

Curriculum CAS CEM FS 2022 - vorbehaltlich Änderungen!

Modul 1: Strategisches Customer Experience Management									
Segment	ID	Tag	Video-Input (je 2 UE)**	Datum	von	bis	Raum*	Titel	Dozierende
Einführung in das Evidenz-basierte CX Management	1	Donnerstag		17.02.22	08.15	12.30	Präsenz	Willkommen in der Erlebnis-Ökonomie: CX-Maturität verstehen und einschätzen	Dr. Wolfgang Schäfer(, Fabienne Fini)
	2	Freitag		18.02.22	08.15	12.30	Präsenz	Von der Service Dominant Logic zum Service Design	Prof. Dr. Brian Rieger
	3	Freitag		18.02.22	13.30	17.45	Präsenz	Beisterung: Ziele und Dimensionen des CEM	Dr. Wolfgang Schäfer
Customer Experience Strategie	4	Donnerstag		24.02.22	08.15	12.30	Präsenz	Schneller, kompetenter, kreativer: kundenorientierte Ausgestaltung von Strukturen und Prozesse	Raphael Furrer
	5	Freitag		25.02.22	08.15	12.30	Präsenz	CX-Maturität entwickeln: Eine nachhaltige CX-Strategie in Zeiten der Erlebnisökonomie etablieren	Dr. Tia Mäkinen
	6	Freitag		25.02.22	13.30	17.45	Präsenz	CXM und Restriktion: formelle Grenzen bewältigen	Dr. Tia Mäkinen
CX Implementierung	7	Donnerstag		10.03.22	08.15	12.30	Präsenz	Employee Experience: Wie zufriedene Mitarbeiter für eine bessere CX sorgen	Prof. Dr. Frank Hannich
	8	Freitag		11.03.22	08.15	12.30	Präsenz	Collaboration / Co-Creation: durch Netzwerkeffekte und Co-Creation Wert generieren	Jan Biller
	9	Freitag		11.03.22	13.30	17.45	Präsenz	E2E im CEM	Marco Steiner
	10	Donnerstag		17.03.22	08.15	12.30	Präsenz	Werte und Normen für eine erfolgreiche CX-Unternehmenskultur	Simon Reber
CX Konsolidierung	11	Freitag		18.03.22	08.15	12.30	Präsenz	Leistungsnachweis für Modul 1: Einzelarbeiten; Abgabe: 12.03.22	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	12	Freitag		18.03.22	13.30	17.45	Online	Podiums-Diskussion	Dr. Wolfgang Schäfer

Modul 2: Operatives Customer Experience Management									
Segment	ID	Tag	Video-Input (je 2 UE)**	Datum	von	bis	Raum*	Titel	Dozierende
CX Insights	13	Donnerstag		24.03.22	08.15	12.30	Präsenz	CX Project Design	Fabienne Fini
	14	Freitag		25.03.22	08.15	12.30	Präsenz	Erlebnisse im Kontext: Die Lebenswelt der Kunden verstehen und erfassen	Dr. Wolfgang Schäfer
	15	Freitag		25.03.22	13.30	17.45	Präsenz	Qualitative Kundenforschung: Erlebnisse verstehbar machen	Andreas Skjoberg
	16	Donnerstag		31.03.22	08.15	12.30	Präsenz	Quantitative Kundenforschung: Erlebnisse messbar machen	Dr. Steffen Müller
	17	Freitag		01.04.22	08.15	12.30	Präsenz	Erlebnisse überprüfbar machen: Einsatz von Experimenten im CEM	Dr. Marcus Zimmer
CX Design	18	Freitag		01.04.22	13.30	17.45	Präsenz	Besser Wow statt Ciao: Emotionalisierung für die Gestaltung von Erlebnissen nutzen	Prof. Dr. Brian Rieger
	19	Donnerstag		07.04.22	08.15	10.15	Präsenz	Kundenzentrierung mit Jobs-to-be-done	Andreas von Criegern
	20	Donnerstag		07.04.22	11.15	13.30	Präsenz	Touch or Trouble: Untersuchung des Kundenverhaltens an einzelnen Touchpoints	Fabienne Fini, Nina Weschenfelder
	21	Donnerstag		07.04.22	14.15	16.30	Präsenz	Customer Journey Design: gesamtheitliche Erlebnisse gestalten	Fabienne Fini, Nina Weschenfelder
	22	Freitag		08.04.22	08.15	12.30	Präsenz	Big Data für digitale Kundenerlebnisse: Mit den richtigen Daten zu evidenzbasierten Erlebniswelten	Patrick Glauser
CX Outlook		Freitag		08.44.22	16.00	19.00		Anreise zum Europapark	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	23	Samstag		09.04.22	08.15	12.30	Präsenz	Exkursion: Mit KI, Bots, Automatisierung, AR und VR die Zukunft von CX gestalten (Europa Park)	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	24	Samstag		09.04.22	13.00	17.15	Präsenz	Exkursion: Mit KI, Bots, Automatisierung, AR und VR die Zukunft von CX gestalten (Europa Park)	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	Leistungsnachweis für Modul 2: Gruppenarbeiten	25	Freitag		06.05.22	08.15	9.45	Präsenz	Abgabe: 30.04.22
	26	Freitag		06.05.22	10.30	12.30	Präsenz	Gast-Beitrag: CX Outlook	TBA

* alle Präsenzveranstaltungen ggf. Online

** Video-Inputs werden bis zum genannten Datum bereitgestellt.

Die Videos sind Grundlage der betreffenden Sitzung, weshalb sie vor dieser gesehen werden sollten.