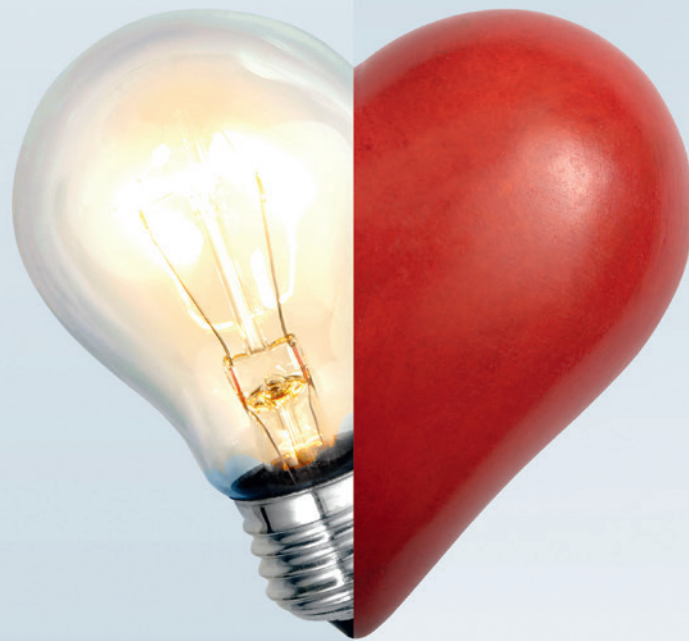


# Service Design & Innovation

## Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Aktivieren Sie Lösungen und Innovationen

Nachhaltiges Service Design und erfolgreiches Innovationsmanagement beruhen darauf, die Bedürfnisse und Ziele der Nutzerinnen und Nutzer und die Innovationsbereitschaft der Organisation genau zu verstehen.

### AUSGANGSLAGE

Wir befinden uns in einer komplexen und dynamischen Welt. Märkte und Kundenbedürfnisse wandeln sich rasant. Um konkurrenzfähig zu sein, müssen sich Unternehmen laufend an ihr sich wandelndes Umfeld anpassen und dabei ihre Kundinnen und Kunden begeistern. Nachhaltig erfolgreich werden diejenigen Organisationen sein, die inkrementelle und radikale Innovationen anstreben und diese immer wieder auf ihre Relevanz für ihre Nutzerinnen und Nutzer testen. Die konsequente Kundenorientierung lässt sich nur erreichen, wenn ein Unternehmen über ein wahrheitsgetreues Bild der Bedürfnisse, Ziele und Verhaltensweisen der Zielgruppe eines bestimmten Leistungsangebots verfügt. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen kann man beginnen, Lösungsansätze zu entwickeln und iterativ mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Zielgruppe zu testen. Um diese Lösungen erfolgreich zu implementieren, müssen Organisationen in der Lage sein, systematisch Innovationsansätze zu identifizieren, zu gliedern und zu bewerten. So können Innovationsideen herausgefiltert werden, die aus Sicht der Technik (Machbarkeit), der Wirtschaft (Rentabilität) und vor allem des Menschen (Wünschbarkeit) vielversprechend sind.

### LERNZIELE UND NUTZEN

Im Zertifikatslehrgang CAS Service Design & Innovation lernen Sie die wichtigsten Denk- und Vorgehensweisen zur kundenzentrierten Entwicklung, Gestaltung und Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen kennen. Nach Abschluss des Lehrgangs können Sie ein konkretes Vorgehen zur Neuentwicklung oder Verbesserung eines Leistungsangebots Ihrer Organisation planen und umsetzen. Anhand

einer aktuellen Problemstellung (Design Challenge) lernen Sie, selbstständig einen nutzerzentrierten Problemlöseprozess anzuwenden. Dieser umfasst die ganzheitliche Erfassung der Ausgangslage, eine empirische Erkundung der Zielgruppe in deren natürlichem Umfeld, eine Verdichtung der Befunde auf designrelevante Erkenntnisse, das Entwickeln von Lösungsansätzen, die Gestaltung von Prototypen sowie das Testen dieser Prototypen mit Nutzerinnen und Nutzern aus der Zielgruppe. Zudem wird Ihnen vermittelt, wie auf Organisationsebene systematisch Innovationsansätze identifiziert und weiterentwickelt werden können. Mit diesen Fähigkeiten und Denkweisen schaffen Sie die richtigen Bedingungen, um in Ihrer Organisation Innovationen und einen Kulturwandel anzutreiben.

