

Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing Checkliste für die Bewerbung

Antragsteller	
Institution	
Adresse	
Telefon	
E-Mail	

1. Erforderliche Anlagen


- Curriculum des relevanten Studiengangs (bitte beifügen)

2. Angaben zum Studiengang (incl. Positionierung und Ziele):

Angaben zum übergreifenden Studiengang und zum inhaltlichen Rahmen, in dem Themen, die für das grundlegende Verständnis des Dialogmarketing und der Data-Driven-Economy relevant sind, behandelt werden. Diese werden als Basisbestandteile vorausgesetzt. Dazu gehören z.B.

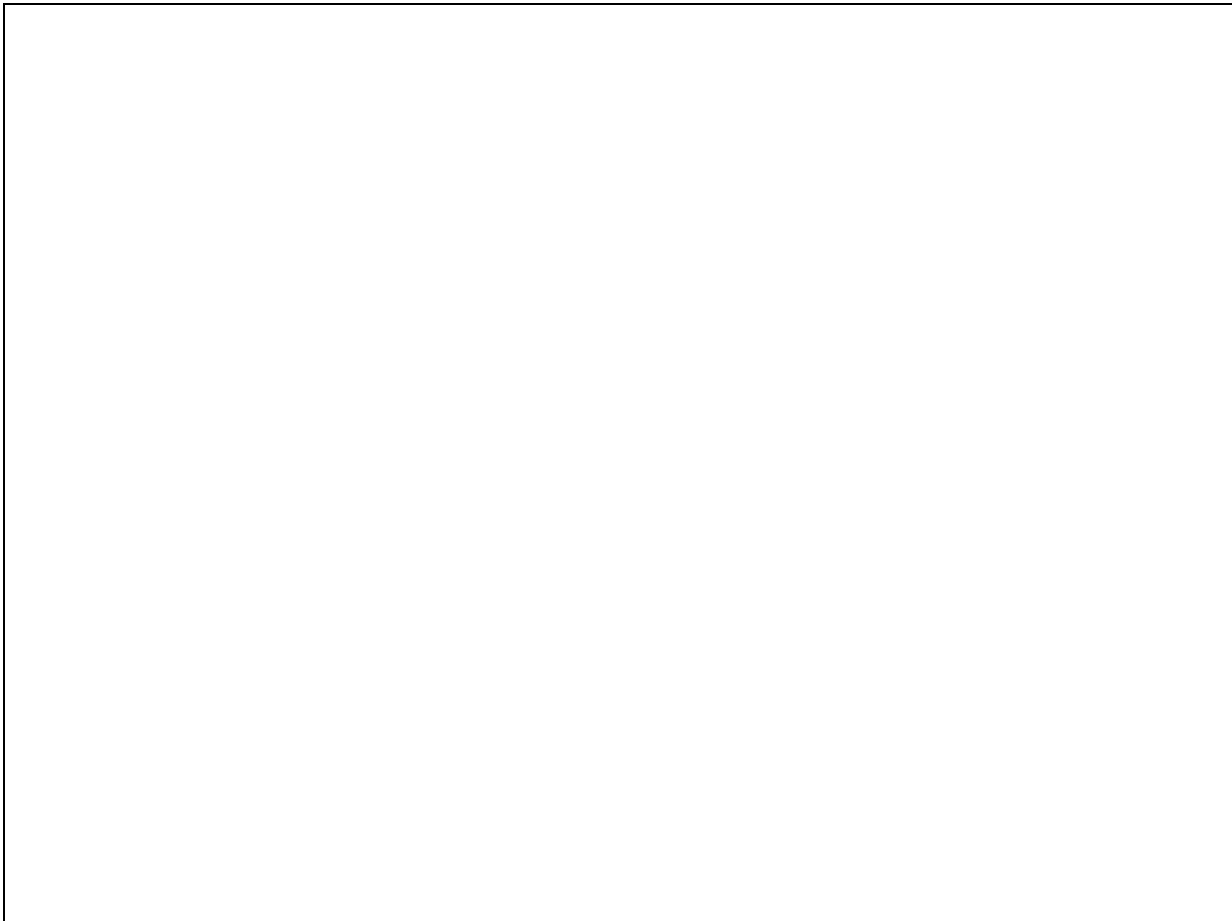
- Definitionen und Abgrenzungen, z.B.
 - Definition DMA vs. DDV
 - Definitionen in Lehrbüchern
 - Einordnung des Dialogmarketings in die BWL
 - Massenmarketing vs. Dialogmarketing
 - Interdisziplinarität des Dialogmarketings
- Vorteile und Ziele, z.B.
 - Individualität
 - Dialogaufbau
 - Messbarkeit
 - Information und Beeinflussung

