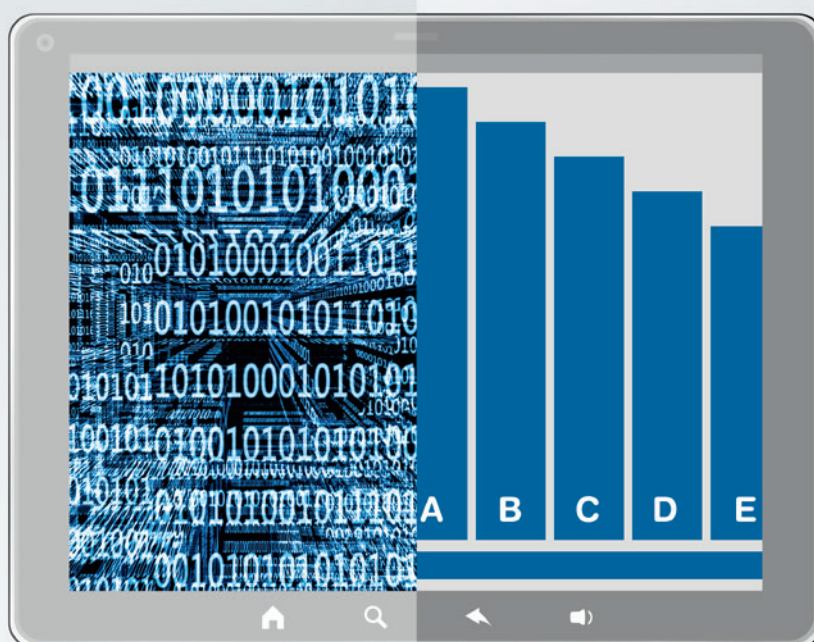


Marketing Analytics

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

Stützen Sie Ihre Marketingentscheidungen auf Daten

Lernen Sie, geeignete Daten und geeignete Methoden einzusetzen, und steigern Sie Ihren Return on Marketing Investment.

AUSGANGSLAGE

Der Umgang mit und die Analyse von Daten ist ein zentrales Element im Marketing. Die steigende Verfügbarkeit von Daten führt auf der einen Seite zu neuen Erkenntnissen über Kunden, Konkurrenten und den Erfolg der eigenen Aktivitäten, andererseits erhöht sich durch die Nutzung neuer Technologien jedoch auch die Komplexität. Der Wert von Daten im Marketing ist mittlerweile unbestritten. Bei Marketingverantwortlichen ohne technisches Basiswissen bestehen allerdings oft Berührungängste. Zudem hat sich eine breite Landschaft von Tools und Servicedienstleistern entwickelt, die es zu bewerten gilt und deren Einsatz zu optimieren ist. Hier setzt der CAS Marketing Analytics an.

LERNZIELE UND NUTZEN

Der CAS Marketing Analytics vermittelt eine holistische Perspektive auf Marketing Analytics, indem die verschiedenen Aspekte von «Data-Driven Marketing» vernetzt betrachtet werden. Teilnehmende werden befähigt, Einsatz und Umsetzung von Marketing Analytics in ihren Unternehmen zu analysieren, zu beurteilen, zu implementieren sowie zu koordinieren. Dabei gibt es keinen Branchenfokus.

ZIELPUBLIKUM

- Verantwortliche sowie Spezialistinnen und Spezialisten im Bereich des Marketingmanagements, des Produktmanagements oder des Kundenbeziehungsmanagements, die Use Cases für ihre Unternehmen kennenlernen und implementieren möchten.
- Verantwortliche sowie Spezialistinnen und Spezialisten im Bereich der Marktforschung, die neue Möglichkeiten der Marktforschung kennenlernen möchten.
- Personen, die eine entsprechende Schnittstellenfunktion haben und ihr Wissen in Bezug auf die aktuellen Entwicklungen im Bereich Marketing Analytics vertiefen möchten und den Erfahrungsaustausch suchen.

Informationsapéros



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

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

Aufbau und Inhalt

Wir übersetzen Theorie in Ihre Praxis

Die theoretischen Grundlagen veranschaulichen Expertinnen und Experten mit Praxisbezug sowie Fallstudien. Für einen nachhaltigen Lerneffekt.

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Verankerung im Unternehmen	Anwendungsfälle im Marketingmanagement
<ul style="list-style-type: none">– Marketing-Analytics-Strategie– Datenarten und Datenquellen– Marketing-Analytics-Organisation und -Prozesse– Tools und Trends– Datenteilbereitschaft von Konsumenten– Rechtliche Aspekte– Exkursion mit Unternehmensbesuchen	<ul style="list-style-type: none">– Framework: Use Cases von Marketing Analytics– Methodische Grundlagen– Kundenbewertung (CLV) und Markenbewertung– Digital Analytics und A/B Testing– Onlinereviews– AI und Machine Learning– Segmentierung– Netnografie– Recommender Systems– Storytelling mit Daten– Veränderungen bewirken mit Daten

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 Praktikerinnen und Praktiker mit didaktischer Erfahrung

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Steffen Müller

Dozent und Leiter Fachstelle
Behavioral Insights & Pricing

STUDIENLEITUNG

Steffen Müller, Dr.

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 79 24
steffen.mueller@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



Organisatorisches

Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen 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 der genannten Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. 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/cas-marketing-analytics

TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 24 Personen beschränkt.

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> www.zhaw.ch/imm/cas-marketing-analytics

ARBEITSAUFWAND

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

LEISTUNGSNACHWEIS

Beide Module werden mit je einer Präsentation als Leistungsnachweis abgeschlossen.

UNTERRICHTSORT

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

>>> www.zhaw.ch/imm/cas-marketing-analytics

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

DAUER

Der Lehrgang umfasst ca. 16 Unterrichtstage und wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufsbegleitend absolviert.

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch in Englisch stattfinden. 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 den Titel «Certificate of Advanced Studies ZFH in Marketing Analytics».

KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities



European Business Schools
Ranking 2021