

Bauhaus-Universität Weimar

Projektergebnis / Publikation
aus dem Projekt »Professional.Bauhaus«
an der Bauhaus-Universität Weimar

Förderkennzeichen: 16 OH 11026 / 16 OH 12006
Förderprogramm: »Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen«

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

2) Arbeitspakete und Ergebnisse



2) **Arbeitspakete und Ergebnisse**

1 Situationsanalyse

2 Strategische Marketingplanung

3 Strategische Kommunikationsplanung

4 Marktforschungsprojekt WiSe 16/17

5 Umsetzung Marketing und Kommunikation

6 Kontrolle und Anpassungen

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

4

Marktforschungsprojekt WiSe 16/17

- Empirische Marktforschung
- Multivariate Analysemethoden
- Forschungskolloquium und Praxiswerkstatt »Marktforschung«
- Implementierung der Ergebnisse in Marketing

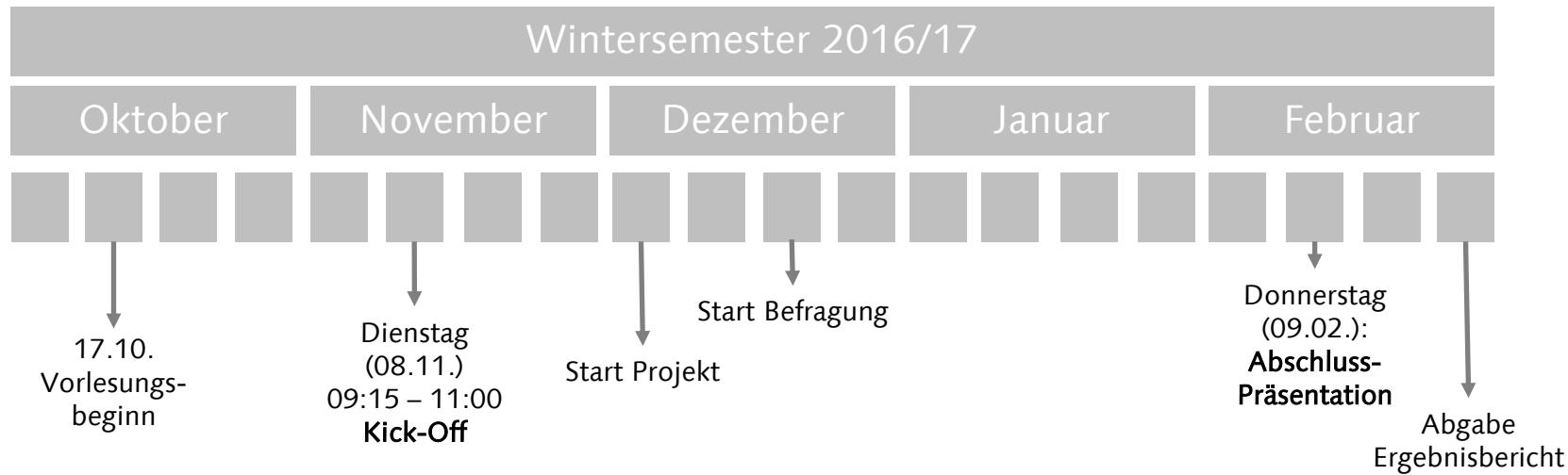
Aufbau des Moduls – Angewandte empirische Forschung

Lehrveranstaltung	Inhalt	SWS	Dozierende	Leistungserbringung	Termin
Multivariate Analysenmethoden	Einführung in die Regressions-, Cluster-, Faktoren- und Conjoint-Analyse	2	Prof. Dr. Jutta Emes Dr. des. Julia Roll	Klausur	Montag 09:15 – 10:45
Empirische Marktforschung	Vermittlung der theoretischen Grundlagen der Marktforschung	2	Prof. Dr. Jutta Emes	Klausur	Montag 11:00 – 12:30
Forschungs- kolloquium und Praxiswerkstatt		4	Dr. des. Julia Roll David Zakoth Anne Jahn	<ul style="list-style-type: none">• Zwischenpräsentation (20%)• Abschlusspräsentation (30%)• Projektdokumentation im Webblog und Ergebnisbericht (50%)	Donnerstag 13:30 – 16:45

Ablauf des Moduls

- Aufteilung der Studierenden in Gruppen mit jeweils gleicher Gruppengröße
- zunächst theoretischer Input
- Kick-Off-Meeting mit allen Studiengangentwicklern und deren jeweiligen Gruppe
- Unterstützung durch HiWis

Zeitplan



Was soll erforscht werden?

