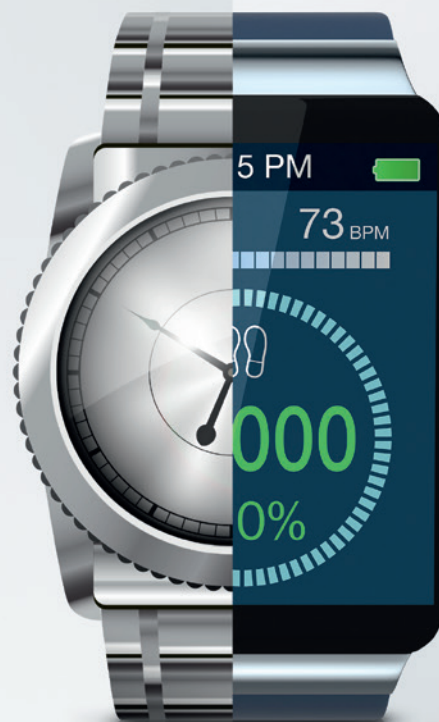


AI im Product Management

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

Erweitern Sie Ihr Know-how

Machen Sie sich fit für den Einsatz von Artificial Intelligence im Product Management.

AUSGANGSLAGE

Produkte und Dienstleistungen sammeln heute in allen Lebensphasen Daten. Mit diesen Daten können Kundenbedürfnisse besser verstanden sowie neuer Produktnutzen und letztendlich neue Businessmodelle geschaffen werden. Machine Learning und Artificial Intelligence unterstützen Product Manager schon heute dabei, in grossen Datensätzen strategische Entscheidungsgrundlagen zu identifizieren und Aufgaben des operativen Tagesgeschäfts zu automatisieren.

Der CAS AI im Product Management bringt Sie auf den neusten Stand hinsichtlich Methoden und Technologien des Product Management im Zeitalter von Artificial Intelligence.

ZIELPUBLIKUM

Der CAS AI im Product Management richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus dem Marketing und dem Product Management sowie verwandten Disziplinen, die das Potenzial von Machine Learning und Artificial Intelligence nutzen wollen, um auf Basis von verfügbaren Daten bessere strategische Entscheidungen treffen und diese schneller operativ umsetzen zu können.

Ein technischer Hintergrund ist dabei nicht notwendig, jedoch eine Affinität zum Umgang mit produktbezogenen Daten und zu deren AI-basierter Analyse.

LERNZIELE UND NUTZEN

Nach erfolgreichem Abschluss des Lehrgangs verfügen Sie über folgende Kompetenzen:

- Fähigkeit, smarte Produkte und Dienstleistungen zu konzipieren, die Daten über ihren Produktlebenszyklus, ihre Nutzer:innen und ihre Umwelt erzeugen bzw. sammeln
- Verständnis dafür, wie mit Machine-Learning-Ansätzen aus diesen Daten Entscheidungsgrundlagen geschaffen werden, um Produkte und Dienstleistungen an die Bedürfnisse der Kund:innen anzupassen
- Wissen über die grundlegende Funktion und den Einsatz neuer Technologien wie Blockchain, Cloud Computing und Artificial Intelligence, um die Unternehmensziele im Produktmanagement möglichst effizient zu erreichen
- Fähigkeit, im Zeitalter von IoT und Industrie 4.0 neue Ertrags- und Geschäftsmodelle zu entwickeln und umzusetzen

Aufbau und Inhalt

Mit methodischer Vielfalt zum nachhaltigen Lerneffekt

In kompakten, praxisorientierten Modulen vermitteln wir Fachwissen, von dem Sie in Ihrem Arbeitsalltag profitieren.

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Strategische Grundlagen des datenbasierten Produktmanagements	Operative Umsetzung des Product Management im Zeitalter von AI
<ul style="list-style-type: none">– Der digitale Zwilling von Produkten und Dienstleistungen– Sensoren, IoT-Tools und Cloud Computing– Grundlagen Artificial Intelligence und Data Science– Machine Learning als strategisches Entscheidungstool im PM– Big Data und Analytics in Marketingkommunikation und Sales	<ul style="list-style-type: none">– ChatGPT & Co.: generative AI-Tools im operativen PM– Bots & Co. in Service und Marketingkommunikation– Blockchain, Datenschutz und Datensicherheit im PM– Ethische Aspekte des digitalen Businessmanagements– Soft Factors, Leadership und Change Management in der digitalen Business Transformation

METHODIK

Wichtige Bestandteile des Lehrgangs sind die unmittelbare Anwendung der theoretischen Grundlagen mithilfe von Fallstudien und Praxisbeispielen sowie die Reflexion und Diskussion vor dem eigenen Erfahrungshintergrund. Gruppenarbeiten, Präsentationen, E-Teaching und E-Learning ergänzen den Frontalunterricht.

DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktiker:innen aus dem Fachbereich mit didaktischer Erfahrung

Informationsapéros

Gerne berät Sie die Studienleitung in einem persönlichen Gespräch oder an einem der Informationsapéros.

>>> www.zhaw.ch/imm/info-aperos

Organisatorisches

Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolvent:innen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens sechs Jahre einschlägige Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. In Ausnahmefällen können weitere Personen zugelassen werden, wenn sich deren Befähigung zur Teilnahme aus einem anderen Nachweis ergibt. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung nach einem Zulassungsgespräch.

ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

>>> www.zhaw.ch/imm/aipm

ZAHL DER TEILNEHMENDEN

Die Zahl der Teilnehmenden ist auf 24 Personen beschränkt.

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> www.zhaw.ch/imm/aipm

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies ca. 300 Stunden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Pro Modul ist ein Leistungsnachweis in Form einer schriftlichen oder mündlichen Einzel- bzw. Gruppenarbeit zu erbringen.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur und/oder online statt. Details zum Unterrichtsformat und zum Campus finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/aipm

>>> www.zhaw.ch/sml/campus

DAUER

Der Lehrgang umfasst ca. 18 Unterrichtstage und wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufs begleitend absolviert.

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch in Englisch gehalten werden. Die Kursunterlagen sind in Deutsch oder Englisch verfasst.

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die ZHAW School of Management and Law das «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Digital Product Management».

KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8340.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der ZHAW School of Management and Law finden Sie unter: >>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Prof. Dr. Rainer Fuchs
Leiter Fachstelle Product
Management

STUDIENLEITUNG

Prof. Dr. Rainer Fuchs

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 70 56
rainer.fuchs@zhaw.ch

ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law
Customer Service Weiterbildung
Theaterstrasse 15b
Postfach
8401 Winterthur
Telefon +41 58 934 79 79
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch



Institut für Marketing Management (IMM)

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen. Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Customer Management & E-Commerce, Product Management, Behavioral Insights & Pricing, Customer Experience & Service Design, Communication & Branding, Digital Marketing & Marketing Technology sowie Circular Economy Marketing. Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben diesem CAS bietet das IMM zahlreiche weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> www.zhaw.ch/imm

MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY

Mit dieser Weiterbildung erhalten Sie Zugang zur Marketing Management Community der ZHAW.

>>> www.zhaw.ch/imm/community



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities