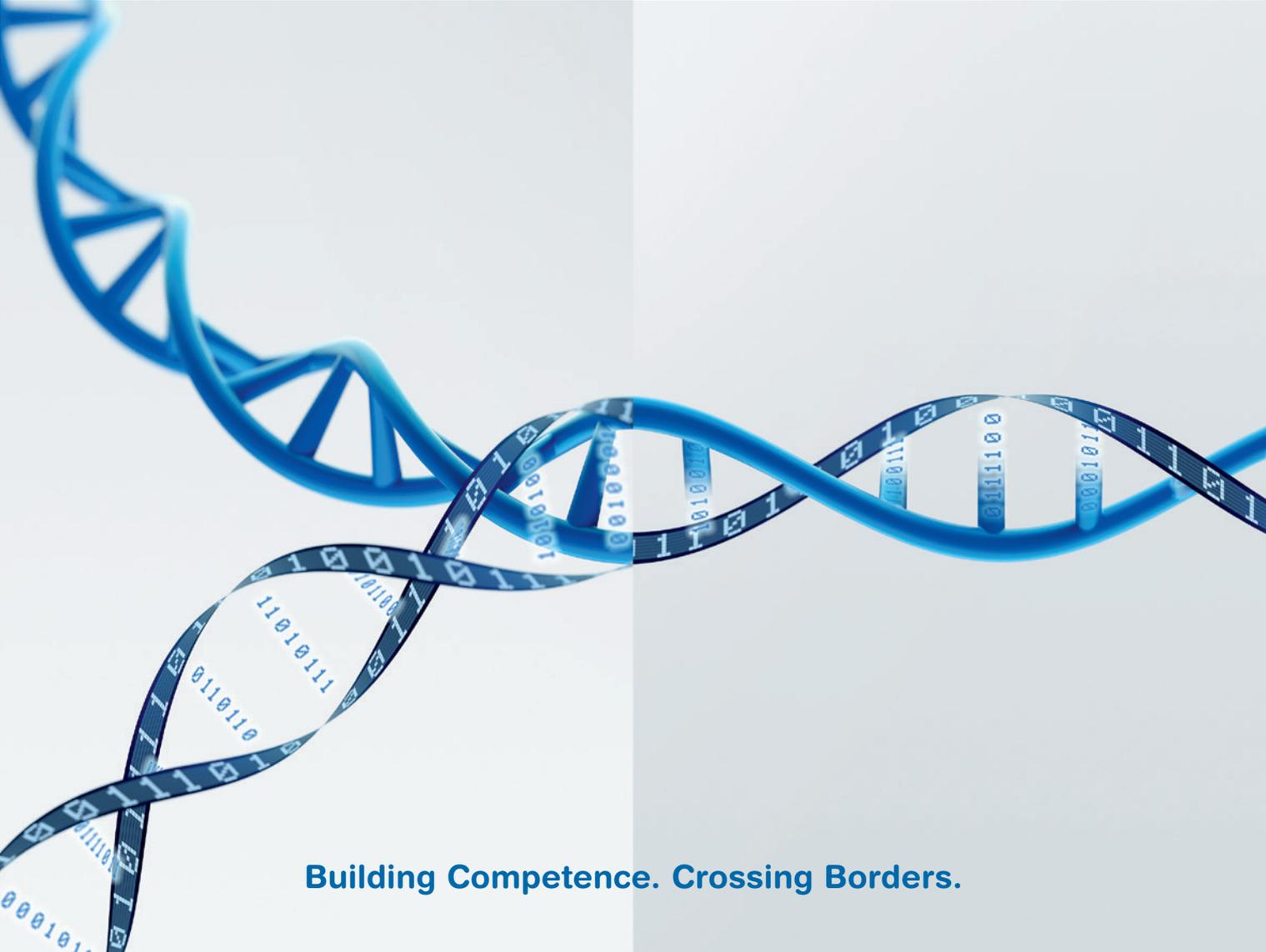


Marketing Technology

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

Erweitern Sie Ihre Fachkompetenz

Lernen Sie, als Chief Marketing Technologist das Marketing der Zukunft zu gestalten.