- Forschungsfragen (gruppenübergreifend):
 - Welche Einflussfaktoren wirken auf die Entscheidung für ein wWb-Studium?
 - Wie möchte sich die Zielgruppe informieren?
 - Wie lässt sich die Zielgruppe aufgrund der unterschiedlichen Informations-Bedarfe clustern?
- Herangehensweise:
 - Durchführung einer Online-Befragung von Studierenden und Studien-Interessenten/Unternehmen
 - Auswertung mittels:
 - Conjoint-Analyse (entscheidungsrelevante Kriterien)
 - Faktoren-Analyse (Verdichtung der Items)
 - Cluster-Analyse (clustern der ZG)
 - Regressions-Analyse (kausale Zusammenhänge)

Conjoint-Analyse

Welches der folgenden Angebote würden Sie auswählen?
Sie können auch angeben, keines der Angebote auszuwählen.

SONY



66cm Diagonale

WXGA

3000:1 Kontrast

MediaMarkt

€ 1.599,-

TOSHIBA



81cm Diagonale

WXGA

1000:1 Kontrast

CONRAD

€ 1.399,-

Panasonic



106cm Diagonale

WXGA

4500:1 Kontrast

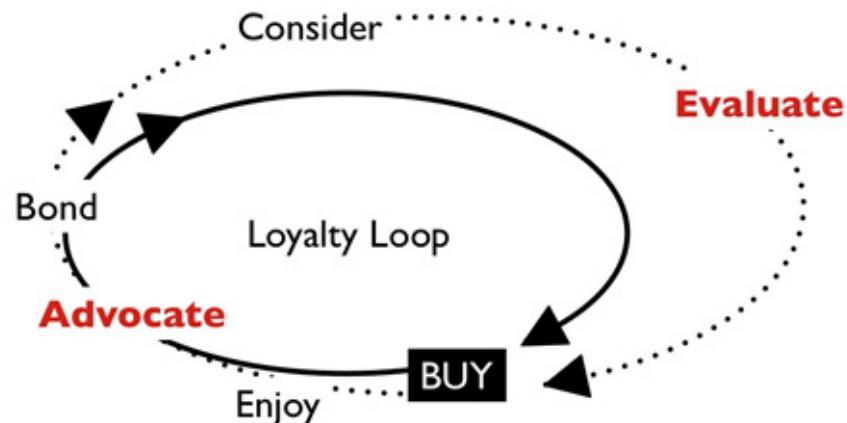
SATURN

€ 1.999,-

Keines

Ziel des Projekts

- zielgruppengerechte Kommunikation
 - Bereitstellen von relevanten Inhalten
 - Wissen über Informationsbeschaffung
- Erstellen einer Customer-Decision-Journey



Harvard Business Review Dec 2010

Zuarbeit von SGE

- freiwilliges Angebot → Zu-/Absage bis 07.10.
- Bereitstellen von möglichst vielen Informationen/ bisher durchgeführten Analysen
- Freigabe der Machbarkeitsstudien für Studierende
- kurze Präsentation des SGs zum Kick-Off-Meeting (08.11.)
- Präsenz zur Abschlusspräsentation (09.02.)

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

→ Websites

→ Visuelle Elemente

→ Printprodukte

→ Newsletter

→ Messen & Events

→ Datenbanken

→ Social Media

2) Arbeitspakte und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

Websites

The screenshot shows the website for the Creative Management and Marketing program. It features a hero image of a person using a tablet to view a marketing dashboard. Below the image, there is a section titled 'Beratung Lebenslanges Lernen' (Counseling for Lifelong Learning) featuring a photo of a woman. The footer includes a 'Study Program Coordinator' section with a photo of a woman and a 'Study Program Coordinator' section.

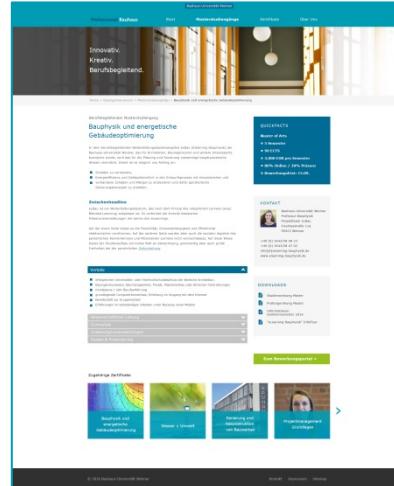
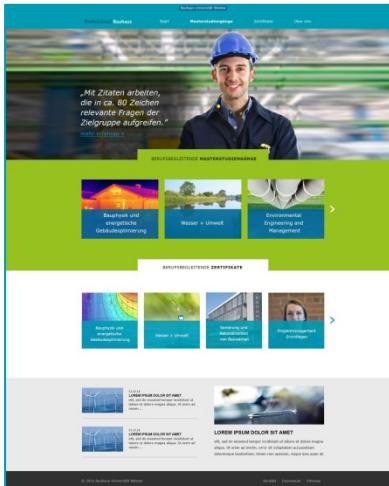
The screenshot shows a landing page for 'Studieren neben dem Beruf' (Studying alongside your profession). It features a large image of a modern building and a 'Weiterkommen*' button. Below the image, there is a section for Sophia Kluge, a study advisor, with a photo and contact information. The page also includes a 'Study Program Coordinator' section with a photo of a woman.

