marconomy
SEMINARE

Weiterbildungsprogramm „Zertifikatskurs B2B Marketing“

Hier finden Sie alle Zahlen, Daten und Fakten rund um den Kurs „B2B Marketing“ mit Hochschulzertifikat, der von marconomy und der Internationalen Hochschule VICTORIA ausgerichtet wird.

Eine Veranstaltung von Marken und Partnern der VOGEL COMMUNICATIONS GROUP

marconomy iba EDUNEX

Zertifikatskurs B2B Marketing –

Werden Sie zum hochschulzertifzierten B2B-Marketer!

marconomy iba EDUNEX

Professionelles Marketing wird von B2B-Unternehmen zunehmend als entscheidender Faktor gesehen. Trotzdem wird die Spezialisierung auf B2B Marketing in der gängigen Hochschullehre sowie in Weiterbildungen vernachlässigt und unterschätzt. Der Hochschulzertifikatskurs, angeboten von marconomy in Kooperation mit der Internationalen Hochschule VICTORIA, schließt diese Lücke.
Dabei greift der Kurs sowohl auf die Lehre als auch die Praxiserfahrung im B2B Marketing zurück. Im Hintergrund steht dabei die lange Erfahrung im Seminar-Bereich der Vogel Communications Group, dem Mutterunternehmen von marconomy. Machen Sie mit und werden auch Sie zum hochschulzertifizierten B2B-Marketer!

Melden Sie sich hier für den Zertifikatskurs an:
seminare.marconomy.de/zertifikatskurs-b2b-marketing

Überblick

Im „Zertifikatskurs B2B Marketing“ von marconomy und der Internationalen Hochschule VICTORIA lernen Sie die komplexen Herausforderungen des modernen B2B Marketings zu meistern. Machen Sie mit und erhalten Sie Ihr Hochschulzertifikat!

Die Fakten auf einen Blick

- **Programmdauer:** Aufteilung in 7 Module
- **Präsenszeit:** 4 Tage in Onlinepräsenz + 1 Tag Präsenzprüfung auf den B2B Communication Days in Würzburg
- **Abschluss:** Hochschulzertifikat
- **Teilnahmegebühren:** (alle Preise zzgl. MwSt.)
  Regulärer Preis | 3.000 €*
  Preise für Studierende/Absolventen der VICTORIA Internationale Hochschule: 2.700 €
- **Termine:** die aktuellen Termine finden Sie unter seminare.marconomy.de/zertifikatskurs-b2b-marketing

* Die Teilnahmegebühr beinhaltet alle anfallenden Kurs- und Zertifikatsgebühren, alle Honorare für Referenten und Prüfungsaufsichten und ein Ticket für die B2B Communication Days (7. + 8. Oktober 2025)

Zielgruppe

Berufliches Umfeld

- Berufseinsteiger in B2B-Marketing-Positionen
- Marketer, die sich in Richtung B2B umorientieren möchten
- Personen, die in Marketingabteilungen von B2B-Unternehmen arbeiten, ohne originäre Marketingausbildung

Akademisches Umfeld

- Studierende, Trainees oder Auszubildende mit Fokus Marketing
- Absolventen und Alumni

Die Vorteile auf einem Blick

für B2B-Marketer

- Erhalten Sie eine attraktive und zukunfts-weisende Marketingausbildung speziell für B2B-Unternehmen
- Erhalten Sie eine berufliche Qualifizierung im B2B Marketing mit Hochschulzertifikat (äquivalent zu 5 ECTS)
- Erlangen Sie die relevanten Inhalte aus Lehre, Forschung und Praxis
- Professionelles Konzept: Profitieren Sie von der langjährigen Expertise der Veranstalter und der Referentin

für Unternehmen

- Wirken Sie dem Fachkräftemangel entgegen
- Bilden Sie Young-Professionals, Quereinsteiger und erfahrene Mitarbeiter qualifiziert weiter
- Ihre Mitarbeiter profitieren von der Fokussierung der Marketingthemen speziell auf die B2B-Herausforderungen
- Hochschulzertifikat einer staatlich anerkannten Hochschule (äquivalent zu 5 ECTS)

Tipps:

- Credits: Der Kursaufwand inkl. Selbststudium und Leis-tungsnachweis erlaubt eine Erlangung von 5 ECTS, die bei eventuellen Folgestudien angerechnet werden können.
- Reichen Sie Bildungsurlaub ein: http://www.bildungsurlaub.de/home.html

Referentin Gabriele Geiger

Gabriele Geiger ist Dipl.-Betriebswirtin, Hochschuldozentin und B2B-Marketing-Expertin.
Ihr Herz schlägt für die Themen Marke, Leadmanagement und E-Business –
mit Leidenschaft für gute Strategien und Konzepte und noch bessere Umsetzung.

