

ZERTIFIKATS-STUDIENGANG
STADT- UND REGIONAL-MARKETING

Profil gewinnen

Attraktivität steigern

Wirtschaftskraft stärken



**Stadtmarketing-
Professional
(SHB)**



Von Profis lernen -

Das Erfolgsrezept der KdA
Konferenz der Akademien für
Kommunikation, Marketing,
Medien e.V.

Einladung zum KdA-Studiengang Stadt- und Regionalmarketing

Von September 2012 bis November 2013 findet der erste KdA-Studiengang Stadt- und Regionalmarketing statt. Ziel ist, kommunalen Mitarbeitern theoretische Kenntnisse und praktischen Fertigkeiten zu vermitteln, die **sofort** in Stadtmarketingprozesse umgesetzt werden können.

Veranstalter im Auftrag der KdA ist das AfAK-Studienzentrum Kassel des Steinbeis-Transfer-Instituts für Markt- und Unternehmens-Kommunikation.

Die Dozent/-innen sind Profis und Praktiker aus Marketing, Werbung, PR, aus Kultur, Tourismus, Wirtschaftsförderung und Kommunalverwaltung. Die Seminare sind praxisorientiert - mit lebensnahen Beispielen aus der kommunalen Wirklichkeit.

Die Teilnehmer/-innen treffen sich 1mal monatlich zu einem Wochenseminar. Sie erwerben ein **Zertifikat der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)** als "Stadtmarketing Professional (SHB)".



Erfolg im kommunalen Standortwettbewerb: Ziel des KdA-Studiengangs Stadt- und Regional-Marketing

Die finanzielle Situation der Kommunen ist angespannt wie selten zuvor. In einem scharfen Wettbewerb bemühen sich deshalb alle Verantwortlichen um Investoren, die durch Ansiedlung von Handel, Industrie und Freizeitangeboten die Haushaltslage in Regionen, Städten, Kommunen und sonstigen Gebietskörperschaften verbessern helfen. Sie betreiben Stadtmarketing als erfolgversprechende Überlebensstrategie.

Je professioneller, desto erfolgreicher. Es gilt, die Attraktivität der Kommune zu verbessern, die Kommune zu einer interessanten Marke zu entwickeln und diese mit modernsten Kommunikationsmethoden sichtbar zu machen.

Die einfache Faustregel heißt:

Je attraktiver der Standort, desto positiver das Klima in der Bürgerschaft, desto besser das Sozialverhalten, desto größer die Bereitschaft von Investoren z. B. zur langfristigen Ansiedlung bzw. Ausbau von Fertigungsstätten, desto mehr Möglichkeiten zur Verwirklichung von Bürgerwünschen.

Stadtmarketing wirkt nach innen durch die Fähigkeit, verschiedenste Gruppen am Prozess der Kommunalentwicklung zu beteiligen. Und nach außen, um die entstehende kommunale "Marke" am Markt zu positionieren und sich gegen eine Vielzahl von Wettbewerbern zu behaupten.

Wie macht man das? Und vor allem: wer macht das? Und wie können Sie gewährleisten, dass alles richtig gemacht wird?

Die Antwort: Sorgen Sie dafür, dass sich geeignete Mitarbeiter Ihrer Kommunalverwaltung das erforderliche Fachwissen und Fachkönnen aneignen.

Wir empfehlen Ihnen den Studiengang zum Stadtmarketing-Professional (SHB). Praxisorientiert vermitteln erfahrene Fachleute aus allen Bereichen des Stadtmarketing das Know-how für einen erfolgreichen Start in Standort-, Event- und Tourismusmarketing – vom City-Management bis zur Regionalentwicklung. Die Teilnehmer lernen, wie man Netzwerke etabliert, Medien nutzt und Kommunikationsprozesse erfolgreich steuert.

Stadtmarketing! Damit es
mit Wirtschaftsraum, Region,
Stadt und Gemeinde
aufwärts geht.



Jetzt in die Zukunft investieren: Teilnehmer-Profil des KdA-Studiengangs Stadt- und Regional-Marketing

Stadtmarketingprozesse leisten einen zunehmend wichtigen Beitrag zur Stadtentwicklung. Wirtschaft, Politik und Verwaltung in immer mehr Regionen, Städten und Gemeinden setzen auf Stadtmarketing, um ihre Position im Standortwettbewerb nachhaltig zu stärken.

Gebraucht werden kooperative Mittler im Netzwerk pluralistischer Meinungsvielfalt kommunaler Aktivitäten. Sie benötigen die Fähigkeit, Prozesse zu steuern, konzeptionell zu denken und kreativ zu handeln – und damit die Instrumente des Marketing wirkungsvoll einzusetzen.

Der Stadtmarketing-Studiengang richtet sich sowohl an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Kommunalverwaltungen, Wirtschaftsförderungsgesellschaften/-einrichtungen, Kammern, Technologie- und Gründerzentren sowie an Betriebswirte, die eine neue Herausforderung suchen. Aber auch an die Leistungsträger in verschiedenen Verbänden, Anstalten und Körperschaften, die ein Tätigkeitsfeld im Stadtmarketing, im Tourismusmarketing, in der Wirtschaftsförderung oder der Regionalentwicklung suchen.

