

# Sponsoring Management

## Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Sponsoring im Zeitalter von Digital Media

Generieren Sie digital aktivierbaren Content und lernen Sie, ihn vernetzt zu nutzen.

### AUSGANGSLAGE

Sponsoring hat sich in den meisten Unternehmen als Instrument zur Wertschöpfung und zur Generierung von relevanten Inhalten (Content) in der externen sowie und internen Kommunikation etabliert. Gleichzeitig sind die Anforderungen an die Personen gestiegen, welche dieses Marketinginstrument betreuen und gestalten. Aufgaben wie die integrierte, bereichsübergreifende Konzeption und Umsetzung von Sponsoring oder Aufbau und Pflege von Communities setzen spezifisches Fachwissen voraus.

Der CAS Sponsoring Management vermittelt die nötigen Instrumente zur faktenbasierten konzeptionellen Planung sowie zur effizienten, wertschöpfungsorientierten Umsetzung und Aktivierung von Sponsoring-Engagements. Darüber hinaus vermittelt der Zertifikatslehrgang eine vertiefte Übersicht aktueller Themengebiete im Sponsoring und den sich verändernden Rahmenbedingungen. Dieser neu konzipierte Kurs umfasst ausserdem «hands-on skills», wie die Produktion von digitalem Content oder die Strategieentwicklung in Zeiten des digitalen Wandels.

### LERNZIELE UND NUTZEN

Die Teilnehmenden

- erhalten einen Überblick über die Entwicklung der Märkte für Sponsoring und themenbasierter Kommunikation.
- erhalten fundiertes Wissen über den Beitrag von Sponsoring und themenbasierter Kommunikation zur Erreichung definierter Marketing- und Kommunikationsziele.
- werden in die Nutzung von Marktforschungstools und -daten zur Themenauswahl sowie in eine auf Schlüsselindikatoren basierende Bewertung von Sponsoring-Aktivitäten eingearbeitet.

- erhalten einen vertieften Einblick in Themenbereiche des Sponsorings (Sport, Kultur, Medien, Entertainment, Soziales, Wissenschaft und Umwelt) sowie deren besondere Charakteristika.
- trainieren anhand konkreter Fallbeispiele die Erarbeitung integrierter, themenbasierter Kommunikationskonzepte.
- werden eingeführt in relevante Kompetenzen wie juristische Aspekte, Controlling und Compliance.
- erhalten eine Einführung in die Produktion von Film- und Bildmaterial für Social Media sowie eine praktische Schulung zur Erstellung von digitalem Content.

### ZIELPUBLIKUM

Der CAS Sponsoring Management richtet sich in erster Linie an:

- Berufstätige aus den Bereichen Marketing, Corporate Communications oder Corporate Social Responsibility, welche Projekte in Sponsoring oder themenbasierter Kommunikation verantworten oder dies in Zukunft tun werden.
- Verantwortliche in Sport, Kultur und anderen Sponsoringfeldern, die für Akquisition und Betreuung von Sponsoren verantwortlich sind.
- BerufseinsteigerInnen oder UmsteigerInnen aus den Bereichen Werbung, Kommunikation, Medien.

# Aufbau und Inhalt

## Lernen Sie, ein komplexes Marketinginstrument zu führen

Wir bieten Ihnen dafür eine kompakte und umfassende Wissensvermittlung mit hohem Praxisbezug.

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>Sponsoring Management – Grundlagen</b>	<b>Sponsoring Management – Vertiefung und Themenfelder</b>
Einführung Sponsoring Management und Content-Driven-Communication (Im Rahmen des Marketing-Mix – integrierte Entwicklung, Planung und Steuerung).	<ul style="list-style-type: none"><li>– Sportsponsoring, Kultursponsoring und Corporate Responsibility</li><li>– Content-Marketing und Story-Telling (Planung, Generierung und Distribution)</li><li>– Integrierte Wertschöpfung (von Kommunikation bis Crowdfunding)</li><li>– Compliance-Aspekte und weitere Rahmenbedingungen</li><li>– Integrationsseminar</li></ul>

### METHODIK

Unterrichtet wird in einem wirkungsvollen Methodenmix: Kurzvorlesungen führen in die jeweilige Thematik ein und vermitteln das Basiswissen zu Märkten, Instrumenten und Arbeitsprozessen.

Seminare und Workshops ermöglichen die Anwendung und Umsetzung des Gelernten wie auch den intensiven Dialog untereinander und mit den Dozierenden. Besonderer Wert wird hier auf strategische und konzeptionelle Aspekte gelegt.

### DOZIERENDE

Dozierende sind jeweils ausgewiesene Fachleute ihres Themenbereichs. Angestrebt wird eine Mischung aus erfahrenen Praktikern und Fachhochschuldozierenden sowie von nationalen und internationalen Sponsoring-Experten.

### FACHBEIRAT

Die Weiterentwicklung des Kurses wird von einem Fachbeirat mit Sponsoring-Experten aus Unternehmen-, Sportindustrie, Kulturbereich und Nonprofitsektor begleitet, dem folgende Persönlichkeiten angehören:

**Jean-Baptiste Felten (Fachbeirat Vorsitz)**, CEO Felten & Cie, Vizepräsident FASPO

**Martin Blaser**, Managing Director InfrontRingier Sports & Entertainment

**Simon Hofmann**, Leiter Live Experience & Sponsorship B2B, Swisscom

**Dr. Leticia Labaronne**, Leiterin Zentrum für Kulturmanagement, School of Management and Law

**Isabelle Roos**, Corporate Partnerships Schweizerisches Rotes Kreuz

**André Stöckli**, Leiter Sponsoring Raiffeisen Schweiz

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Carola Fischer**  
Studienleitung  
Sponsoring Management

## STUDIENLEITUNG

**Carola Fischer**, Dr. oec. HSG  
Zentrum für Kulturmanagement  
Telefon +41 58 934 42 68  
[carola.fischer@zhaw.ch](mailto:carola.fischer@zhaw.ch)

## ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law  
Customer Service Weiterbildung  
Theaterstrasse 15b  
Postfach  
8401 Winterthur  
Telefon +41 58 934 79 79  
[info-weiterbildung.sml@zhaw.ch](mailto:info-weiterbildung.sml@zhaw.ch)

## Zentrum für Kulturmanagement

Das Zentrum für Kulturmanagement (ZKM) der School of Management and Law befasst sich mit allen Aspekten des Managements im Kulturbereich wie Kulturproduktion, -organisation und -vermittlung; des Weiteren auch mit angrenzenden Gebieten wie Kulturwirtschaft, Public- und NPO-Management sowie Fundraising, Sponsoring und Eventmanagement.

Ziel des ZKM ist, die Bereiche Forschung, Praxis und Ausbildung zusammenzuführen. Ein besonderes Anliegen ist die Förderung des eigenverantwortlichen unternehmerischen Denkens und Handelns in der Kultur und angrenzenden Bereichen.

Das ZKM arbeitet mit vielen Institutionen und Organisationen aus Kultur, NPO-Bereich und Wirtschaft zusammen. Dieses gut ausgebaute, vielfältige Netzwerk erlaubt die Entwicklung eines umfassenden interdisziplinären Know-hows, das kontinuierlich weiterentwickelt und aktualisiert wird.

>>> [www.zhaw.ch/zkm](http://www.zhaw.ch/zkm)

# Organisatorisches

## Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

### AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahre Berufserfahrung. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung.

### ANMELDUNG

Die Anmeldung erfolgt online. Anmeldefristen siehe Webportal. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

>>> [www.zhaw.ch/zkm/sponsoring](http://www.zhaw.ch/zkm/sponsoring)

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> [www.zhaw.ch/zkm/sponsoring](http://www.zhaw.ch/zkm/sponsoring)

### ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Punkt ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies inklusive Kontaktunterricht 300 Stunden.

### LEISTUNGSNACHWEIS

Die Leistungsbewertung der Module erfolgt durch die Benotung der Case Study.

### UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur statt, zwei Gehminuten vom Bahnhof Winterthur entfernt.

>>> [www.zhaw.ch/sml/campus](http://www.zhaw.ch/sml/campus)

### DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von drei Monaten berufsbegleitend absolviert und umfasst rund 90 Lektionen in 14 Tagen.

### UNTERRICHTSZEITEN

Der Unterricht findet jeweils Freitag 9.00–17.15 Uhr und Samstag 9.00–12.30 Uhr statt.

### UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch. Einzelne Fachartikel oder Unterlagen können auf Englisch verfasst sein.

### ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzplicht von mindestens 80% verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Sponsoring Management». Das Zertifikat berechtigt zur Berufsbezeichnung: zertifizierter Sponsoring Manager FH oder zertifizierte Sponsoring Managerin FH. Es ist von der eidgenössischen Fachhochschulkommission autorisiert und rechtlich geschützt. Es wird von Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen FASPO anerkannt

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 5900.– pro Person.

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> [www.zhaw.ch/sml/atb-wb](http://www.zhaw.ch/sml/atb-wb)

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

## School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2  
Postfach  
8401 Winterthur  
Schweiz

[www.zhaw.ch/sml](http://www.zhaw.ch/sml)



swissuniversities