The screenshot shows the same 'Studieren neben dem Beruf' page with a callout box highlighting the 'Weiterkommen*' button. The callout box contains the text: 'Studieren neben dem Beruf? Professional.Bauhaus mit neuen Angeboten'. The page also includes sections for 'Experiment.Bauhaus' and 'UNESCO Weltkulturerbe'.

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation



Website

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

Visuelle Elemente

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester
18 ECTS	18 ECTS	18 ECTS	18 ECTS	18 ECTS
Marketing PM 6 ECTS	Markt- und Trendforschung PM 6 ECTS	Entrepreneurship PM 6 ECTS Unternehmensführung innerhalb der Kreativindustrie PM 6 ECTS		Master-Thesis inkl. Master-Kolloquium & Disputation 18 ECTS
Methoden der empirischen (Markt-)Forschung SM 6 ECTS	Kreativmanagement PM 6 ECTS	Management von kreativen Organisationen, Projekten & Arbeitsprozessen PM 6 ECTS	Innovationsmanagement PM 6 ECTS	
Betriebswirtschaftslehre SM 3 ECTS	Medienrecht SM 3 ECTS	Wahlmodul WM 3 ECTS	Wahlmodul WM 3 ECTS	
Wahlmodul WM 3 ECTS	Wahlmodul WM 3 ECTS	Wahlmodul WM 3 ECTS	Wahlmodul WM 3 ECTS	18 ECTS

PM: Projektmodul | SM: Studienmodul | WM: Wahlmodul
Wahlmodule können in Absprache mit dem Prüfungsamt aus dem Angebot von weiterbildenden Studiengängen frei gewählt werden.



*Professional.Bauhaus: Wissenschaftliche Weiterbildung.
Neue Angebote unter www.uni-weimar.de/weiterkommen

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

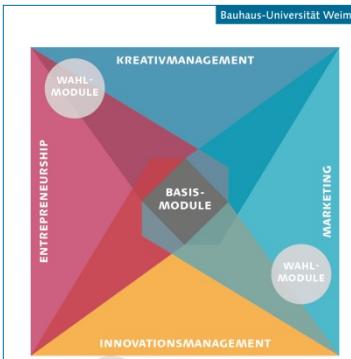
→ Printprodukte



2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation



Weiterkommen*

*PROFESSIONAL.BAUHAUS
Wissenschaftliche Weiterbildung

MASTER OF ARTS

90 ECTS

STUDIENGANG
KREATIVMANAGEMENT
UND MARKETING

Kreative Ideen ökonomisch umsetzen?
Der berufsbegleitende Studiengang Kreativmanagement und Marketing spannt einen Bogen zwischen Ökonomie und Kreativität und verbindet forschungs- und projektorientiertes Arbeiten unter dem Dach der Bauhaus-Universität Weimar.

Beginn zum Wintersemester

Voraussetzungen:
erster akademischer Abschluss
und 2 Jahre Berufserfahrung

Kontakt: Anne Jahn
anne.jahn@uni-weimar.de
03643/58 37 36
www.uni-weimar.de/kreativmanagement

entgeltlich

2) Arbeitspakte und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

Newsletter

Liebe Alumni,

nochmal Anlauf nehmen, nicht stehen bleiben – eben Weiterkommen. Sie kennen das aus Ihrem Berufsalltag. Wissenschaftliche Weiterbildung ist an der Bauhaus-Universität Weimar seit 25 Jahren erfolgreich etabliert – bisher vor allem mit Masterstudiengängen und Zertifikaten im Bereich Bauingenieurwesen. Nun erweitert sich dieses Angebot um neue berufsbegleitende Studieninhalte aus dem Bereich Marketing.



