



Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing

Nachweis erfolgreich erworbener Basiskenntnisse im Dialog- und Data-Driven-Marketing - in betriebswirtschaftlichen Studiengängen und Nachbarwissenschaften

- Bewerbungsdossier für Hochschullehrer

Stand 23. April 2020

Das Zertifikat

Zertifikat

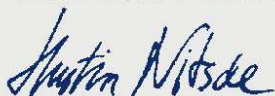
Max Musterstudent

geboren am Mustertag in Musterort

hat im Musterstudiengang bei
Musterprofessor an der Musterhochschule
erfolgreich weitreichende Kenntnisse
im Dialog- und Data-Driven-Marketing erworben.
Auf Basis dieser vertieften Studienleistungen erhält
Max Musterstudent deshalb das

Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing

Musterort, Musterdatum



Martin Nitsche
Präsident
Deutscher Dialogmarketing Verband

Max Musterprofessor
Musterhochschule



Einführung

Mit diesem Bewerbungsdossier können sich Hochschullehrer um die Berechtigung zur Vergabe des „Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing“ des Deutschen Dialogmarketing Verbandes (DDV) bewerben. Hochschullehrer können damit ihren Studenten erfolgreich erworbene Kenntnisse im Dialog- und Data-Driven-Marketing bescheinigen.

Diese Broschüre besteht aus

- dem Mission Statement,
- der Checkliste und
- dem Themenkatalog.

Das **Mission Statement** beschreibt die Grundsätze und Ideen der Zertifizierung. Die **Checkliste** gibt dem Bewertungsgremium einen Überblick über den Studiengang und die Studienleistungen.

Insgesamt sollten mindestens **8 ECTS-Punkte** auf die Behandlung von spezifischen Dialog- und Data-Driven-Marketing-Themen entfallen. Der beigefügte Themenkatalog gibt hierfür eine Übersicht, welche Themenbereiche zum Dialog- und Data-Driven-Marketing gezählt werden und für die Erfüllung der Voraussetzungen für das Zertifikat berücksichtigt werden können.

Beantragen können Hochschullehrer die Berechtigung zur Zertifikatsvergabe bei der Geschäftsstelle des Deutschen Dialogmarketing Verbandes DDV. Für den Antrag benötigen Sie die ausgefüllte anliegende Checkliste (incl. der dort beschriebenen Anlagen). Über die Zulassung entscheidet ein Gremium mit Vertretern von Hochschulen und Praktikern. Die Zulassung wird für drei Jahre vergeben; die Kosten für die Beantragung betragen Euro 150 (incl. MwSt). Der DDV stellt den berechtigten Hochschullehrern eine Vorlage für das Zertifikat in digitaler Form zur Verfügung; gültig wird dieses durch Eintragung der Daten des Studenten und Unterschrift des Hochschullehrers. Die zugelassenen Hochschullehrer verpflichten sich, jede Ausstellung eines Zertifikates für Studenten umgehend mit kurzer Begründung an den DDV zu melden.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.
z. H. Bettina Höfner
Hahnstraße 70
60528 Frankfurt
Tel. 069 / 401 276 541
Fax: 069 / 401 276 599
E-Mail b.hoefner@ddv.de

Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing Mission Statement

Seit dem Wintersemester 2004 war es deutschen Hochschulen möglich, das DDV-Zertifikat „Direct Marketing Excellence for Academic Education“ für Studiengänge mit einer vertieften Vermittlung von Kenntnissen im Dialog- und Direktmarketing zu erhalten. Studenten, die die entsprechenden Studiengänge erfolgreich absolviert hatten, erhielten ihre Zertifikate vom DDV. Nach mehrfachen Aktualisierungen in den Jahren seit 2004 wurde das Zertifikat im Frühjahr 2020 grundlegend überarbeitet, um den aktuellen Prinzipien und Themen des Dialog- und Data-Driven-Marketing Rechnung zu tragen. Zur besseren Unterscheidung wurde das Zertifikat umbenannt in „Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing“. Das Zertifikat wird nun von zugelassenen Professoren an diejenigen Studenten vergeben, die vertiefte Kenntnisse (mindestens 8 ECTS-Punkte) in entsprechenden Themenkomplexen erworben haben. Diese können sowohl in Lehrveranstaltungen wie Vorlesungen und Seminaren, wie auch durch wissenschaftliche Arbeiten (z.B. Bachelor- oder Master-Thesis, Projekte und Term-Papers) erbracht werden. Dadurch können die Studienleistungen interessierter Studenten individuell und flexibel berücksichtigt werden.

