

Marketing Management

Master of Advanced Studies (MAS)





”

«Die Marketingpraxis verändert sich grundlegend. Die fachlichen und methodischen Anforderungen an Marketingmitarbeitende sind dramatisch gestiegen.»

Prof. Dr. Frank Hannich, Studienleiter MAS Marketing Management

Editorial

Wer im Marketing erfolgreich sein will, muss die Kundenbedürfnisse kennen und Kundennähe leben.

Der modular aufgebaute Master of Advanced Studies (MAS) in Marketing Management vermittelt die strategischen Grundlagen der Kundenorientierung und ermöglicht eine selbst gewählte Kompetenzvertiefung in spezifischen Anwendungsfeldern.

Der MAS richtet sich sowohl an strategisch ausgerichtete Generalist:innen, die eine marktorientierte Führungsrolle in Unternehmen innehaben, als auch an Expert:innen mit Spezialwissen in den Bereichen Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder Service. Sie sind bereit, Ihre bisherige Vorstellung von Marketing zu hinterfragen und Neues zu lernen? Wollen Sie sich und Ihr Unternehmen fit machen für die Veränderungen im Markt, im Konsumentenverhalten, durch Technologien und nicht zuletzt durch Künstliche Intelligenz?

Wir freuen uns auf Sie.



Prof. Dr. Frank Hannich

Studienleiter MAS Marketing Management

EQUIS

Die ZHAW School of Management and Law (SML) ist seit 2023 vom European Quality Improvement System (EQUIS) akkreditiert. Das Label zählt zu den führenden Systemen zur Bewertung, Verbesserung und Akkreditierung von Business Schools auf internationaler Ebene. EQUIS würdigt hohe Standards in Lehre, Forschung und Weiterbildung.

AACSB

Als erste Business School einer Schweizer Fachhochschule ist die SML seit 2015 von der Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) akkreditiert. Weltweit tragen nur etwa 6 Prozent aller Wirtschaftshochschulen das Gütesiegel der wichtigsten Akkreditierungsinstitution für Business Schools.

FT RANKING

Die SML ist in renommierten Rankings der Wirtschaftszeitung «Financial Times» vertreten. Sie zählt zu den herausragenden europäischen Business Schools. Ausgewählte Weiterbildungsangebote der SML wurden in das «Executive Education Open»-Ranking aufgenommen.





Inhalt

5 DAS STUDIUM AUF EINEN BLICK

6 5 GRÜNDE FÜR EINE WEITERBILDUNG AN DER SML

7 WEITERBILDUNG AN DER SML

9 MASTER OF ADVANCED STUDIES

10 Studium

11 Aufbau

13 CERTIFICATES OF ADVANCED STUDIES

14 Die Zertifikatslehrgänge (CAS)

15 CAS Strategisches Marketing

17 CAS Behavioral Insights for Marketing

19 CAS Digital Brand Management

20 CAS Digital Marketing

21 CAS Event-Management (ZKM)

22 CAS Health Care Marketing

23 CAS Marketing Analytics

24 CAS Marketing- & Corporate Communications

25 CAS Sponsoring Management (ZKM)

26 CAS AI-driven Customer Experience Management

27 CAS Pricing

28 CAS Service Design & Innovation

29 CAS AI Marketing Organisation

30 CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence

31 CAS Marketing Technology

32 DOZIERENDE

35 ORGANISATORISCHES

36 WEITERBILDUNGSTEILNEHMENDE

37 INSTITUT FÜR MARKETING MANAGEMENT

38 PRAXISBEZUG

39 ZUKUNFTSORIENTIERT

Das Studium auf einen Blick

Eckdaten

Titel	Master of Advanced Studies ZHAW in Marketing Management
Studienbeginn	Zu jedem CAS-Starttermin möglich
Dauer	2,5 bis 5 Jahre, inklusive Masterarbeit
Arbeitsaufwand	60 ECTS-Credits (entspricht 1500 bis 1800 Stunden Arbeitsaufwand)
Unterrichtsort	ZHAW School of Management and Law in Winterthur und online
Unterrichtszeiten	Der Unterricht findet in der Regel jeweils freitags und samstags statt
Unterrichtssprache	Deutsch, einzelne Lehrveranstaltungen können auch in Englisch durchgeführt werden
Kosten	CHF 31 700.- pro Person (sämtliches Kursmaterial ist inbegriffen)

Kompetenzprofil

Kenntnisse der Kundenbedürfnisse und gelebte Kundennähe sind mehr denn je eine notwendige Voraussetzung für eine erfolgreiche Karriere im Marketing. Das modular aufgebaute Studium vermittelt die strategischen Grundlagen der Kundenorientierung und ermöglicht darüber hinaus einen Kompetenzerwerb über verschiedene Anwendungsfelder hinweg – wissenschaftlich fundiert und gleichzeitig praxisnah. Ein wichtiger Bestandteil des Studiums ist die unmittelbare Anwendung der theoretischen Grundlagen mithilfe von Fallstudien, Praxisbeispielen und der Reflexion des eigenen Erfahrungshintergrunds.

Kontakt

STUDIENLEITUNG

Frank Hannich, Prof. Dr.
ZHAW School of Management and Law
Institut für Marketing Management
Theaterstrasse 17
8401 Winterthur
Telefon +41 58 934 68 65
frank.hannich@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

Alle Informationen zum Studium finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/imm/masmama



5 Gründe für eine Weiterbildung an der SML



PRAXISNAH

Unsere Dozierenden sind akademisch qualifiziert und verfügen über viel Berufserfahrung und ein breites Beziehungsnetz. Im Unterricht werden häufig reale Fallstudien bearbeitet und die Teilnehmenden bringen ihre eigene Erfahrung ein. Unser Programm passen wir im Austausch mit Unternehmen und Organisationen laufend an die Bedürfnisse der Praxis an.



INNOVATIVE DIDAKTIK

Der Unterricht an der ZHAW School of Management and Law (SML) wird laufend weiterentwickelt und um moderne Unterrichtsformen wie Digital Learning erweitert. Die Inhalte sind aufeinander abgestimmt. Die Teilnehmenden wenden erworbenes Wissen direkt an und verknüpfen es laufend.



INDIVIDUELLE BEGLEITUNG

Weiterbildungsinteressierte werden an der SML individuell beraten, um sicherzustellen, dass sie sich für ein Angebot entscheiden, das optimal ihren Vorstellungen und Wünschen entspricht. Dank des vorteilhaften Betreuungsverhältnisses ist während der Weiterbildung eine individuelle Begleitung gewährleistet.



STARKER PARTNER

Die 1968 als Höhere Wirtschafts- und Verwaltungsschule (HWV) gegründete SML zählt zu den führenden Business Schools der Schweiz. Sie bietet ein umfassendes Weiterbildungsangebot sowie international anerkannte Bachelor- und Masterstudiengänge und realisiert innovative Forschungs- und Entwicklungsprojekte.



OPTIMAL VERNETZT

Der Standort Winterthur in unmittelbarer Nähe des Finanz- und Businesshubs Zürich ermöglicht ein hervorragendes Beziehungsnetz und erleichtert durch eine optimale Anbindung ans öffentliche Verkehrsnetz das berufsbegleitende Studieren. Dank unserer Partnerschaften und Alumni-Vereinigungen können die Teilnehmenden ihr Karrierenetzwerk gewinnbringend erweitern.

