

Teilnahmebeitrag

Bei Buchung von 12 Modulen (acht Pflicht- und vier Wahlmodule) im Paket beträgt der Teilnahmebeitrag insgesamt 3.490 Euro inkl. Prüfungsgebühr je Teilnehmer.

Die Module können auch einzeln belegt werden. Der Teilnahmebeitrag beträgt pro Modul und Teilnehmer 349 Euro.

Mitglieder der bcsd können das Gesamtpaket von 12 Modulen inkl. Prüfungsgebühr vergünstigt zum Preis von 3.290 Euro buchen.

Weitere Informationen sowie aktuelle Termine und Veranstaltungsorte finden Sie auf www.icr-studium.de

Qualifikation mit Perspektive

Mit Abschluss des Studiums verfügen die Absolventen über folgende Qualifikationen:

- Kenntnisse in den Fachgebieten Marketing, Kommunikation, Kommunalentwicklung, Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und Handel
- Kenntnisse der strategischen Markenentwicklung und -führung
- Fähigkeit zur Moderation und Führung von Versammlungen, Gruppenarbeiten und Diskussionen
- Kenntnisse über kommunale und politische Strukturen und Abläufe sowie grundlegende stadtentwicklungspolitische Zusammenhänge
- Kenntnisse der betrieblichen Administration, der rechtlichen Rahmenbedingungen und der Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten
- Fähigkeit zur strategischen Entwicklung und Durchführung von Events, Aktionen und Kampagnen



Ihr Kontakt zum Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e.V. (ICR):

Johanna Matt

Tel.: 030 - 2804 2672 | info@icr-studium.de

City-, Stadt- und Regionalmanagement

BERUFSBEGLEITENDER WEITERBILDUNGSSTUDIENGANG

Studienabschluss

Am Ende des Weiterbildungsstudiums steht eine praxisorientierte Abschlussarbeit über ein frei wählbares Thema.

Das Studium schließt mit dem Zertifikat „ICR-geprüfter und bcsd-zertifizierter City-, Stadt- und Regionalmanager“ ab. Die Studierenden erhalten nach erfolgreichem Abschluss ein Zeugnis mit Bestätigung der absolvierten Module.

Kooperationspartner

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd)
Tieckstraße 38 | 10115 Berlin
www.bcsd.de | office@bcsd.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Luitpoldstraße 2 | 91301 Forchheim
www.cima.de
Michael Schwarz | schwarz@cima.de



in Kooperation mit:

bcsd Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

cima.

City-, Stadt- und Regionalmarketing

Nicht zuletzt durch die verstärkte Würdigung der ehemals als „weich“ bezeichneten Standortfaktoren wie Kultur, Bildung, lebendige Innenstadt und attraktives Stadtimage hat das Stadtmarketing einen Bedeutungsgewinn erfahren. Es wird als ein wichtiges wirtschaftspolitisches Steuerungsinstrument anerkannt, das die regionalwirtschaftliche Stärke stützt und fördert. Zumal die Kernkompetenzen des City- und Stadtmarketings, wie das Stakeholdermanagement, die Moderations- und Kommunikationsfähigkeit an stadtgesellschaftlichen Schnittstellen sowie echte und dauerhafte Bürgerbeteiligung allesamt vielversprechende Entwicklungsperspektiven für die Städte bieten.

Heute sind in nahezu allen deutschen Städten professionelle Stadt- und Citymarketingorganisationen aktiv. Ihr Tätigkeitsspektrum ist dabei so vielfältig, wie die Städte und Regionen selbst. Arbeitsauftrag ist die Entwicklung, Gestaltung und Vermarktung einer Stadt oder Region auf der Grundlage der Bürger-, Besucher- und Kundenorientierung mit dem Ziel der nachhaltigen Sicherung bzw. Steigerung von Lebensqualität, Standortattraktivität und Wirtschaftskraft.

ICR-Weiterbildungsstudiengang

Vor diesem Hintergrund bietet das ICR den berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ an. Dieser basiert auf einem ganzheitlichen Verständnis von Stadtmarketing und schließt alle vor Ort relevanten Aufgabenstellungen ein. Ziel des Studiengangs ist die umfassende Qualifizierung der Teilnehmer, die sich an den Bedürfnissen der Praxis orientiert. Die Teilnehmer profitieren von der Erfahrung renommierter Experten aus Wissenschaft und Praxis sowie von einem ständig wachsenden Netzwerk und professioneller Betreuung.

Der Studiengang richtet sich an Geschäftsführer und Mitarbeiter sowie Berufseinsteiger aus folgenden Bereichen:

- City-, Stadt- und Regionalmarketing
- Tourismusmarketing und -management
- Wirtschaftsförderung
- Kulturmarketing
- Wissenschaftsmarketing
- Standortmarketing
- Regionalmanagement und -entwicklung

Aufbau und Organisation

Im Rahmen des Studiums müssen acht Pflicht- und vier Wahlmodule belegt werden. Die vier Wahlmodule können nach individuellem Interesse aus sieben angebotenen Modulen zusammengestellt werden. Somit können innerhalb des Studiums persönliche oder lokalspezifische Akzente gesetzt werden. Zu jedem Modul gibt es anrechenbare Seminare, d.h. in der Regel eintägige Veranstaltungen, die in verschiedenen Orten in ganz Deutschland oder digital stattfinden. Zusätzlich müssen von jedem Teilnehmer vier Programmtage Netzwerkveranstaltungen besucht werden.

Zu jedem Modul wird mindestens alle zwei Jahre ein anrechenbares Seminar angeboten. Die Module bzw. Seminare dienen dazu, Lerninhalte in den verschiedenen Themenbereichen zu vermitteln, zu vertiefen und anhand praktischer Beispiele die Bedeutung für die tägliche Arbeit im City- und Stadtmarketing aufzuzeigen. Die Modul- bzw. Seminarinhalte werden durch Grundlagenvorträge und die Präsentation von Beispielen aus der Praxis vermittelt. Diskussionen und moderierte Praxis- und Gruppenarbeiten dienen dazu, das Erlernete zu reflektieren und zu vertiefen.