Berufserfahrung:

- Vice President Marketing & Customer Journey & Member of Management Board, Eplan
- Gründerin und Inhaberin assemdee Marketing Consulting

Erfahrung:

- Mehr als 15 Jahre Erfahrung im B2B Marketing, davon mehr als 9 Jahre in Führungsrollen

Zusätzliche Ausbildungen (Auszug)

- Leadmanagement Consultant (TÜV zertifiziert)
- E-Business Manager (Zertifikat Uni Duisburg Essen)
- Train-the-Trainer Ausbildung

„Mit diesem Seminar geben wir dem B2B Marketing und seinen Marketern die Aufmerksamkeit, die sie verdienen!“

Gabriele Geiger, Referentin des Zertifikatskurses

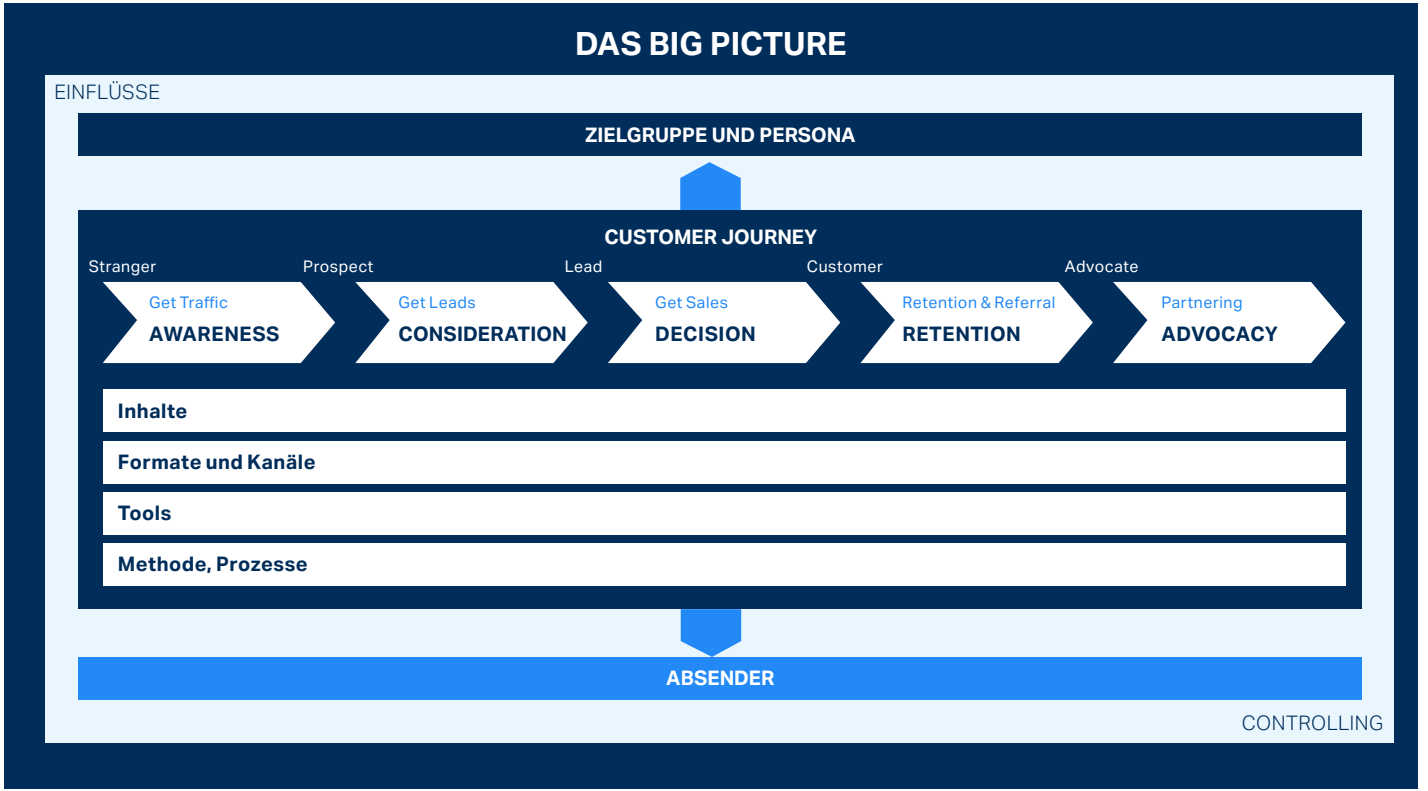
Kursinhalte

Die Lehrinhalte des Zertifikatskurses „Zertifikatskurses B2B Marketing“ sind in sieben thematische Module aufgeteilt. Von den Grundlagen des B2B Marketings, über das Customer Journey Management, bis hin zur Positionierung des Marketings im Unternehmen, deckt der Kurs alle relevanten Themengebiete im B2B Marketing ab. Am Ende dieser sieben Module steht eine Leistungserhebung in Form einer mündlichen Prüfung.