Weiterbildung an der SML

Unsere international anerkannten Hochschulabschlüsse

Die praxisbezogenen Weiterbildungsmöglichkeiten bringen Sie genau dahin, wo Sie hinwollen – oder weiter.

WEITERBILDUNGSMASTER

«Master of Business Administration» (MBA), «Master of Advanced Studies» (MAS) und «Executive Master» (ExM) sind die höchsten Weiterbildungsdiplome an der ZHAW School of Management and Law. Während der MBA allgemeine Management- und Leadership-Kompetenzen vermittelt, besitzen ExM-Programme einen fachspezifischen Fokus. Umfassende Berufserfahrung wird vorausgesetzt. Die MAS-Programme richten sich an Personen mit einigen Jahren Berufserfahrung, die eine vertiefte und spezialisierte Weiterbildung machen möchten.

DIPLOMA OF ADVANCED STUDIES

Mit dem «Diploma of Advanced Studies» (DAS) eignen Sie sich weitere Kompetenzen für Ihre aktuelle Tätigkeit oder für ein neues Berufsfeld an.

CERTIFICATE OF ADVANCED STUDIES

Mit einem «Certificate of Advanced Studies» (CAS) erwerben Sie zusätzliche Qualifikationen in einem bestimmten Fachbereich. Die Lehrgänge sind modular aufgebaut und können Teil einer DAS- oder MAS-Weiterbildung sein.

WEITERBILDUNGSKURSE

Weiterbildungskurse und -module sind kurze Weiterbildungen, die Ihnen die Möglichkeit bieten, sich fachspezifisches Wissen anzueignen und bestimmte Themen kompakt zu vertiefen.

>>> www.zhaw.ch/sml/weiterbildung

AUFBAU

AUSBILDUNG	MSc Master of Science 90 ECTS-Credits*
	BSc Bachelor of Science 180 ECTS-Credits
WEITERBILDUNG	MBA Master of Business Administration 90 ECTS-Credits
	ExM Executive Master in Marketing Leadership 60 ECTS-Credits
	MAS Master of Advanced Studies 60 ECTS-Credits
	DAS Diploma of Advanced Studies 30 ECTS-Credits
	CAS Certificate of Advanced Studies 12 ECTS-Credits

* Credits werden nach dem ECTS-Leistungspunktesystem (European Credit Transfer System) berechnet. Credits schaffen Transparenz im europäischen Bildungsraum durch einheitliche Bewertung von Studienleistungen. Ein ECTS-Credit steht an der ZHAW School of Management and Law für 30 Stunden Arbeitsleistung im Studium (BSc/MSc) und 25 bis 30 Stunden Arbeitsleistung in der Weiterbildung.

99

«Das Marketing durchläuft zurzeit fundamentale Veränderungen. Die fortschreitende Digitalisierung, Automatisierung und AI, eine steigende Zahl von Touchpoints, komplexe Kundenbedürfnisse und neue Erkenntnisse über das Konsumentenverhalten sind Chancen und Herausforderungen zugleich. Das Institut für Marketing Management ist im Hinblick auf diese Entwicklungen hervorragend aufgestellt. Das zeigt sich auch in unseren Weiterbildungsangeboten.»

Prof. Dr. Brian Rüeger, Leiter Institut für Marketing Management



Master of Advanced Studies

Alle Informationen zum MAS Marketing Management finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/imm/masmama



Studium

Wissenschaftlich fundierte Inhalte praxisnah vermittelt

Was braucht es, um meinen Kund:innen eine herausragende Customer Experience zu bieten?

AUSGANGSLAGE

Der digitale Wandel und der zunehmende Einsatz von AI haben weitreichende Implikationen für die Marketingpraxis. Die neuen Möglichkeiten im Marketing werden immer zahlreicher, die Komplexität der Medien und Kanäle nimmt zu, neue Werbeformen und Datenquellen entstehen, Messtechniken und Technologien entwickeln sich fortlaufend. Dies erhöht die fachlichen und methodischen Anforderungen an Marketingverantwortliche exponentiell.

LERNZIELE UND NUTZEN

Im MAS Marketing Management lernen Sie, die produkt- und kundenseitigen Elemente der Unternehmensstrategie in eine

stringente Marketingstrategie umzusetzen. Sie erlangen umfassende und praxisorientierte Kenntnisse in Ihren gewählten Fokusthemen. Die erworbene Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz ermöglicht es Ihnen, Führungsfunktionen im Marketing professionell wahrzunehmen.

ZIELPUBLIKUM

Das Studium richtet sich sowohl an strategisch ausgerichtete Generalist:innen, die eine marktorientierte Führungsrolle in Unternehmen innehaben, als auch an Expert:innen mit Spezialwissen in den Bereichen Marketing, Kommunikation, Vertrieb oder Service.

DER MODULARE WEITERBILDUNGS-MAS

Master of Advanced Studies (MAS) 60 ECTS-Credits	MAS Marketing Management 4 CAS (48 ECTS-Credits) + Masterarbeit (12 ECTS-Credits)		
Masterarbeit 12 ECTS-Credits	Masterarbeit		
Pflicht-CAS 12 ECTS-Credits	CAS Strategisches Marketing		
Wahlpflichtbereich A (1 bis 3 CAS können belegt werden)	CAS Behavioral Insights for Marketing	CAS Sponsoring Management	CAS Digital Brand Management
	CAS Digital Marketing	CAS Event-Management	CAS Health Care Marketing
	CAS Marketing Analytics	CAS Marketing- & Corporate Communications	
Wahlbereich B (max. 1 CAS kann belegt werden)	CAS AI-driven Customer Experience Management	CAS Pricing	CAS Service Design & Innovation
Wahlbereich C (max. 1 CAS kann belegt werden)	CAS AI Marketing Organisation	CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence	CAS Marketing Technology
Ergänzende Bausteine	Wissenschaftliches Arbeiten (Pflicht*) Weiterbildungskurs (WBK)	Auftrittskompetenz (Optionaler Mehrwert**) Weiterbildungskurs (WBK)	

*Pflicht bei Aufnahme «sur dossier» ** Profitieren Sie vom bewährten WBK Auftrittskompetenz – für MAS-Teilnehmende des IMM kostenfrei

Aufbau

Hohe Flexibilität und Individualität garantiert

Gestalten Sie den Masterstudiengang inhaltlich und zeitlich nach Ihren individuellen Bedürfnissen.

KONZEPT

Durch die modulare Struktur können Sie den Masterstudiengang inhaltlich individuell gestalten. Je nach persönlichen Wünschen und Karrierezielen wählen Sie zusätzlich zum obligatorischen CAS Strategisches Marketing drei weitere Zertifikatslehrgänge aus und setzen damit Ihren eigenen Studienschwerpunkt. Kurse zu wissenschaftlichem Arbeiten und Auftrittskompetenz ergänzen Ihre Weiterbildung. Mit einer Masterarbeit schliessen Sie das Studium ab. Insgesamt haben Sie fünf Jahre Zeit, die vier Zertifikatslehrgänge sowie die Masterarbeit erfolgreich zu beenden.

