



Kooperationsprojekte

MIT UNTERNEHMEN AUS DER REGION HANNOVER



Ein Studium – 3 Abschlüsse

Was nützt die beste Theorie, wenn Sie nicht angewendet werden kann? Arbeitgeber fordern zu Recht, dass das im Rahmen einer beruflichen Weiterbildung erworbene Know-how am Arbeitsplatz zielorientiert umgesetzt werden kann. Und genau darin liegt unsere Stärke. PRAXISNÄHE wird im Studium Marketing + Kommunikation der Norddeutschen Akademie ganz groß geschrieben. "So viel Theorie wie nötig – so viel Praxis wie möglich" lautet unsere Devise.

Das berufsbegleitende Abendstudium Marketing + Kommunikation bereitet auf drei Abschlüsse vor:

Gepr. Fachkaufmann/-kauffrau Marketing (IHK)

Englisch: Bachelor Professional of Marketing (CCI)

Kommunikationswirt/in (KdA)

Ein Berufsabschluss der führenden Kommunikationsakademien: Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marken, Medien e. V.

Seit 2012 ist die Norddeutsche Akademie Studienzentrum der staatlich anerkannten Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB). In diesem Zusammenhang können unsere Studenten nun auch ein Hochschulzertifikat mit folgendem Titel erlangen:

Certified Manager of Communication and Marketing (SHB)





Praxisprojekte der Norddeutschen Akademie

Die Inhalte der jeweiligen Rahmenpläne werden theoretisch fundiert und mit vielen praktischen Anwendungsbeispielen präsentiert. Anhand von Übungen und Fallstudien wird gleich im Anschluss der Praxistransfer geübt. Unsere hochkarätigen Dozenten besetzen Spitzenpositionen in der Industrie, im Handel oder im Dienstleistungssektor. Andere führen eine eigene Agentur oder ein eigenes Beratungsunternehmen; denn wir legen Wert darauf, dass jeder Dozent beruflicher Experte seines Faches ist. Die Inhalte sind hochaktuell und die Lehrveranstaltungen sind aufgrund der anschaulichen Praxisberichte spannend und interessant. Auch die beruflichen Erfahrungen unserer Studenten beziehen wir gerne ein. Auf diese Weise entwickeln sie das nötige Problembewusstsein und die Problemlösungskompetenz für die Herausforderungen im Beruf.

Ergänzend werden als Semesterarbeiten Praxisprojekte in Kooperation mit Unternehmen der Region durchgeführt:

Ende des dritten Semesters:

Erstellung eines Marketingkonzeptes als Einzelarbeit

Im vierten Semester:

Erstellung eines Kommunikationskonzeptes als Gruppenarbeit

Nach dem Studium:

Realisierung eines Konzeptes als Gruppenarbeit

Studenten übernehmen dabei die Rolle eines Marktforschers, eines Unternehmensberaters oder einer Werbeagentur.

Erstellung eines Marketingkonzeptes

Ende des dritten Semesters schreiben unsere Studenten in sechs Wochen eine Projektarbeit im Studiengang Marketing. Die Aufgabenstellung entwickeln sie aus Ihrem Marketing-Auftrag.

Die Arbeit gründet auf einer umfassenden strategischen Situationsanalyse. Hieran anknüpfend und ausgehend von Ihren Zielsetzungen erarbeiten die Studenten ein Strategieprofil, das Empfehlungen zu den grundlegenden Marketingentscheidungen enthält. Es folgt die Empfehlung von sinnvollen Marketing-Maßnahmen des Marketing-Mix. Gegebenenfalls werden auch die speziellen Gestaltungsbereiche des Dienstleistungsmarketings einbezogen.

Die von Ihnen vorgegebene Marketing-Aufgabe wird im Rahmen dieses ganzheitlichen Konzeptes vertiefend bearbeitet. Sie erhalten die ca. 35-seitigen Semesterarbeiten aller Studenten. Darin finden Sie neben der Problemlösung eine Fülle von Marktinforma-

tionen, Ideen und fundierte Empfehlungen für einen erfolgreichen Marktauftritt.

Ihr Auftrag sollte so konkret wie möglich gestellt werden. Darüber hinaus sind folgende Informationen hilfreich:

- Informationen zur Situation des Unternehmens
- Bisherige Erfahrungen und Rahmenbedingungen
- Marketingziele
- Zielgruppenbeschreibung – falls möglich
- Angaben zum Budget
- Zeithorizont

Ein Betreuungsaufwand entsteht für Sie hieraus nicht.

Realisierung eines Konzeptes

Auf Wunsch einiger Auftraggeber wurden Projekte von unseren Absolventen nach dem Studium weitergeführt. Hierbei können unsere Dozenten als Experten konsultiert werden oder sie übernehmen die Projektleitung. Ein Beispiel hierfür ist die Umsetzung einer Werbekampagne inklusive der Produktion von Werbemitteln.