### ZIELPUBLIKUM

Dieser Lehrgang richtet sich an

- Verantwortliche sowie Expertinnen und Experten aus Handel, Industrie und Dienstleistungsunternehmen, die sich Wissen, Denkweisen und Fertigkeiten aneignen wollen, um Kundenerlebnisse systematisch zu erfassen, zu gestalten und nachhaltig zu verbessern;
- Fach- und Führungskräfte, die sich mit Innovationseinführung und -implementierung befassen;
- Mitarbeitende, die eine Laufbahn als Fach- und/oder Führungskraft anstreben;
- Personen, die eine Schnittstellenfunktion haben und ihr Wissen über aktuelle Entwicklungen im Bereich Service Design vertiefen möchten und den Erfahrungsaustausch suchen.

# Aufbau und Inhalt

## Kundenzentrierung als übergeordnetes Ziel

Zwei Module vermitteln Ihnen, wie Sie Kundenzentrierung erreichen können.

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL INNOVATION</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL SERVICE DESIGN</b> 6 ECTS-Credits
<p><b>Grundlagen des Innovationsmanagements</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Kultur, Mindset und Innovationsbereitschaft</li></ul> <p><b>Innovationsarten</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Produkt-, Prozess- und Geschäftsmodellinnovation</li></ul> <p><b>Organisation des Innovationsprozesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Rollen und Aufgaben</li></ul> <p><b>Sequenzielle und agile Innovationsprozesse</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Stage-Gate-Prozess</li><li>– Lean Start-up, Scrum und Kanban</li></ul> <p><b>Innovationsmethoden</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Kreativmethoden, Konkurrenz und Trendanalyse</li><li>– Value Proposition Design</li><li>– Open Innovation</li></ul> <p><b>Innovationscontrolling</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Innovationsanalyse und -optimierung</li></ul> <p><b>Einblicke in die Praxis des Innovationsmanagements</b></p>	<p><b>Grundlagen des Service Design und Design Thinking</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Die Service-Dominant Logic</li><li>– Der Double-Diamond-Prozess</li><li>– Einarbeitung in eine aktuelle Projektchallenge</li></ul> <p><b>Verstehen eines Problems mit User Research</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Erhebung und Auswertung von empirischen Beobachtungs- und Befragungsdaten</li></ul> <p><b>Definieren des Kernproblems</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Verdichtung und Aufbereitung von Erkenntnissen in Personas und Customer Journeys</li></ul> <p><b>Entwickeln von Lösungsansätzen</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Entwicklung von kreativen Lösungsansätzen durch Ideation, Konzeption und Service Prototyping</li></ul> <p><b>Selektieren und Implementieren der finalen Lösung</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Visualisierung und Überprüfung des Kundenerlebnisses durch iteratives Testen von Prototypen</li></ul> <p><b>Präsentation und Kommunikation des idealen Kundenerlebnisses</b></p>

### 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. Workshops, Gruppenarbeiten, Gruppencoaching, 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

Weitere Informationen finden Sie unter:

>>> [www.zhaw.ch/imm/casdi](http://www.zhaw.ch/imm/casdi)

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Fabienne Fini**  
Studienleiterin CAS Service  
Design & Innovation



**Sandro Graf**  
Fachstellenleiter Customer  
Experience & Service Design

## STUDIENLEITUNG

### Fabienne Fini

Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 47 73  
[fabienne.fini@zhaw.ch](mailto:fabienne.fini@zhaw.ch)

## LEITER FACHSTELLE CUSTOMER EXPERIENCE & SERVICE DESIGN

### Sandro Graf

Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 66 36  
[sandro.graf@zhaw.ch](mailto:sandro.graf@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](mailto: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](http://www.zhaw.ch/imm)

## MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY

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

>>> [www.zhaw.ch/imm/community](http://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. 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/cassdi](http://www.zhaw.ch/imm/cassdi)

### TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 24 Personen beschränkt.

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> [www.zhaw.ch/imm/cassdi](http://www.zhaw.ch/imm/cassdi)

### 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

Der Leistungsnachweis ist als Präsentation (Modul Innovation) sowie als schriftliche Arbeit inkl. Präsentation (Modul Service Design) 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/cassdi](http://www.zhaw.ch/imm/cassdi)

>>> [www.zhaw.ch/sml/campus](http://www.zhaw.ch/sml/campus)

### DAUER UND ZEITPUNKT

Der Lehrgang umfasst ca. 16 Unterrichtstage und wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufsbegleitend absolviert. Der Unterricht findet jeweils am Freitag und am Montagnachmittag statt. E-Learning-Lektionen ermöglichen ein flexibles Arbeiten.

### UNTERRICHTSSPRACHE

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

### ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise und Erfüllen der Präsenzpfllicht von mindestens 80 Prozent verleiht die ZHAW School of Management and Law den Titel «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Service Design & Innovation».

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– 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](http://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](http://www.zhaw.ch/sml)



swissuniversities