Die Zertifikatslehrgänge werden berufsbegleitend angeboten. Sie dauern in der Regel vier Monate und werden mit einem Certificate of Advanced Studies (CAS) abgeschlossen. Während der obligatorische CAS Strategisches Marketing generische Marketing- und Kundenstrategien beinhaltet, ermöglichen die weiteren Lehrgänge eine Vertiefung über verschiedene Anwendungsfelder hinweg.

Nicht nur Sie selber, auch Ihr Unternehmen profitiert: Sie können Ihre neu erworbenen Fähigkeiten direkt in die Praxis einfließen lassen und aktuelle Herausforderungen aus Ihrem Arbeitsumfeld im Unterricht zur Sprache bringen. Ausserdem befassen sich viele Teilnehmende im Rahmen der Leistungsnachweise sowie der Masterarbeit mit aktuellen Problemstellungen aus ihren Unternehmen und entwickeln dabei wertvolle Lösungsansätze.

In den vier CAS-Lehrgängen des Studiums können Sie sich mit bis zu 100 anderen Marketingfachleuten und über 40 Dozierenden austauschen. Auch der Wert des bestehenden Alumni-Netzwerks ist nicht zu unterschätzen. Darüber hinaus profitieren Absolvent:innen von Weiterbildungen am Institut für Marketing Management von einem erleichterten

Zugang zu Forschungsk Kooperationen, Studierendenprojekten, Veranstaltungen und Studien.

METHODIK

Wir legen Wert auf abwechslungsreiche Unterrichtsmethoden. Den Ausgangspunkt für das Lernen bilden praxisnahe Problemstellungen, für die wir im Unterricht gemeinsame Lösungen erarbeiten. Sie vertiefen theoretische Grundlagen mithilfe praxisorientierter Beispiele aus Unternehmen. Dabei beschränken Sie sich nicht auf die Nachahmung der bestehenden Praxis, sondern reflektieren sie kritisch und entwickeln sie aufgrund von wissenschaftlichen Erkenntnissen weiter.

MASTERARBEIT

Mit der Masterarbeit schliessen Sie das Studium ab. Sie behandeln dabei selbstständig eine Problemstellung aus den Studienmodulen. Die Schwerpunkte liegen bei der Entwicklung einer klaren Problem- und Themenanalyse, der strukturierten und differenzierten Behandlung dieser Probleme sowie der Zusammenfassung der Ergebnisse. Auf das eigenständige Entwickeln einer sachgerechten Problemlösung wird grosser Wert gelegt. Gefordert sind sowohl wissenschaftliche Fundierung als auch ein klarer Praxisbezug. Das Thema kann selbst gewählt werden. Auch konkrete marketingspezifische Problemstellungen des aktuellen Arbeitgebers eignen sich dafür.

Im Rahmen einer Präsentation stellen Sie Ihre Masterarbeit vor. Sie legen Vorgehen und wesentliche Erkenntnisse der Arbeit dar und verteidigen diese in einer Diskussion im Plenum. Für die Masterarbeit ist mit einem Aufwand von rund 300 Stunden zu rechnen (12 ECTS-Credits).



”

«Mit jedem CAS entsteht wieder eine neue Klasse. So trifft man auf Persönlichkeiten jeglichen Alters mit sehr unterschiedlichen Positionen aus allen möglichen Branchen.»

Bryan Graf, Innovationsmanager, Intracosmed, Urnäsch AR

Certificates of Advanced Studies

Alle Informationen zum MAS Marketing Management finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/imm/masmama



Die Zertifikatslehrgänge (CAS)

Schritt für Schritt zum Masterabschluss

Die Zertifikatslehrgänge sind in sich abgeschlossene Weiterbildungen. Sie können jeden CAS einzeln besuchen, ohne den ganzen Masterstudiengang zu absolvieren. So vertiefen Sie Ihre Kompetenzen genau in dem für Sie relevanten Feld.

Insgesamt investieren Sie rund 300 Stunden in einen CAS. Ein Zertifikatslehrgang besteht aus zwei Modulen und umfasst 120 Kontaktlektionen, verteilt auf 16 Unterrichtstage. Hinzu kommen die jeweilige Vor- und Nachbereitung des Unterrichts. Jedes Modul schliesst mit einem Leistungsnachweis ab. Mögliche Leistungsnachweise sind Praxisarbeiten,

Gruppenpräsentationen oder Prüfungen. Wenn Sie mindestens 80 Prozent des Lehrgangs besucht und die Leistungsnachweise erfolgreich abgeschlossen haben, erhalten Sie ein Certificate of Advanced Studies (CAS) der ZHAW School of Management and Law mit 12 ECTS-Credits.

	Communications	Brand Experience	Customer Insights
CAS Strategisches Marketing	x	x	x
CAS Behavioral Insights for Marketing			x
CAS Digital Brand Management		x	
CAS Digital Marketing	x		
CAS Event-Management (ZKM)		x	
CAS Health Care Marketing	x	x	x
CAS Immersive Marketing		x	
CAS Marketing Analytics			x
CAS Marketing- & Corporate Communications	x		
CAS Sponsoring Management (ZKM)	x	x	
CAS AI-driven Customer Experience Management		x	x
CAS Pricing			x
CAS Service Design & Innovation			x
CAS AI Marketing Organisation	x		x
CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence	x	x	
CAS Marketing Technology		x	

CAS Strategisches Marketing

Pflicht-CAS

Strategische Marketingprojekte erfolgreich gestalten

Dem Marketing kommt als Bindeglied zu Kund:innen eine zentrale Kontroll- und Steuerungsfunktion für alle unternehmerischen Wertschöpfungsprozesse zu.

AUSGANGSLAGE

Wie geht unser Unternehmen mit der Digitalisierung um? Welches sind relevante neue Geschäftsmodelle? Wie erkenne ich Veränderungen im Kundenverhalten? Dem Marketing kommt in der digitalen Transformation eine zentrale Rolle zu. Marketingverantwortliche müssen rasch auf Marktveränderungen und gewandelte Kundenbedürfnisse reagieren, neue Geschäftsmodelle erkennen und Lösungen für die Bewältigung von Dynamik und Komplexität realisieren.

NUTZEN

Mit dem CAS Strategisches Marketing erweitern Sie Ihre funktionspezifische Sichtweise von Marketing, Vertrieb und Service zu einer ganzheitlichen Perspektive der Unternehmensführung.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie, indem Sie einen strategischen Marketing-Case erarbeiten, der auf theoretischen und empirischen Erkenntnissen basiert.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Strategischem Marketing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cassm

LEITUNG

Dr. Steffen Müller, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- können Sie strategische Marketingprojekte erarbeiten, die sich an den Unternehmenszielen ausrichten;
- können Sie technologische und gesellschaftliche Entwicklungen beschreiben und ihre Auswirkungen auf die strategische und operative Marketingarbeit einordnen;
- kennen Sie die zentralen Theorien, Modelle und Instrumente des Produkt-, Kunden- und Brand-Managements;
- kennen Sie ausgewählte quantitative und qualitative Ansätze der Customer-Insight-Generierung, können Forschungsdesigns entwickeln und ein kleines Marktforschungsprojekt eigenständig durchführen;
- haben Sie ein Verständnis für Konsument:innen und ihre Bedürfnisse sowie für Geschäftskund:innen und organisationale Beschaffungsprozesse entwickelt.