Worum geht's | Kreativmanagement und Marketing

*Welche Potentiale bieten kreative Vorgehensweisen für klassische Managementansätze? Wie können sich planerische Prozesse und gestalterische Arbeitsweisen gegenseitig bereichern? Und was sind die Rückwirkungen auf die Arbeitsweise und Wertschöpfung innerhalb der Kreativbranche und anderer Industriezweige? Antworten auf diese und ähnliche Fragen seien Sie im berufsbegleitenden Studiengang Kreativmanagement und Marketing, der ab dem Wintersemester 2017/18 an der Bauhaus-Universität Weimar angeboten wird. Wir bieten Ihnen einen wissenschaftlichen Masterabschluss mit dem Fokus auf die aktuelle Forschung und das praxiseigene Arbeiten in den Bereichen Kreativ- und Innovationsmanagement, Marketing sowie Entrepreneurship. Die Besonderheit des Studiengangs ist die Verbindung von Forschungstätigkeit und Projektarbeit – vereint unter dem Dach der Bauhaus-Universität Weimar. Die Regelstudienzeit beträgt fünf Semester und umfasst 90 Leistungspunkte. [www.mhr](#)

Wie funktioniert's | Flexibilität, Effizienz und Erfolg



Flexible Studierbarkeit und maximale Effizienz mit Erfolgsgarantie – diese Qualitätskriterien sind Grundlage des berufsbegleitenden Studiengangs Kreativmanagement und Marketing.

Die Inhalte sind auf Ihre individuellen Ziele und Bedürfnisse zugeschnitten und basieren auf innovativen Methoden des E-Learning. Renommierte Dozierende aus Wirtschaft und Wissenschaft bearbeiten gemeinsam mit Ihnen in exklusiven Kleingruppen theoretisch fundierte Ausgabenstellungen und praxisreale Projekte. Der ausgewogene Mix aus Online- und Präsenzlehre erlaubt Ihnen ein intensives Studium, das nicht nur Ihre Karriere voranbringt, sondern auch mit Beruf und Familie vereinbar ist. Um einen ersten Einblick in den berufsbegleitenden Studiengang Kreativmanagement und Marketing zu erhalten, können Sie bereits ab Oktober 2016 zwei vorgelegte Module belegen.

Wissenstransfer und Betriebswirtschaftslehre starten bereits in diesem Herbst und können für den zukünftigen Masterabschluss angerechnet werden. [www.mhr](#)



Wer Sie berät | Gesichter und Kontakt

Wie viel kostet ein berufsbegleitendes Studium? Was sind Zulassungsvoraussetzungen? Und wie kann ich mich bewerben? Diese und weitere Fragen beantwortet Sophia Kluge als Beraterin im Bereich Lebenslanges Lernen. Wichtige Informationen und Kontaktdaten dazu finden Sie [hier](#). Darüber hinaus beantwortet Ihnen Studiengangscoordinatorin Anne Jahn Fragen rund um die Inhalte des berufsbegleitenden Studiengangs Kreativmanagement und Marketing. Ihre Kontaktdaten finden Sie [hier](#).



Was steckt dahinter | Vom Projekt zum Produkt Professional Bauhaus

Die neuen berufsbegleitenden Angebote zur wissenschaftlichen Weiterbildung werden im Rahmen des Projektes Professional Bauhaus entwickelt, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wird. Es geht darum, Studienangebote und

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

→ Messen & Events



FINDE DEINEN MASTER!

MASTER AND MORE

MASTER MESSEN 2016/2017

- Köln, 12.11.2016 »
- Stuttgart, 18.11.2016 »
- Berlin, 24.11.2016 »
- Hannover, 29.11.2016 »
- Frankfurt, 03.12.2016 »
- Hamburg, 09.12.2016 »
- Münster, 14.01.2017 »
- München, 20.01.2017 »
- Düsseldorf, 05.05.2017 »
- Leipzig, 09.05.2017 »

MASTER MESSEN 2016/2017

Die MASTER AND MO...

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

→ Datenbanken

- Aktualisierung und Nutzung der Firmendatenbank des Careers Service
- Punktuelle Nutzung der Alumni-Datenbank
- Erstellen einer Professional.Bauhaus-Datenbank: sg-übergreifende und sg-spezifische Kontakte (extern/intern), on/offline, intern/extern
- Bündeln bestehender, fachspezifischer Kontakte der SGE

2) Arbeitspakete und Ergebnisse

5

Umsetzung Marketing & Kommunikation

→ Social Media



Bauhaus-Universität Weimar

Wissenschaftliche Weiterbildung
@Professional.Bauhaus

Startseite
Info

Gefällt dir ▾ Nachricht senden ▾ ... Mehr ▾

Mehr dazu ↗