Bitte geben Sie auch an, in welcher Weise der Themenkomplex „Dialog- und Data-Driven-Marketing“ in das Curriculum eingebettet ist und welche Besonderheiten Sie z.B. im Vergleich zu anderen Marketing-Studiengängen sehen.



3. Dialogorientierte Themen:

Für die Vergabe des Zertifikats sollen insgesamt mindestens acht ECTS-Punkte durch dialogorientierte Themen repräsentiert werden. Hierfür sollten mindestens vier der im Themenkatalog genannten Bereiche (vgl. anliegender Auszug aus dem Themenkatalog). Bitte beschreiben Sie die jeweiligen Lehrveranstaltungen zum Dialog- und Data-Driven-Marketing (incl. ECTS-Punkte).



4. Unternehmerische bzw. praxisorientierte Ausrichtung

Wie gewährleistet Ihre Institution die Ausrichtung der Studieninhalte am Bedarf der unternehmerischen Praxis?

5. Organisatorische Fragen

5.1. Zulassungsvoraussetzungen, bspw. Auswahlverfahren, vorliegender Abschluss, Vorkenntnisse

5.2. Kurse gehalten auf

Deutsch Englisch

5.3. Informationen über das Studium bzw. die Lehrveranstaltungen auf der Homepage

5.4. Interaktionsmöglichkeiten auf der Homepage (z. B. Chat, Anmeldung, Kontakt)

5.5. Prüfungsleistungen: durchschnittliche Ergebnisse (Notenverteilung) / Durchfallquoten

5.6. Form der Prüfungsleistungen bzw. andere Leistungsnachweise

5.7. Werden Studiengebühren erhoben? Wenn ja, in welcher Höhe?

Verpflichtungserklärung

Hiermit versichere ich, Zertifikate nur an Studenten zu vergeben, die die Anforderungen des Mission Statements erfüllen. Die Ausstellung von Zertifikaten werde ich jeweils unverzüglich mit Angabe der Daten der Studenten (Name, Geburtsdatum/-ort, erbrachte Studienleistungen in Stichworten) an die DDV-Geschäftsstelle melden.

Ort/Datum

Unterschrift

Anlage:

Dialogorientierte Themen des Themenkatalogs zum Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing.

Hiervon sollten – ergänzend zu den „Basisbestandteilen“ (vgl. oben 2.) mindestens vier der genannten Bereiche behandelt werden (vgl. oben „3. Dialogorientierte Themen“)

1. Datenanalyse, z.B.

- Datawarehousing, Datamining
- Adressgenerierung
- Adressselektion

2. Kanäle und Medien des Dialogmarketings, z.B.

- Print
- Customer Care Center
- Online incl. Mobile

3. Instrumente des dialogorientierten CRM, z.B.

- Neukundengewinnung
- Ausbau der Kundenbeziehung
- Kundenbindung

4. Integriertes Dialogmarketing, z.B.

- Cross Media
- Customer Journey

5. Kennzahlen zum Dialogmarketing, z.B.

- Kosten und Kalkulation
- Klassisch
- Online
- Übergreifend

6. Kreation, z.B.

- Text
- Bild
- Filter und Verstärker

7. Rechtliche Rahmenbedingungen, z.B.

- Datenschutz
- Fernabsatz
- Unterschiede B2B vs. B2C

8. Dienstleister im Dialogmarketing, z.B.

- Agenturen
- Logistik/Fulfillment
- Datendienstleister

9. Länderübergreifendes Dialogmarketing, z.B.

- Globalisierung des Wettbewerbs
- Länderspez. Vergleich

10. Unterstützende Technologien, z.B.

- Eye Tracking
- Künstliche Intelligenz
- Blockchain
- Analytics

11. Einordnung in die Neue Institutionenökonomik, z.B.

- Transaktionskostentheorie
- Prinzipal-Agenten-Theorie