Achtung:
Das Ver-
fahren
ist un-
sicher.
Auf dem
Verfahren
steigen
Verfahren
steigen.

CAS Behavioral Insights for Marketing

Wahlpflichtbereich A

Werden Sie Behavioral-Insider:in

Lernen Sie, Ihre Kund:innen besser zu verstehen, und beeinflussen Sie Konsum- und Kaufentscheidungen zu Ihrem Vorteil.

AUSGANGSLAGE

Der CAS Behavioral Insights for Marketing ist einer der ersten Lehrgänge in der Schweiz, der Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie (Behavioral Economics) und der Konsumentenpsychologie verbindet und für praktische Anwendungen im Marketing greifbar macht. Die Verknüpfung von Behavioral Economics und Psychologie bezeichnen wir als Behavioral Insights. Sie erwerben ein umfassendes Verständnis dafür, wie sich Kaufentscheidungen von Konsument:innen erklären, vorhersagen, messen und durch gezielte Marketingmassnahmen beeinflussen lassen. Konsument:innen zeigen in ihren Bewertungen, Urteilen und Entscheidungen in bestimmten Situationen scheinbar irrationale Verhaltensmuster. Um diese Denk- und Verhaltensmuster zu analysieren und zu verstehen, sind geeignete Werkzeuge nötig.

NUTZEN

Mithilfe aktueller Konzepte, Forschungsmethoden und Tools trainieren Sie, solche Muster zu erfassen und aus den Erkenntnissen wirksame Marketing- und Kommunikationsmassnahmen abzuleiten.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis für beide Module erbringen Sie in Form je eines mündlichen Referats (Präsentation).

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Behavioral Insights for Marketing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casbim

LEITUNG

Dr. Kurt A. Ackermann, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie ein umfassendes Verständnis dafür, wie Konsument:innen denken und entscheiden;
- können Sie die praxisbezogenen Grundlagen nutzen, um (irrationales) Konsumentenverhalten zielgerichtet zu analysieren und vorherzusagen;
- kennen Sie die wichtigsten Anwendungen von Behavioral Insights im Marketing;
- können Sie Behavioral Insights auf spezifische Fragestellungen in Ihrem Unternehmen anwenden, um Marketing- und Kommunikationsmassnahmen wirksamer zu gestalten.



CAS Digital Brand Management

Wahlpflichtbereich A

Wie starke Marken Unternehmen erfolgreich machen

In diesem Lehrgang wird Ihr Wissen um strategische Vorgehensweisen erweitert, damit Sie Marken intern sowie extern zum Erfolg führen können.

AUSGANGSLAGE

Für Produkte und Dienstleistungen stehen zwei Strategien zur Auswahl: eine Preisstrategie und eine Differenzierungsstrategie. Die Preisstrategie führt systematisch zu sogenannten «Burnout-Brands», weshalb Markenführung für gesunde Unternehmen in einer zunehmend digitalisierten Welt immer wichtiger wird. Die identitätsbasierte Differenzierungsstrategie verspricht für Unternehmen jeder Grösse und Branche mehr Gesundheit und Wachstum – sowohl im Markt wie auch innerhalb des Teams. Aufstrebende Start-ups vermarkten äusserst erfolgreich den Kern ihrer Markenidentität; etablierte Unternehmen sind im Zugzwang. Mit einer Weiterbildung in Digital Brand Management öffnen Sie Ihren Blick für das, was ein Unternehmen «im Innersten zusammenhält» (nämlich die Marke). Mehr denn je gehört dieses einschlägige Wissen zum relevanten Know-how für erfolgreiches Marketing.

NUTZEN

Der Zertifikatslehrgang Digital Brand Management befasst sich mit den zentralen Aspekten der identitätsorientierten Führung von Unternehmens-, Produkt- und Dienstleistungsmarken.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Prüfung sowie einer Konzeptarbeit inklusive mündlicher Präsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Digital Brand Management (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casbrand

LEITUNG

Anna-Maria Strässner, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- besitzen Sie ein detailliertes Verständnis für das identitätsbasierte Konzept der Markenführung;
- sind Sie fähig, einen ganzheitlich wirksamen Brandingprozess zu erarbeiten;
- können Sie eine Markenstrategie selbstständig erarbeiten;
- kennen Sie die zentralen Konzepte des in-nengerichteten Markenmanagements;
- verstehen Sie Wesen, Aufgaben und Methoden von Brand Citizenship Behavior, Markenwissen und Brand Commitment als verhaltensbezogene und psychografische interne Zielgrössen;
- kennen Sie die Relevanz des eigenen Verhaltens für die Marke und deren Erfolg;
- verstehen Sie, wie Marken in der digitalen Welt wahrgenommen werden;
- kennen Sie die Verfahren, die im Rahmen des Markencontrollings zur Verfügung stehen.

CAS Digital Marketing

Wahlpflichtbereich A

Marketinglogik im 21. Jahrhundert verstehen

Die effiziente Bewirtschaftung unterschiedlicher digitaler Kanäle inklusive Social-Media-Plattformen nimmt eine zentrale Rolle im Marketing ein.

AUSGANGSLAGE

Digital Marketing ist ein essenzielles Thema für alle Marketingverantwortlichen geworden. Die Nutzung unterschiedlicher digitaler Kanäle und insbesondere eine sich wandelnde Landschaft von Social-Media-Plattformen spielen eine zentrale Rolle. Unternehmen sind von der digitalen Transformation ihrer Kund:innen unmittelbar betroffen: Die Kommunikationshoheit geht verloren, Konsument:innen bestimmen, wie ein Unternehmen mit seinen Produkten und Dienstleistungen online wahrgenommen wird. Der CAS Digital Marketing setzt hier an.

NUTZEN

Sie werden befähigt, eine Digital-Marketing-Strategie, abgeleitet aus der Unternehmens- und der Marketingstrategie, zu entwickeln und erfolgreich zu implementieren. Sie setzen sich zudem mit Charakteristika und Einsatzmöglichkeiten klassischer und interaktiver digitaler Marketinginstrumente (Social Media) auseinander und können den digitalen Marketingmix für Ihre Organisation aufsetzen.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Prüfung und einer Konzeptarbeit inklusive Präsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Digital Marketing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casdigmkt

LEITUNG

Dr. Michael Klaas, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- sind Sie in der Lage, die Digital-Marketing-Bereitschaft Ihres Unternehmens zu evaluieren und Handlungsfelder und Möglichkeiten zu erkennen;
- können Sie eine Strategie für das Digital Marketing aus der Unternehmens- und der Marketingstrategie ableiten, entwickeln und erfolgreich implementieren;
- sind Sie in der Lage, den Einsatz von digitalen Tools und Plattformen einzuschätzen und daraus den Organisationsbedarf im Unternehmen abzuleiten;
- können Sie das Potenzial der Kundenintegration in die Wertschöpfungsprozesse des Unternehmens identifizieren;
- sind Sie mit den Aspekten der Unternehmensführung im digitalen Zeitalter vertraut, erkennen Spannungsfelder von Veränderungsprozessen und kennen Werkzeuge, um diese aktiv zu steuern.