Modul 1	**B2B Marketing: Das Besondere**

Ziel:
• Unterschiede zwischen B2C und B2B Marketing gemeinsam erarbeiten
• Anforderungen im Speziellen an B2B-Kommunikation verstehen
• Erster Eindruck eines professionellen B2B Marketings erhalten
• Begeisterung für B2B Marketing wecken
 	
Dauer: 3 Einheiten
	Inhalte:
	• **Darstellung der größten Unterschiede zwischen B2C und B2B Marketing bezogen auf Produkt, Preis-, Distributions- & Kommunikationspolitik**
	• **Determinanten Einkaufsverhalten**
	• **Marktumfrage und -impulse**
	• **Praxisbeispiele**
	• **Einflüsse und Treiber modernen Marketings:**
	  ◦ Evolution im Einkaufsverhalten
	  ◦ Konsequenzen für eine moderne Customer Journey: Aufbau, Inhalte, Formate und Kanäle, Tools, Methoden und Prozesse

Der rote Faden der folgenden Module bildet das „Big Picture B2B Marketing“



Bildquelle: (© assemdee, Gabriele Geiger)

Modul 2	Die Marke im Zentrum

Ziel:
• Bedeutung der Marke als zentraler Aspekt für externe und interne Positionierung verstehen
• Ableitung und Zusammenhang zu konkreten Maßnahmen verstehen und umsetzen können
• Employer Persona gestalten können
• Employer Journey entwickeln können
 	
Dauer: 8 Einheiten
	Inhalte:
	• **Markensteuerrad: Marke, Markenkern, Markenwerte und Positionierung als Basis für CI, CB, CW (auch Terminologie technische Doku) und CD verstehen**
	• **Mission, Vision und Elevator Pitch**
	• **Implementierung der Marke nach außen:**
	  ◦ Best Practices vorstellen und erläutern
	  ◦ Internationalisierung einer Marke
	• **Implementierung der Marke nach innen:**
	  ◦ Employer Branding (Recruiting und Retention)
	  ◦ Erarbeitung einer Employer Persona
	  ◦ Entwicklung einer Employer Journey Recruiting, On Boarding
	  ◦ **Personalentwicklung**, Exit

Modul 3	Definition und Phasen

Ziel:
• Die moderne Customer Journey verstehen
• Herausforderungen begreifen
• Wichtigste Treiber verstehen
• Chancen entdecken
 	
Dauer: 5 Einheiten
	Inhalte:
	• **Inbound Marketing**
	• **Content Marketing:**
	  ◦ Weg zu gutem Content, Beispiele, Storytelling
	• **Formate**
	• **Kanäle**
	• **Performance Marketing:**
	  ◦ own, earned, paid, SEO, Controlling
	• **Website:**
	  ◦ Relevanz, Funktionen, Ziele, KPIs, Übung zur Analyse
	• **Social Media:**
	  ◦ Allgemein: Ziele, Checkliste, Guidelines, Controlling, Schwerpunkt LinkedIN inkl. Personal Branding mit Best Practices
	• **E-Commerce**

Modul 4	Umsetzung der Customer Journey mithilfe von Kampagnenmanagement

Ziel:
• Kenntnisse zum Aufsetzen einer Kampagne erlangen
• Methoden zur Erlangung von Input (Storyline, Nutzenargumentation erlernen und anwenden können)
• Kriterien zur Auswahl der passenden Formate, Inhalte und Kanäle verstehen und anwenden können
 	
Dauer: 8 Einheiten
	Inhalte:
	• **Herangehensweise über Kampagnenmanagement**
	• **Aufsetzen eines Campaign Sheets mit:**
	  • Why: Ziele (Smart, KPIs)
	  • Who: Zielgruppe und Persona (Erarbeitung Persona Steckbrief, Personas im Buying Center)
	  • What: Storyline, Nutzenargumentation Benefits, Reasons to believe (inkl. Methoden zur Inhaltsgewinnung)
	  • How: Gestaltung der Customer Journey über Definition von Content, Format und Kanälen (Formate, Darstellung von Inhalten)
	  • Agenturbriefing
	• **Anhand Praxisbeispiel erarbeiten**

Modul 5	Implementierung der Kampagne mithilfe Tools und im Kontext Leadmanagement

Ziel:
• Marketing Automation verstehen
• Leadmanagement verstehen und anwenden können
• Schnittstelle Marketing und Vertrieb verstehen und gestalten können
 	
