

Curriculum CAS CEM HS 2023 - vorbehaltlich Änderungen!

Modul 1: Strategisches Customer Experience Management									
Segment	ID	Tag	Datum	von	bis	L	Raum*	Titel	Dozierende
Einführung in das Evidenz-basierte CX Management	1	Donnerstag	24.08.23	08.15	12.30	5		Willkommen in der Erlebnis-Ökonomie: CX-Maturität verstehen und einschätzen	Dr. Wolfgang Schäfer
	2	Freitag	25.08.23	08.15	12.30	5		Beisterung: Ziele und Dimensionen des CEM	Dr. Wolfgang Schäfer
	3	Freitag	25.08.23	13.30	17.45	5		Von der Service Dominant Logic zum Service Design	Prof. Dr. Brian Rüeiger
Customer Experience Strategie	4	Donnerstag	31.08.23	08.15	12.30	5		Schneller, kompetenter, kreativer: kundenorientierte Ausgestaltung von Strukturen und Prozesse	Raphael Furrer
	5	Freitag	01.09.23	08.15	12.30	5		CX-Maturität entwickeln: Eine nachhaltige CX-Strategie in Zeiten der Erlebnisökonomie etablieren	Dr. Tia Mäkinen
	6	Freitag	01.09.23	13.30	17.45	5		CXM und Restriktion: formelle Grenzen bewältigen	Dr. Tia Mäkinen
CX Implementierung	7	Donnerstag	07.09.23	08.15	12.30	5		Werte und Normen für eine erfolgreiche CX-Unternehmenskultur	Simon Reber
	8	Donnerstag	07.09.23	14.15	17.00	5		Anreise CX Exkursion	Dr. Wolfgang Schäfer
	9	Freitag	08.09.23	08.15	12.30			CX Exkursion: Europapark	Dr. Wolfgang Schäfer
	9	Freitag	08.09.23	13.30	17.45	5		CX Exkursion: Europapark	Dr. Wolfgang Schäfer
	10	Donnerstag	14.09.23	08.15	12.30	5		Employee Experience: Wie zufriedene Mitarbeiter für eine bessere CX sorgen	Prof. Dr. Frank Hannich, Fabienne Fini
CX Konsolidierung	11	Freitag	15.09.23	08.15	14.00	8		Leistungsnachweis für Modul 1: Einzelarbeiten; Abgabe: 11.09.23	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	12	Freitag	15.09.23	15.00	17.45	2		Podiums-Diskussion	Dr. Wolfgang Schäfer

60

Modul 2: Operatives Customer Experience Management									
Segment	ID	Tag	Datum	von	bis	L	Raum*	Titel	Dozierende
CX Insights	13	Donnerstag	21.09.23	08.15	12.30	5		CX Project Design	Fabienne Fini
	14	Freitag	22.09.23	08.15	12.30	5		Erlebnisse im Kontext: Die Lebenswelt der Kunden verstehen und erfassen	Dr. Wolfgang Schäfer
	15	Freitag	22.09.23	13.30	17.45	5		Qualitative Kundenforschung: Erlebnisse verstehbar machen	Andreas Skjonberg
	16	Donnerstag	28.09.23	08.15	12.30	5		Quantitative Kundenforschung: Erlebnisse messbar machen	Dr. Steffen Müller
	17	Freitag	29.09.23	08.15	12.30	5		Erlebnisse überprüfbar machen: Einsatz von Experimenten im CEM	Dr. Marcus Zimmer
CX Design	18	Freitag	29.09.23	13.30	17.45	5		Besser Wow statt Ciao: Emotionalisierung für die Gestaltung von Erlebnissen nutzen	Prof. Dr. Brian Rüeiger
	19	Freitag	19.10.23	08.15	10.15	5		Touch or Trouble: Untersuchung des Kundenverhaltens an einzelnen Touchpoints	Fabienne Fini, Nina Weschenfelder
	20	Freitag	20.10.23	11.15	13.30	5		Customer Journey Design: gesamtheitliche Erlebnisse gestalten	Fabienne Fini, Nina Weschenfelder
	21	Freitag	20.10.23	14.15	16.30	5		Kundenzentrierung mit Jobs-to-be-done	Andreas von Criegem
CX Outlook	22	Freitag	27.10.23	08.15	12.30	5		Collaboration / Co-Creation: durch Netzwerkeffekte und Co-Creation Wert generieren	Jan Biller
	23	Freitag	27.10.23	13.00	17.15	5		E2E im CEM	Marco Steiner und Gäste
Leistungsnachweis für Modul 2: Gruppenarbeiten	24	Freitag	10.11.23	08.15	10.45	3		Leistungsnachweis für Modul 2: Gruppenarbeiten; Abgabe: 06.11.23	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	25	Freitag	10.11.23	10.30	12.30	2		Gast-Beitrag: CX Outlook	TBA

60