CAS Event-Management (ZKM)

Wahlpflichtbereich A

Machen Sie Events zum faszinierenden Erlebnis

Lernen Sie die Gestaltung und Organisation von wirkungsvollen, erlebnisorientierten Events.

AUSGANGSLAGE

Die Entwicklung der postindustriellen Gesellschaften zu Erlebnisgesellschaften führt zu einer signifikant steigenden Nachfrage nach Events. In den Bereichen Marketing, Kommunikation und Sponsoring sowie in Kultur, Sport und den Unterhaltungsbranchen kann man durchaus von einer «Eventisierung» von Wirtschaft und Gesellschaft sprechen. Der Event-Bereich hat sich in diesem Zusammenhang stark professionalisiert, gleichzeitig sind auch die Ansprüche der Kund:innen an die Qualität von Events gestiegen.

NUTZEN

Im CAS Event-Management erhalten Sie eine fundierte, aktuelle und vielseitige Ausbildung, die sowohl die Grundlagen als auch die neuesten Entwicklungen und Trends des Event-Managements umfasst. Das erworbene Know-how können Sie im begleitenden Workspace direkt umsetzen, wo Sie eigene Events konzipieren. Verbessern Sie Ihre Position in der dynamischen und wachstumsstarken Event-Branche.

LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis ist in Form einer Präsentation und einer Projektdokumentation zu erbringen.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Event-Management (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/zkm/event-management

LEITUNG

Fabienne Schmidli, Zentrum für Kulturmanagement, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie Struktur und Funktion unterschiedlicher Event-Typen;
- arbeiten Sie mit Events ziel- und zielgruppenorientiert;
- konzipieren und designen Sie kreative und wirkungsstarke Events;
- gestalten Sie faszinierende Erlebniswelten und setzen dabei Inszenierungsmittel kreativ und effizient ein;
- setzen Sie Event-Technik gekonnt ein;
- beherrschen Sie die Instrumente für Planung und Durchführung von Events;
- arbeiten Sie virtuos in Event-Teams oder leiten diese professionell.

CAS Health Care Marketing

Wahlpflichtbereich A

Versiert und gut vernetzt im Gesundheitsmarketing

Der CAS Health Care Marketing ist der erste Zertifikatslehrgang in der Schweiz, der Marketing- und Kommunikationskompetenzen gezielt für den Gesundheitsmarkt vermittelt.

AUSGANGSLAGE

Ob Heilmittelgesetz, Datenschutz, Zulassungsverfahren für Neuprodukte oder ethische Fragestellungen – Marketing im Gesundheitswesen ist hochkomplex.

NUTZEN

Der CAS Health Care Marketing vermittelt gezielt branchenspezifische Marketing- und Kommunikationskompetenzen. Der Lehrgang berücksichtigt dabei die Komplexität der Akteure und Strukturen, den stark regulierten Markt und die Eigenheiten der Kund:innen im Gesundheitswesen. Zudem profitieren die Teilnehmenden davon, ihren Horizont in interdisziplinären Teams aus dem Spital-/Praxis- und dem Industriebereich zu erweitern.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form eines Online-tests, einer Präsentation zu einer Marktsegmentanalyse und eines Marketingplans.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Health Care Marketing (12 ECTS-Credits). Der CAS ist zudem Bestandteil des «MAS Health Care & Marketing», der in Kooperation mit dem Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie (WIG) der ZHAW School of Management and Law durchgeführt wird.

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cashm

LEITUNG

Dr. Jens Haarmann, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Lernziele



Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie einen systematischen Überblick über die Akteure, die regulatorischen Rahmenbedingungen und die Vergütungssysteme des Schweizer Gesundheitsmarktes;
- haben Sie gelernt, die Stakeholder in Ihrem Marktsegment zu identifizieren und einen Kommunikations-/CRM-Plan zu entwickeln;
- kennen Sie die branchenspezifischen juristischen Anforderungen für Marketing, Werbung und PR;
- haben Sie Tools angewendet, mit denen Sie die medizinischen und emotionalen Bedürfnisse Ihrer Patient:innen bzw. Kund:innen analysieren können;
- kennen Sie Best-Practice-Methoden für die Entwicklung und Lancierung neuer medizinischer Dienstleistungen/Produkte;
- sind Sie informiert über internationale Trends (z.B. Digital Health Marketing, Medizintourismus und Zuweisermanagement).

CAS Marketing Analytics

Wahlpflichtbereich A

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 sind zentrale Elemente im Marketing. Die steigende Verfügbarkeit von Daten führt auf der einen Seite zu neuen Erkenntnissen über Kund:innen, Konkurrent:innen und den Erfolg der eigenen Aktivitäten, auf der anderen Seite erhöht sich durch die Nutzung neuer Technologien 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 ausgedehnte Landschaft von Tools und Servicedienstleistern entwickelt, die es zu bewerten gilt und deren Einsatz zu optimieren ist. Hier setzt der CAS Marketing Analytics an.

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.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie mit je einer Präsentation pro Modul.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Marketing Analytics (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

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

LEITUNG

Dr. Steffen Müller, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie ein detailliertes Verständnis für die Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren von Marketing Analytics;
- können Sie Marketing-Analytics-Initiativen planen und umsetzen;
- kennen Sie aktuelle Tools und Trends;
- verstehen Sie im Detail, wann Konsument:innen bereit sind, ihre Daten zu teilen, und wie Unternehmen mit diesen Daten umgehen sollten (z. B. DSGVO);
- können Sie grundlegende Methoden anwenden (z. B. Regressionsanalysen);
- kennen Sie den Unterschied zwischen Descriptive, Diagnostic, Predictive und Prescriptive Analytics;
- kennen Sie Use Cases aus allen Bereichen des Marketings (Produkt-, Preis-, Vertriebs- und Kommunikationsmanagement) und wissen, was zu tun ist, um diese im Unternehmen umzusetzen;
- können Sie mit Daten kommunizieren;
- können Sie mit Daten Veränderungen bewirken.

CAS Marketing- & Corporate Communications

Wahlpflichtbereich A

Werden Sie Kommunikations-Allrounder:in

Erfolgreiche Kommunikation bleibt für Unternehmen eine grosse Herausforderung. Die Informationsüberlastung bei den Kund:innen sowie der Trend zur Interaktion steigern die Komplexität dieser Aufgabe.

AUSGANGSLAGE

Mediale Kommunikationsräume widerspruchsfrei gestalten und dabei eine Vielzahl von Kommunikationsdisziplinen vereinen, selbstbewusst im Markt auftreten und gleichzeitig authentisch bleiben: Erfolgreiche Kommunikation bleibt für Unternehmen eine grosse Herausforderung. Umso mehr wird treffende Kommunikation nach innen und nach aussen zum kritischen Erfolgsfaktor für den langfristigen Unternehmenserfolg.

