, in der soziale Medien und digitale Plattformen das Engagement der Kunden erhöht haben, hat sich die Rolle von Marken (Brands) verändert. Die Grenze zwischen Hersteller und Verbraucher ist fließend geworden; die Verbraucher sind nicht mehr die Empfänger der Markenpersönlichkeit, sondern die Mitgestalter.</p> <p>Ziel des Kurses ist es, sowohl einen theoretischen als auch einen praktischen Leitfaden für das digitale Brand Management und Marketing zu bieten. Inhaltlich vermittelt der Kurs die Grundlagen des Markenmanagements (u.a. Was ist eine Marke?, Entwicklung einer Positionierung und Werteversprechens) sowie des digitalen Marketings (u.a. Customer Journey Mapping, Entwicklung von Personas). Der Kurs bricht die Vorstellung von Marken als reine visuelle Identität oder Image eines Unternehmens auf und macht sie zu einem Erlebnis während der gesamten Customer Journey.</p>
<b>Literature</b>	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

**Teaching formats of the courses**

Teaching format	SWS
Lehrvortrag + Übung	4

**Workload**

<b>Number of SWS</b>	4 SWS
<b>Credits</b>	5,00 Credits
<b>Contact hours</b>	48 Hours
<b>Self study</b>	102 Hours

**Module Examination**

<b>Examination prerequisites according to exam regulations</b>	None
<b>BA-WM I - S 153 - Portfolioprfung</b>	<p>Method of Examination: Portfolioprfung</p> <p>Weighting: 100%</p> <p>wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No</p> <p>Graded: Yes</p>

<b>Miscellaneous</b>	
<b>Recommended Prerequisites</b>	Marketing 1 und Marketing 2 erfolgreich abgeschlossen.