

## Curriculum CAS CEM HS 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		01.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Willkommen in der Erlebnis-Ökonomie: CX-Maturität verstehen und einschätzen	Dr. Wolfgang Schäfer(, Fabienne Fini)
	2	Freitag		02.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Von der Service Dominant Logic zum Service Design	Prof. Dr. Brian Rieger
	3	Freitag		02.09.22	13.30	17.45	Präsenz	Beisterung: Ziele und Dimensionen des CEM	Dr. Wolfgang Schäfer
Customer Experience Strategie	4	Donnerstag		08.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Schneller, kompetenter, kreativer: kundenorientierte Ausgestaltung von Strukturen und Prozesse	Raphael Furrer
	5	Freitag		09.09.22	08.15	12.30	Präsenz	CX-Maturität entwickeln: Eine nachhaltige CX-Strategie in Zeiten der Erlebnisökonomie etablieren	Dr. Tia Mäkinen
	6	Freitag		09.09.22	13.30	17.45	Präsenz	CXM und Restriktion: formelle Grenzen bewältigen	Dr. Tia Mäkinen
CX Implementierung	7	Donnerstag		15.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Employee Experience: Wie zufriedene Mitarbeiter für eine bessere CX sorgen	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	8	Freitag		16.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Collaboration / Co-Creation: durch Netzwerkeffekte und Co-Creation Wert generieren	Jan Biller
	9	Freitag		16.09.22	13.30	17.45	Präsenz	E2E im CEM	Marco Steiner
	10	Donnerstag		22.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Werte und Normen für eine erfolgreiche CX-Unternehmenskultur	Simon Reber
CX Konsolidierung	11	Freitag		23.09.22	08.15	12.30	Präsenz	Leistungsnachweis für Modul 1: Einzelarbeiten; Abgabe: 17.09.22	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	12	Freitag		23.09.22	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		06.10.22	08.15	12.30	Präsenz	CX Project Design	Fabienne Fini
	14	Freitag		07.10.22	08.15	12.30	Präsenz	Erlebnisse im Kontext: Die Lebenswelt der Kunden verstehen und erfassen	Dr. Wolfgang Schäfer
	15	Freitag		07.10.22	13.30	17.45	Präsenz	Qualitative Kundenforschung: Erlebnisse verstehbar machen	Andreas Skjoberg
	16	Donnerstag		20.10.22	08.15	12.30	Präsenz	Quantitative Kundenforschung: Erlebnisse messbar machen	Dr. Steffen Müller
	17	Freitag		21.10.22	08.15	12.30	Präsenz	Erlebnisse überprüfbar machen: Einsatz von Experimenten im CEM	Dr. Marcus Zimmer
CX Design	18	Freitag		21.10.22	13.30	17.45	Präsenz	Besser Wow statt Ciao: Emotionalisierung für die Gestaltung von Erlebnissen nutzen	Prof. Dr. Brian Rieger
	19	Donnerstag		27.10.22	08.15	10.15	Präsenz	Kundenzentrierung mit Jobs-to-be-done	Andreas von Criegern
	20	Donnerstag		27.10.22	11.15	13.30	Präsenz	Touch or Trouble: Untersuchung des Kundenverhaltens an einzelnen Touchpoints	Fabienne Fini, Nina Weschenfelder
	21	Donnerstag		27.10.22	14.15	16.30	Präsenz	Customer Journey Design: gesamtheitliche Erlebnisse gestalten	Fabienne Fini, Nina Weschenfelder
	22	Freitag		28.10.22	08.15	12.30	Präsenz	Big Data für digitale Kundenerlebnisse: Mit den richtigen Daten zu evidenzbasierten Erlebniswelten	Patrick Glauser
CX Outlook	23	Freitag		28.10.22	16.00	19.00		Anreise zum Europapark	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	23	Samstag		29.10.22	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		29.10.22	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		11.11.22	08.15	9.45	Präsenz	Abgabe: 05.11.22	Dr. Wolfgang Schäfer, Fabienne Fini
	26	Freitag		11.11.22	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.