NUTZEN

Der Zertifikatslehrgang CAS Marketing- & Corporate Communications befasst sich mit den zentralen Aspekten der Unternehmens- und Marketingkommunikation. Dabei behandelt das erste Modul besonders den strategischen Teil der Marketing- und Unternehmenskommunikation, unter Einbezug der digitalen Möglichkeiten. Im zweiten Modul liegt der Fokus auf dem praktischen Kommunikations- und Medientraining.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Prüfung und einer Konzeptarbeit.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Marketing- & Corporate Communications (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casmcc

LEITUNG

Dr. Marcus Zimmer, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Lernziele



Nach Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie den Ansatz der strategischen Unternehmenskommunikation und verstehen deren Ziele, Aufgaben, Wirkungsfelder und Trends;
- besitzen Sie ein Verständnis für erfolgreiche Medienarbeit und zielgerichtete interne Kommunikation;
- können Sie stringente und umsetzbare Kommunikationskonzepte erstellen;
- kennen Sie die relevanten Medientrends und verstehen die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen für die Marketing- und Unternehmenskommunikation;
- verstehen Sie die Rolle der Kommunikation in der Kundenbeziehungspflege;
- können Sie die Eigenschaften verschiedener Kommunikationsinstrumente beurteilen und diese effektiv einsetzen;
- kennen Sie Ansätze zur Erfolgsmessung von Kommunikationsmassnahmen.

CAS Sponsoring Management (ZKM)

Wahlpflichtbereich A

Managen Sie wirkungsvolle Sponsoring-Engagements

Lernen Sie Planung und Einsatz von Sponsoring und themenbasierter Kommunikation zur Verwirklichung von Unternehmenszielen.

AUSGANGSLAGE

Sponsoring hat sich in den meisten Unternehmen als Instrument zur Wertschöpfung und zur Generierung von relevanten Inhalten (Content) in der externen und internen Kommunikation etabliert. Gleichzeitig sind die Anforderungen an die Personen gestiegen, die dieses Marketinginstrument betreuen und gestalten. Aufgaben wie die integrierte, bereichsübergreifende Konzeption und Umsetzung von Sponsoring oder Aufbau und Pflege von Communitys setzen spezifisches Fachwissen voraus.

NUTZEN

Der CAS Sponsoring Management vermittelt die nötigen Instrumente zur faktenbasierten konzeptionellen Planung sowie zur effizienten, wertschöpfungsorientierten Umsetzung und Aktivierung von Sponsoring-Engagements. Darüber hinaus vermittelt der Zertifikatslehrgang eine gute Übersicht über aktuelle Themengebiete im Sponsoring und die sich verändernden Rahmenbedingungen. Dieser neu konzipierte CAS umfasst ausserdem «hands-on skills», wie die Produktion von digitalem Content oder die Strategieentwicklung in Zeiten des digitalen Wandels.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer Case Study, die sich über beide Module erstreckt.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Sponsoring Management (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/zkm/sponsoring

LEITUNG

Fabienne Schmidli, Zentrum für Kulturmanagement, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- haben Sie einen Überblick über die Entwicklung der Märkte für Sponsoring und themenbasierte Kommunikation;
- besitzen Sie fundiertes Wissen über den Beitrag von Sponsoring und themenbasierter Kommunikation zur Erreichung definierter Marketing- und Kommunikationsziele;
- sind Sie in die Nutzung von Marktforschungstools und -daten zur Themenauswahl sowie in eine auf Schlüsselindikatoren basierende Bewertung von Sponsoring-Aktivitäten eingearbeitet.

CAS AI-driven Customer Experience Management

Wahlbereich B

Mit Erlebnissen Kund:innen gewinnen und binden

Erzielen Sie Wettbewerbsvorteile durch die gezielte Schaffung von Kundenerlebnissen. Erlernen Sie dafür den Aufbau und Betrieb eines professionellen CX Management.

AUSGANGSLAGE

Kund:innen zu erreichen und an sich zu binden fällt Unternehmen zunehmend schwer. So ist jeder einzelne Kundenkontakt eine Chance und eine Herausforderung, sich durch Erlebnisse mit Produkten und Dienstleistungen gegenüber Wettbewerbern abzugrenzen und Kund:innen für sich zu gewinnen.

NUTZEN

Im CAS AI-driven Customer Experience Management erlernen Sie den komplexen und dynamischen Prozess des strategischen Managements von Kundenerlebnissen und dessen operative Umsetzung. Entlang von Customer Journeys schaffen Sie damit Wettbewerbsvorteile. Dabei lernen Sie die Gestaltung von Customer Touchpoints vor, während und nach dem Konsum eines Produkts oder einer Dienstleistung kennen und anzuwenden. Um die Vielzahl dafür nötiger qualitativer und quantitativer Daten wissenschaftlich fundiert zu einem Managementsystem zu integrieren, bekommen Sie das nötige methodische und theoretische Rüstzeug praxisnah vermittelt. So erleben Sie selbst und unmittelbar, wie und warum Kundenerlebnisse gestaltet werden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form von mündlichen Präsentationen.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Customer Experience Management (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cascem

LEITUNG

Dr. Wolfgang Schäfer, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Lernziele



Nach Abschluss des Lehrgangs

- können Sie Kundenbedürfnisse für die gezielte Gestaltung von Kundenerlebnissen erheben;
- können Sie Methoden wie Customer Journeys und Personas selbstständig anwenden;
- können Sie Customer Touchpoints identifizieren, bewerten und gestalten;
- können Sie Kundenerlebnisse mit Angeboten und Unternehmen ganzheitlich und praxisnah gestalten oder verbessern;
- können Sie die nötigen qualitativen und quantitativen Daten erheben und auswerten.

CAS Pricing

Wahlbereich B

Preisstrategie als wichtiger Treiber der Profitabilität

Zahlreiche Unternehmen verschenken Gewinnpotenziale, da sie dem Thema zu wenig Aufmerksamkeit widmen und dadurch keinen ihrer Leistung entsprechenden Marktpreis erzielen. Vor diesem Hintergrund rückt die Bestimmung und Durchsetzung optimierter Preise in den Mittelpunkt.

AUSGANGSLAGE

In einer globalisierten Welt reicht es nicht mehr aus, die eigenen Preise mit Wettbewerbern zu vergleichen oder Deckungsbeitragsgrenzen zu definieren. Um die Zahlungsbereitschaft der Kundschaft optimal auszuschöpfen, werden immer anspruchsvollere Strategien und Methoden für die Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung angewendet, mitunter auch dynamisch. Parallel zu dieser Entwicklung steigen Stellenwert und Möglichkeiten eines ganzheitlichen Vertriebs durch die Digitalisierung und die Sättigung vieler Märkte rapide an. Die weiterhin zahlreicher werdenden Kanäle für Absatz und Kommunikation können mit einer immer grösser werdenden Menge an Daten aus dem Kundenbeziehungsmanagement bestmöglich ausgestaltet werden. Die Herausforderungen und Chancen einer konsistenten Preis- und Vertriebsstrategie rechtzeitig zu erkennen und umzusetzen, wird somit zu einer zentralen Kompetenz für jedes Unternehmen.