Die Zulassung zur Vergabe des Zertifikates wird durch den DDV **personengebunden** an Hochschullehrer vergeben. Entstanden ist diese Zertifizierung auf Initiative des „Plenums Bildung und Forschung im DDV“.

Über die Zulassung entscheidet das Gremium, dem z. Zt. die folgenden Personen angehören:

Prof. Dr. Thomas Asche, DHBW Ravensburg
Prof. Dr. Heinrich Holland, Hochschule Mainz
Rudolf Jahns, Jahns and Friends Agentur für Dialogmarketing und Werbung AG
Prof. Dr. Heike Jochims, HAW Hamburg
Martin Nitsche, DDV-Präsident
Prof. Dr. Matthias Schulten, Fachhochschule Südwestfalen

Damit wird einem weiten Kreis von Hochschullehrern die Möglichkeit eröffnet, interessierten Studenten den Erwerb von Zusatzqualifikationen im Dialog- und Data-Driven-Marketing zu bescheinigen.

Zielsetzungen und Vorteile der Zertifizierung sind:

- Intensivierung und Verdeutlichung von Forschung und Lehre zum Dialog- und Data-Driven-Marketing
- Etablierung von Standards in der wissenschaftlichen Ausbildung im Dialog- und Data-Driven-Marketing
- Verzahnung von Lehre und Praxis

- Transparenz und Sicherheit für Arbeitgeber der Branche
- Anpassung der Lehrinhalte an den Bedarf der Unternehmen
- Erhöhung der Attraktivität für die Partner-Hochschulen
- Verbesserung der Chancen für Studentinnen und Studenten am Arbeitsmarkt.

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

Antragsteller	
Institution	
Adresse	
Telefon	
E-Mail	

Erforderliche Anlagen

- Curriculum des relevanten Studiengangs

Lehrveranstaltungen

Angaben zum übergreifenden Studiengang und zum inhaltlichen Rahmen, Beschreibung der Lehrveranstaltungen zum Dialog- und Data-Driven-Marketing (incl. ECTS-Punkte).

--

Ziele

Bitte erläutern Sie die Ziele der Themenkomplexe, mit denen Studenten das Zertifikat erlangen können. Bitte geben Sie an, über welche Kenntnisse der Student / die Studentin nach Abschluss der Studien verfügen soll.



Positionierung der Studien

In welcher Weise ist der Themenkomplex „Dialog- und Data-Driven-Marketing“ in das allgemeine Curriculum Ihrer Institution eingebettet? Welche Besonderheiten sehen Sie bspw. im Vergleich zu anderen Marketing-Studiengängen bzw. Schwerpunktlegungen?



Unternehmerische bzw. praxisorientierte Ausrichtung

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

Organisatorische Fragen

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

2. Kurse gehalten auf

Deutsch Englisch

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

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

5. Prüfungsleistungen: durchschnittliche Ergebnisse (Notenverteilung) / Durchfallquoten

6. Form der Prüfungsleistungen bzw. andere Leistungsnachweise

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

Zertifikat Dialog- und Data-Driven-Marketing Themenkatalog

Basisbestandteile:

Themen, die für das grundlegende Verständnis des Dialogmarketing und der Data-Driven-Economy (im Folgenden nur Dialogmarketing) relevant sind, 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

Dialogorientierte Themen:

Für die Vergabe des Zertifikats sollen insgesamt mindestens acht ECTS-Punkte durch dialogorientierte Themen repräsentiert werden. Hierfür sollten mindestens vier der unten genannten Themenbereiche neben den Basisbestandteilen im Curriculum abgedeckt sein.

Themenbereiche

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