Nach Abschluss des Studiengangs verfügen die Teilnehmer über solide Stadtmarketingkenntnisse und sind in der Lage, Stadtmarketing-Prozesse zu steuern und zu koordinieren.





Bundesweiter Studien-Standard: Die KdA Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marketing, Medien

Die „Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marketing und Medien e.V.“ (KdA) ist eine Qualitätsgemeinschaft der 12 führenden Werbeakademien in Deutschland. Die Konferenz beschließt und überwacht die Richtlinien für einen fachlich einwandfreien, praxisbezogenen Unterricht ihrer Mitglieder. Sie garantiert damit eine besondere Qualifikation dieser Akademien.

Der Studiengang Stadtmarketing wird im Auftrag der KdA von der AfAK Akademie für Absatzwirtschaft Kassel durchgeführt.

Die AfAK Akademie für Absatzwirtschaft Kassel ist die erste deutsche Werbefachschule, gegründet 1931. Sie ist gemeinnützig, Träger ist der Verein AfAK e. V.. Sie ist Gründungsmitglied der KdA und Studienzentrum Kassel des Steinbeis-Transfer-Instituts Markt- und Unternehmenskommunikation.

Als geprüfte Weiterbildungseinrichtung der Weiterbildung Hessen e.V. bietet die AfAK ihren Studierenden ein hohes Maß an Sicherheit für ihre Qualifizierungsinvestition in den Feldern Marketing und Marketingkommunikation.



Die Standorte der KdA-Akademien.

Der Studiengang Stadt- und Regional-Marketing findet am KdA-Standort Kassel statt.

Die Teilnehmer erwerben ein Hochschul-Zertifikat des von der KdA und der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB) gegründeten Steinbeis-Transfer-Instituts für Markt- und Unternehmenskommunikation.

Sie führen den Titel "Stadtmarketing Professional (SHB)".



Dual - Schnell - Praxisnah: **Veranstaltungsdaten zum KdA-Studiengang** **Stadt- und Regional-Marketing**

Eingangsvoraussetzung:

Voraussetzung zur Teilnahme ist eine Verwaltungs- bzw. kaufm. Ausbildung oder ein Abschluss in den Bereichen VWL, BWL oder Marketing bzw. Marketing-Kommunikation und/oder eine adäquate mehrjährige Berufserfahrung.

Inhalt:

Der Studiengang gliedert sich in 13 Module der Themenfelder „Grundlagen“ (Modul 1-5), „Sozialtechniken“ (Modul 6-8), „Aufgaben des Stadtmarketing“ (Modul 9-12), sowie eine Abschlussarbeit.

Umfang:

Der Studiengang umfasst 12 Unterrichtswochen à 34 UStd. = 408 UStd. inklusive Zwischen- und Abschluss-Prüfung und Zeugnisübergabe.

Zeit: Mo. 10:30-13:00, 14:00-15:30 Uhr / Di. bis Do. 9:00-11:15, 11:30-15:30 Uhr / Fr 9:00-11:15, 11:30-13:45 Uhr.

Leitung: Dr. Harald Burghagen

Ort: Kassel, im Anthroposophischen Zentrum in unmittelbarer Nähe zum ICE-Bahnhof Wilhelmshöhe

Beginn: September 2012

Dauer: September 2012 bis November 2013, jeweils 1 Unterrichtswoche/Monat

Gliederung: September bis November 2012 und Januar bis März, Mai bis Juli, September bis November 2013

Max. Teilnehmerzahl: 15 Personen

Teilnahmeentgelt: 4.800 Euro

(Inkl. Pausengetränken, zuzügl. Prüfungsgebühren).

Übernachtungsmöglichkeiten im nahe gelegenen Boarding House oder in preiswerten Hotels können vermittelt werden.

Abschluss:

Hochschulzertifikat

"Stadtmarketing Professional (SHB)"



Studienleiter
Dr. Harald Burghagen:

"Die Studierenden sollen die bestimmenden Faktoren des Wandels in unseren kommunalen Lebenswelten begreifen und in folgerichtige Maßnahmen professionell umsetzen können."



KdA-Studiengang Stadt- und Regional-Marketing: Studien-Inhalte

I. Grundlagen

Modul 1: Marketing

Lernziel: die Marketingsystematik zu verstehen und deren Bedeutung für das Stadtmarketing ableiten zu können.

Lerneinheiten: Marktorientiertes Denken und Handeln; Marketinginstrumente; Marketingstrategien

Modul 2: Ausgewählte Aspekte der Betriebswirtschaftslehre, des Verwaltungs- und Planungsrechts und der Wirtschaftsgeografie

Lernziel: die Bedeutung und den Beitrag der Fachdisziplinen für die Stadtentwicklung und das Stadtmarketing zu verstehen

Lerneinheiten: Steuerung und Management der Unternehmung, Formen der Organisation, Finanzierung, Controlling, Verwaltungsrecht, Gemeindeordnung, Planungsrecht, Standortfaktoren, Analyse von Stadt und Wirtschaftsräumen

Modul 3: Grundlagen der Wirtschaftsförderung

Lernziel: die Aufgaben, Ziele, Instrumente und Akteure der Wirtschaftsförderung und ihren Beitrag zur Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort kennen zu lernen.