AUSGANGSLAGE

Marketing Technologien und Tools verändern sich rasant und die Zahl der Alternativen wächst exponentiell. Unternehmen und Marketingverantwortliche stehen dabei vor einer komplexen Aufgabe in einer dynamischen Zeit. Das CAS Marketing Technology unterstützt Sie dabei, das nächste MarTech-Level zu erreichen, damit Sie die technologischen Herausforderungen strategisch lösen können. Vor allem auf leitender Ebene hat sich darüber hinaus vielerorts eine neue Spezialisierung entwickelt: die Position des Chief Marketing Technologist (CMT). Dieser fungiert als Bindeglied zwischen Marketing und IT und verfügt dementsprechend über ausgeprägte technologische Fertigkeiten, die er erfolgreich mit dem Einsatz klassischer und moderner Marketingmassnahmen verbindet. Diese Interdisziplinarität ist heute über alle Ebenen bei Unternehmen gefragt – der CAS Marketing Technology reagiert auf diese Entwicklung.

LERNZIELE UND NUTZEN

Nach Abschluss des Lehrgangs sind Sie u.a. in der Lage

- Einsatzmöglichkeiten, Anwendungspotenziale und Mehrwerte von Marketingtechnologien zu identifizieren;
- relevante Technologien und Tools für das Marketing auf ihre sinnvolle Integration in die bestehende Unternehmens-Software-Landschaft zu überprüfen;
- Use Cases (Anwendungsfälle) zu definieren um neue oder bestehende Tools in Ihrem Unternehmen nach Ihren Bedürfnissen hin zu validieren;
- Investitionsentscheidungen herbeiführen und Marketingtechnologien nach ihrer Relevanz für den Unternehmenskontext priorisieren.

ZIELPUBLIKUM

Der CAS richtet sich an Mitarbeitende und Verantwortliche im Marketing, die die Schnittstellenfunktion (Marketing und Technologie/IT) einnehmen oder dies beabsichtigen. Des Weiteren richtet sich der Kurs an Geschäftsführende von KMU, Abteilungsleitende von grösseren Unternehmen und Marketingverantwortliche, die Investitionsentscheidungen hinsichtlich Tools herbeiführen müssen.

Informationsapéros



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

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

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 |
|---|--|
| Management & Communication | Impact & Infrastructure |
| <ul style="list-style-type: none">– Verknüpfung von Marketing und IT– Schnittstellenkompetenz– Use Cases– Software-Integration– Unternehmens- und Kundenperspektive– Unternehmensstrategie | <ul style="list-style-type: none">– MarTech Tools– Change Management– Datenschutz– kundenzentrierte Organisation– Priorisierung und Investitionsentscheidung– Future of MarTech |

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 Frontal Unterricht.

DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktikerinnen und Praktiker mit didaktischer Erfahrung

Weitere Informationen finden Sie hier:

>>> www.zhaw.ch/imm/casmartech

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. 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/casmartech

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> www.zhaw.ch/imm/casmartech

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 300 Stunden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Die Leistungsnachweise werden als Einzelarbeit verfasst, um den bestmöglichen Effekt für Sie und Ihr Unternehmen zu erzielen.

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/casmartech

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

DAUER

Der Lehrgang umfasst zwischen 12 und 14 Unterrichtstage.

ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflicht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Marketing Technology».

KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8340.– 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

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Dr. Marcel Hüttermann
Dozent / Projektleiter Institut für Marketing Management



Nadine Stahl
Wissenschaftliche Mitarbeiterin / Institut für Marketing Management

STUDIENLEITUNG

Dr. Marcel Hüttermann

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 76 98
marcel.huettermann@zhaw.ch

PROGRAMM MANAGERIN

Nadine Stahl

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 79 06
nadine.stahl@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