Erstellung und Präsentation eines Kommunikationskonzeptes



Hierbei handelt es sich um die Abschlussarbeit des Studiums Marketing + Kommunikation. Die Studenten finden sich in Gruppen zusammen und gründen Modellagenturen, in denen jeder eine spezielle Funktion wie z.B. Geschäftsführung, Analyse, Konzepterstellung, Mediaplanung, Layout und Gestaltung, Budgetierung oder Controlling übernimmt.

Sie stellen eine Aufgabe im Bereich Kommunikation und Werbung. Das Briefing findet im Wintersemester in der Akademie statt. Dieses sollte folgende Aspekte beinhalten:

- Konkreter Projektauftrag
- Informationen zur Situation des Unternehmens
- Informationen zu den Rahmenbedingungen des Projektes
- Kommunikationsziele
- Zielgruppenbeschreibung – falls möglich
- Ggf. geforderte kreative Umsetzung
- Festlegung eines Budgets für die Kampagne
- Zeithorizont

Das Rebriefing unserer Studenten erfolgt im Frühjahr, nachdem sie alle relevanten Vorlesungen zum Thema absolviert haben. Das ist der offizielle Projektstart.

Ein Dozent der Norddeutschen Akademie übernimmt die Betreuung der Modellagenturen und ist zugleich Kontaktpartner für den Auftraggeber.

Sie erhalten von jeder Modellagentur ein Kommunikationskonzept mit folgenden Inhalten:

- Situationsanalyse
- Konkretisierung der Kommunikationsziele
- Zielgruppendefinition
- Budgetierung und Maßnahmenplanung
- Copy-Strategie
- Mediaplan
- Ideen zur Gestaltung der Werbemittel

Die Modellagenturen treten im Wettbewerb gegeneinander an und präsentieren ihre Ergebnisse vor Ihnen und einer fachkundigen Jury, was der Vorgehensweise eines Agentur-Pitches entspricht. Die Wettbewerbspräsentationen finden in Ihren Räumen statt. Sie sind für Anfang September zu terminieren.

Die Ergebnisse der Projektarbeit werden von den Modellagenturen jeweils in einem Handout dokumentiert und Ihnen überreicht.

Auszug aus den Referenzen

Seit 1950 kooperiert die Norddeutsche Akademie mit der Wirtschaft, um Praxisprojekte durchzuführen. Im folgenden eine Übersicht über die Projekte und Kooperationspartner der letzten Jahre:

In den letzten Jahren wurden **Wettbewerbspräsentationen der Modellagenturen** bei folgenden Unternehmen durchgeführt:

2013

Kommunikationskonzept für das Hallenbad in Springe
Stadt Springe

2012

Markteinführungskampagne für Scooter-Reifen
Continental Reifen Deutschland GmbH

2011

Vermarktung von Voigts Hausgemachtem
Gastronom Kai Uwe Voigt, List auf Sylt und
Bigfood Produktionsgesellschaft mbH

2010

Neupositionierung, Imageverbesserung und Werbekampagne für den Goldankauf in 17 Filialen
Juwelier Kampe GmbH, Celle

2009

Neupositionierung und Kommunikation mit kleinem Budget
Wohnungsbaugenossenschaft Gartenheim

2008

Kommunikationskonzepte für ausgewählte Kundengruppen
VW Nutzfahrzeuge AG

Marketingkonzepte wurden in den letzten Jahren entwickelt für:

2013

Marketingkonzept für das Label
"Kulinarischer Botschafter Niedersachsens" zur Image- und Absatzförderung von Lebensmitteln in Niedersachsen
Marketinggesellschaft der Niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e.V.

2012

Einführung eines neuen Reifens für Scooter
Continental Reifen Deutschland GmbH

2011

Strategische Neuausrichtung
Norddeutsche Akademie für Marketing
+ Kommunikation, Hannover

2010

Einführung einer neuen Marke Herrenausstatter
Heinecke & Klaproth GmbH & Co. KG, Bückeburg

2009

Kundenbindungskonzept
PSD Bank, Hannover

2008

Ideen und Konzepte für eine attraktivere City
Hannover City GmbH – Wirtschaftsförderung

Kooperationspartner der Norddeutschen Akademie

Im folgenden eine Auswahl von Unternehmen bzw. Organisationen, die in Praxisprojekten mit unserer Akademie zusammengearbeitet haben.



Norddeutsche Akademie
für Marketing, Kommunikation + Medien gGmbH
Lange Laube 2 · 30159 Hannover

T +49 (0)511 17211
F +49 (0)511 15952
info@norddeutsche-akademie.de