NUTZEN

Der Zertifikatslehrgang CAS Pricing ist eine praxisorientierte und wissenschaftlich fundierte Fachausbildung für alle, die das Margenpotenzial ihres Unternehmens ausschöpfen und ihre Produkte effektiv und effizient vermarkten wollen.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Einzelarbeit und einer Gruppenpräsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Pricing (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/caspris

LEITUNG

Dr. Nina Heim, Institut für Marketing Management,
ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- kennen Sie die grundlegenden Zusammenhänge, Mechanismen und Trends hinsichtlich Preissetzung, -differenzierung und -durchsetzung;
- kennen Sie die Möglichkeiten zur Ermittlung der Zahlungsbereitschaft von Kund:innen;
- können Sie Produkt-, Markt- und Kundeninformationen qualitativ und quantitativ analysieren, um diese als Informationsgrundlage in Ihre Preis- und Vertriebsstrategien zu integrieren;
- kennen Sie die Erfolgsfaktoren und Möglichkeiten zur optimalen Ausgestaltung der internen Prozesse und Anreize für zielgerichtetes Preis- und Vertriebsmanagement;
- wissen Sie die relevante Verhaltenstheorie und Psychologie hinter erfolgreichem Verhandlungsmanagement in Ihrem Unternehmen anzuwenden.

CAS Service Design & Innovation

Wahlbereich B

Wie aus neuen Ideen nachhaltige Angebote werden

Nutzerzentriertes Design beruht darauf, die Bedürfnisse und Ziele von Kund:innen genau zu verstehen.

AUSGANGSLAGE

Manche Organisationen streben inkrementelle Innovationen an – andere radikale. Beide benötigen dafür die Fähigkeit, systematisch Lösungsansätze zu entwerfen und regelmässig mit Nutzer:innen zu testen.

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. Dies umfasst die Erforschung der Lebenswelt der Nutzer:innen sowie die Herstellung und das Testen von Service-Prototypen. Zudem wird Ihnen auf Organisationsebene vermittelt, wie systematisch Innovationsansätze entdeckt und weiterentwickelt werden können.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer schriftlichen Fallstudie inklusive Gruppenpräsentation sowie einer Posterpräsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Service Design & Innovation (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/cassdi

LEITUNG

Sandro Graf und Nina Weschenfelder, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- können Sie ein konkretes Vorgehen zur Neuentwicklung oder Verbesserung eines Angebots planen;
- wissen Sie, mit welchen Methoden man die Lebenswelt von Kund:innen effektiv und effizient erkundet;
- können Sie den Design-Thinking-Ansatz und seine Methoden, wie z.B. Customer Journeys oder Service Blueprints, selbstständig anwenden;
- kennen Sie verschiedene Möglichkeiten, wie Organisationen systematisch Innovationsansätze identifizieren und weiterentwickeln können.

CAS AI Marketing Organisation

Wahlbereich C

Maximale Kundenzentrierung durch Nutzung von AI

Der Markt erfordert rasche Reaktionszeiten und flexible Anpassungsmöglichkeiten. Dazu ist AI unerlässlich.

AUSGANGSLAGE

Dynamische Märkte, sich ständig wandelnde Kundenanforderungen und die rasend schnelle Entwicklung von Artificial Intelligence (AI) stellen Unternehmen vor grosse Herausforderungen. Um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit zu gewährleisten, ist es für moderne (Marketing-)Organisationen unumgänglich, ihre Strategien, Strukturen und Kulturen zu überdenken und kundenzentriert zu transformieren. Dabei ist die Nutzung von AI nicht nur hilfreich, sondern unerlässlich.

NUTZEN

Die Nutzung von AI ist essenziell, um rasch und gezielt auf sich wandelnde Kundenanforderungen eingehen zu können. Entscheidend ist, dass sich die gesamte Organisation transformiert – und sich damit auch alle Teams und Mitarbeitenden weiterentwickeln.

LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis ist in Form einer schriftlichen Arbeit und einer Präsentation zu erbringen.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in AI Marketing Organisation (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casaimo

LEITUNG

Dr. Marcel Stadelmann, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

PROGRAMM-MANAGER

Reto Heierli, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Lernziele



Nach Abschluss des Lehrgangs

- verstehen Sie die Bedeutung Künstlicher Intelligenz für eine moderne Marketingorganisation und kennen die wichtigsten Rollen, Aufgaben und Prozesse im Umgang mit AI.
- können Sie mithilfe von AI und agilen Arbeitsmethoden aktuelle und zukünftige Marketingtrends und Kundenbedürfnisse frühzeitig identifizieren und die passenden Massnahmen ableiten, planen und umsetzen.
- verstehen Sie die Bedeutung der Zusammenarbeit zwischen Marketing und anderen Unternehmensbereichen und können Organisationsstrukturen und -kulturen entsprechend transformieren.

CAS Marketing Automation & Artificial Intelligence

Wahlbereich C

Mehrwert schaffen mit Marketing Automation und AI

Etablieren Sie den kundenzentrierten Einsatz in Ihrem Unternehmen.

AUSGANGSLAGE

Die Datenfülle aus digitalen Kanälen und neuen Technologien bietet vielfältige Möglichkeiten für die Personalisierung von Leistungen und der Kommunikation mit Konsument:innen. Wenn sie aus der Kundenperspektive heraus entwickelt werden, generieren darauf aufbauende Automatisierungen einen Mehrwert für die Kund:innen. Gleichzeitig ermöglichen diese Automatisierungen Qualitätsverbesserungen und Effizienzgewinne für die Unternehmen. Für eine erfolgreiche Etablierung von Marketing Automation und die Nutzung von Artificial Intelligence benötigen Unternehmen eine zielgerichtete Strategie und entsprechende Kompetenzen für die Umsetzung. Der CAS bietet nebst aktuellen Best Practices auch die Auseinandersetzung mit Risiken und Grenzen und den Blick darauf, was in der Zukunft mit Artificial Intelligence möglich wird.

NUTZEN

Der CAS vermittelt die notwendigen Kompetenzen für die erfolgreiche Etablierung von Marketing Automation und Artificial Intelligence im Unternehmen. Zudem behandelt er intensiv die Implementierung und die praktische Anwendung in zukunftsweisenden Anwendungsfällen mit den wichtigsten Tools.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Modul eins in Form einer Potenzialanalyse und in Modul zwei mit einer Präsentation.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Marketing Automation & Artificial Intelligence (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

>>> www.zhaw.ch/imm/casmai

LEITUNG

Prof. Dr. Frank Hannich, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

PROGRAMM-MANAGER

Reto Heierli, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law

Lernziele



Nach Abschluss des Lehrgangs

- verstehen Sie die Begriffe Marketing Automation (MA) und Artificial Intelligence (AI);
- sind Sie fähig, Marketing-Automation-Initiativen zu beurteilen, gegeneinander abzuwägen und zu priorisieren;
- wissen Sie über die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen für die Etablierung und den Einsatz von MA und AI im Unternehmen Bescheid und sind in der Lage, Ihre eigenen Kompetenzen sowie die Ihres Unternehmens kritisch zu reflektieren;
- kennen Sie Schritte und Erfolgsfaktoren der Implementierung von MA und AI und sind in der Lage, Projekte inhaltlich mit der Unternehmens- und Marketingstrategie zu verknüpfen, kritisch zu bewerten, zu planen und umzusetzen;
- können Sie rechtliche und ethische Risiken und Grenzen von MA und AI einschätzen und kritische Themen zu deren Einsatz diskutieren.