Lerneinheiten: Aufgaben und Ziele; Akteure und Instrumente; Organisation; Erfolgsmessung, Controlling und Evaluation; Schnittstellen zu angrenzenden Bereichen der Wirtschaftsförderung; Interkommunale, regionale und internationale Zusammenarbeit in der Wirtschaftsförderung; Qualifikationsprofil für den/die Wirtschaftsförderer/in

Modul 4: Wissensmanagement und Networking

Lernziel: den Umgang mit Informationen zu erlernen und anzuwenden.

Lerneinheiten: E-Learning und Wissensmanagement; online-gestützte Informations- und Kommunikationstechniken; EDV-gestützte Informationssysteme; Stadtmarketing als wissensbasierte Dienstleistung

Modul 5: Marktforschung

Lernziel: Markt- und Meinungsforschung im Stadt- und Regionalmarketing zur Gewinnung planungsrelevanter Daten sachgerecht einsetzen und nutzen können.

Lerneinheiten: Vermittlung von Methodenkenntnissen. Praktische Erprobung in Fallbeispielen.

II. Sozialtechniken

Modul 6: Projekt- und Zeitmanagement

Lernziel: die persönlichen Kompetenzen im Projekt- und Zeitmanagement zu trainieren.

Lerneinheiten: Projektmanagement; Zeit- und Selbstmanagement



KdA-Studiengang Stadt- und Regional-Marketing: Studien-Inhalte

Modul 7: Sozialkompetenz

Lernziel: die persönlichen Kompetenzen für Teamarbeit, Gesprächs- und Verhandlungsführung zu trainieren.

Lerneinheiten: Gesprächs- und Verhandlungsführung/Verhandlungstechnik; Führungskompetenz und Personalmanagement; Teamarbeit

Modul 8: Kommunikative Kompetenz

Lernziel: den Umgang mit der Öffentlichkeit und den Kunden zu trainieren.

Lerneinheiten: Kommunikation/Moderation; Öffentlichkeitsarbeit/Presseseminar; Präsentationstraining

III. Aufgaben des Stadtmarketing

Modul 9: Strategien und Konzepte für die Stadtentwicklung

Lernziel: Strategien und Konzepte für die Entwicklung des Standorts zu erarbeiten.

Lerneinheiten: Stärken-/Schwächenanalyse für den Standort; Erstellung eines Standortprofils; Strategieentwicklung; Leerstandsmanagement; Fallbearbeitung; Entwicklung von Zukunftsszenarien für die Standortentwicklung

Modul 10: Strategien und Konzepte für das Stadtmarketing

Lernziel: Stadtmarketing als Kommunikationsklammer aller beteiligten Akteure und Bereiche einer Stadt begreifen und ein Stadtmarketingkonzept entwickeln können.

Lerneinheiten: System Stadt, Definition, Akteure, Zielgruppen und Instrumente, Stadt als Marke, Stadtmarketingprozess, Stadtmarketingkonzept, Konzeptentwicklung für ein konkretes Fallbeispiel

Modul 11: Standort-, Tourismus und Kulturmarketing

Lernziel: sich mit den spezifischen Aufgaben und Instrumenten vertraut machen

Lerneinheiten: Definition und Abgrenzung, Akteure, Zielgruppen und Instrumente, Destinationsmanagement, Beispiele für die Ansätze aus der Praxis

Modul 12: Eventmanagement

Lernziel: Konzepte für attraktive, standortadäquate Events im Rahmen eines übergeordneten Stadtmarketing-Konzepts entwickeln zu können und deren erfolgreiche Durchführung verantwortlich zu leiten.

Lerneinheiten: Definition, Akteure, Zielgruppe, Instrumente und Methoden; Beispiele aus der Praxis

IV. Abschlussarbeit

Die Abschlussarbeit soll zeigen, dass der/die geprüfte Stadtmarketing-Professional (SHB) in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein relevantes Thema des Stadtmarketing selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten

Henry Ford: "Erfolg besteht darin,
dass man genau die Fähigkeiten hat,
die im Moment gefragt sind."

Der KdA-Studiengang Stadt- und Regionalmarketing qualifiziert die Teilnehmer/-innen für die Vernetzung von Bürger-, Tourismus-, City-, Standort- und Kultur-Aktivitäten zur besseren Positionierung von Gebietskörperschaft im interkommunalen Wettbewerb.

Veranstalter des Studiengangs im Auftrag der
KdA Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marketing, Medien e.V.:



AfAK Akademie für Absatzwirtschaft Kassel e.V.

Studienzentrum Kassel des Steinbeis-Transfer-Instituts für Markt- und Unternehmens-Kommunikation

Werner-Heisenberg-Straße 4, 34123 Kassel

Telefon (0561) 99 89 60, Fax (0561) 9 98 96 43, e-Mail info@afak.de, www.afak.de