Dauer: 3 Einheiten
	Inhalte:
	• **Implementierung der Kampagne mit Marketing Automation**
	  • Paid Media
	  • Einbindung von Social Media
	  • Emails und Landingpages inkl. Formulare
	  • Nurturing und Scoring
	  • Reporting
	• **Einbettung von Marketing Automation in Leadmanagement**
	  • Leadstages
	  • Sales Funnel
	  • Schnittstelle zu Vertrieb/SLA
	  • Übergabe CRM und Cosed Loop Reporting (KPIs)
	• **Übersicht Marketing Automation Tools und Auswahlkriterien**

Modul 6	Fähigkeiten und Rollen im modernen Marketing
Ziel: • Verstehen, welche Fähigkeiten und Rollen im modernen Marketing benötigt werden Dauer: 1 Einheiten	**Inhalte:** • **Positionierung des Marketing innerhalb des Unternehmens als wertbeitragende Abteilung** • **Anforderungen an Rollen im Kontext Agilität und den Treibern modernen Marketings (Online, Inbound, Content, e Commerce)** • **Fähigkeiten, die dafür benötigt werden** • **Neue Art der Zusammenarbeit durch fließende Schnittstellen**

Modul 7	Fähigkeiten und Rollen im modernen Marketing
Ziel: • Verstehen, welche Fähigkeiten und Rollen im modernen Marketing benötigt werden Dauer: 2 Einheiten	**Inhalte:** • **Positionierung des Marketings innerhalb des Unternehmens als wertbeitragende Abteilung** • **Anforderungen an Rollen im Kontext Agilität und den Treibern modernen Marketings (Online, Inbound, Content, E-Commerce)** • **Fähigkeiten, die dafür benötigt werden** • **Neue Art der Zusammenarbeit durch fließende Schnittstellen**

Leistungsnachweis

- Mündliche Prüfung: 30-minütige Präsentation eines auf Basis der Lerninhalte erarbeiteten Praxisbeispiels
- Prüfungsausschuss sind Vertreter der VICTORIA und marconomy sowie der Referent
- Bei Erfolg, Aushändigung des Zertifikates vor Ort bei den B2B Communication Days 2025 inkl. Foto und Veröffentlichung auf marconomy.de und den Hochschulmedien

Wir behalten uns vor Inhalte, Termine und Preise unserer Seminare jederzeit zu ändern. Die jeweils aktuellen Informationen finden Sie immer online unter seminare.marconomy.de/zertifikatskurs-b2b-marketing

Über die Veranstalter des Kurses

Der Zertifikatskurs Zertifikatskurs B2B Marketing wird von marconomy in Kooperation mit der Internationalen Hochschule VICTORIA veranstaltet. So können Lehre und Praxiswissen im Kurs vereint werden.

marconomy

Über marconomy

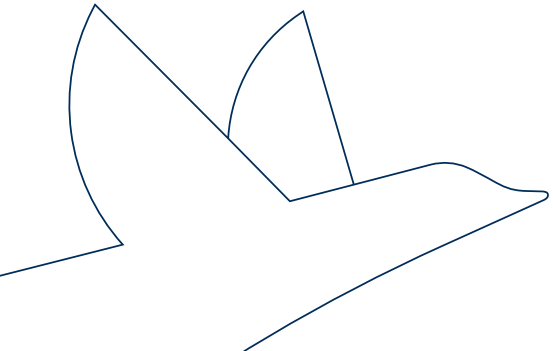
marconomy ist das Fachmedium für B2B Marketing, Kommunikation und Vertrieb. Mit dem Fachportal www.marconomy.de, den Fachkongressen (Lead Management und B2B Communication Days) sowie Seminaren zur beruflichen Weiterbildung zeigt marconomy, wie Trends aus dem Consumer-Bereich auch in B2B-Unternehmen Anwendung finden. Das Fachmedium hat damit eine Community geschaffen, die branchenübergreifenden Input für die beruflichen Herausforderungen von Marketing-, Kommunikations-, und Vertriebs-Verantwortlichen aus Industrie- und Technologieunternehmen garantiert. marconomy ist eine Marke der Vogel Communications Group. www.marconomy.de

iba EDUNEX

Über iba | EDUNEX

iba | EDUNEX ist die gemeinsame Plattform der iba – University of Cooperative Education und der VICTORIA | Internationale Hochschule. Sie vereint akademische Studienangebote mit innovativen Weiterbildungskonzepten führender Bildungsträger. Durch die gemeinsame Entwicklung hochschulzertifizierter Programme entsteht ein Portfolio, das die praxisorientierten Studiengänge an 15 Studienorten deutschlandweit ideal ergänzt.

Sie haben Fragen?
Wir sind jederzeit für Sie da!



Kontaktieren Sie uns gerne telefonisch oder schriftlich:

Tel: +49 931 418-0
E-Mail: team@marconomy.de

VOGEL COMMUNICATIONS GROUP

Vogel Communications Group GmbH & Co. KG
Max-Planck-Straße 7/9, 97082 Würzburg, www.vogel.de
team@marconomy.de, t +49 931 418-0

13606