CAS Marketing Technology

Wahlbereich C

Erleben Sie Marketingtechnologien

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

AUSGANGSLAGE

Marketing ist eine zunehmend technologiegetriebene Disziplin. Durch E-Commerce und digitales Marketing, zu dem beispielsweise der Einsatz von Künstlichen Intelligenzen gehört, werden herkömmliche Touchpoints ergänzt oder gar ersetzt. Marketeers müssen heute also nicht mehr nur Medien- und Kommunikationskompetenz mitbringen, sondern auch grundlegende IT-Kenntnisse. Vor allem auf leitender Ebene hat sich darüber hinaus vielerorts eine neue Spezialisierung entwickelt: die Position des Chief Marketing Technologist (CMT). Sie fungiert als Bindeglied zwischen Marketing und IT und erfordert dementsprechend ausgeprägte technologische Fertigkeiten, die erfolgreich mit dem Einsatz klassischer und moderner Marketingmassnahmen verbunden werden. Diese Interdisziplinarität ist heute über alle Ebenen bei Unternehmen gefragt – der CAS Marketing Technology reagiert auf diese Entwicklung.

NUTZEN

Im CAS Marketing Technology lernen die Teilnehmenden, als Chief Marketing Technologist (CMT) das Marketing der Zukunft zu gestalten. Sie erwerben die Schnittstellenkompetenz zwischen Marketing und IT, um die technologischen Herausforderungen der Unternehmen strategisch und operativ anzugehen.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer Gruppenpräsentation und einer Einzel-Poster-Session.

ABSCHLUSS

Certificate of Advanced Studies in Marketing Technology (12 ECTS-Credits).

WEITERE INFORMATIONEN

Alle Daten und das Anmeldeformular finden Sie online.

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

LEITUNG

Dr. Marcel Hüttermann, Institut für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law



Lernziele

Nach Abschluss des Lehrgangs

- können Sie Einsatzmöglichkeiten, Anwendungspotenziale und Mehrwerte von Marketingtechnologien identifizieren;
- können Sie relevante Technologien und Tools für das Marketing in den Bereichen Commerce & Sales, Data, Advertising & Promotion, Content & Experience sowie Social & Relationships anwenden;
- können Sie Marketingtechnologien in das Unternehmen integrieren;
- können Sie Investitionsentscheidungen herbeiführen und Marketingtechnologien nach ihrer Relevanz für den Unternehmenskontext priorisieren.

Dozierende

KURT A. ACKERMANN 1

Dr., Dozent für Consumer Behavior
Telefon +41 58 934 68 98
kurt.ackermann@zhaw.ch

BETTINA BEURER-ZÜLLIG 2

Dr., Dozentin für Kommunikation
Telefon +41 58 934 46 02
bettina.beurer-zuellig@zhaw.ch

MATTHIAS EHRT 3

Dr., Dozent für Marketing
Telefon +41 58 934 66 31
matthias.ehrt@zhaw.ch

RAINER FUCHS 4

Prof. Dr., Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Product Management
Telefon +41 58 934 70 56
rainer.fuchs@zhaw.ch

PIA FURCHHEIM 5

Dr., Dozentin für Marketing
Telefon +41 58 934 41 09
pia.furchheim@zhaw.ch

SANDRO GRAF 6

Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Customer
Experience & Service Design
Telefon +41 58 934 66 36
sandro.graf@zhaw.ch

JENS HAARMANN 7

Dr., Dozent für Marketing
Telefon +41 58 934 61 52
jens.haarmann@zhaw.ch

FRANK HANNICH 8

Prof. Dr., Dozent für Marketing,
Leiter Fachstelle Customer Manage-
ment & E-Commerce
Telefon +41 58 934 68 65
frank.hannich@zhaw.ch

NINA HEIM 9

Dr., Dozentin für Marketing
Telefon +41 58 934 68 66
nina.heim@zhaw.ch

MICHAEL KLAAS 10

Dr., Dozent für digitales Marketing,
Leiter Fachstelle Digital Marketing &
Marketing Technology
Telefon +41 58 934 66 07
michael.klaas@zhaw.ch

STEFFEN MÜLLER 11

Dr., Dozent für Marketing, Leiter
Fachstelle Behavioral Insights & Pricing
Telefon +41 58 934 79 24
steffen.mueller@zhaw.ch

BRIAN RÜEGER 12

Prof. Dr., Dozent für Marketing, Leiter
Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 68 75
brian.rueeger@zhaw.ch

WOLFGANG SCHÄFER 13

Dr., Dozent für Marketing
Telefon +41 58 934 60 24
wolfgang.schaefer@zhaw.ch

FABIENNE SCHMIDLI 14

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Telefon +41 (0) 58 934 41 85
fabienne.schmidli@zhaw.ch

MARCEL STADELMANN 15

Dr., Dozent für Marketing
Telefon +41 58 934 46 46
marcel.stadelmann@zhaw.ch

ANNA-MARIA STRÄSSNER 16

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Telefon +41 (0) 58 934 40 63
anna-maria.straessner@zhaw.ch

HELEN VOGT 17

Dr., Dozentin für Product Management
und Marketing, Studienleiterin MAS
Product Management
Telefon +41 58 934 66 99
helen.vogt@zhaw.ch

MARCUS ZIMMER 18

Dr., Dozent für Marketing mit Schwer-
punkt Kundenbeziehungen
Telefon +41 58 934 46 64
marcus.zimmer@zhaw.ch

DARIUS ZUMSTEIN 19

Dr., Dozent für digitales Marketing,
Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 66 08
darius.zumstein@zhaw.ch

WEITERE DOZIERENDE

- **Gerhard Fehr,**
CEO und Managing Partner,
FehrAdvice & Partners AG
- **Stefan Gürtler,**
Prof. Dr., Dozent für Kommunikation
an der Fachhochschule Nordwest-
schweiz FHNW
- **Gerrit Heinemann,**
Prof. Dr., Leiter eWeb Research
Center der Hochschule Niederrhein
- **Christian Huld,**
Dr., Geschäftsführer und Inhaber,
DataCrea AG
- **Florian Siems,**
Prof. Dr., Inhaber des Lehrstuhls für
Marketing an der Technischen
Universität Dresden



A portrait of a middle-aged man with short brown hair, smiling at the camera. He is wearing a dark blue suit jacket over a light blue shirt and a blue and white striped tie. He is holding a pair of black-rimmed glasses with gold-colored temples in his right hand. The background is a blurred outdoor setting with a modern building and a staircase.

“«Kommunikation muss auf Augenhöhe stattfinden und authentisch sein. Die Kund:innen wollen wissen, ob ein Unternehmen wirklich so ist, wie es sich gibt.»

Prof. Dr. Brian Rüeger, Leiter Institut für Marketing Management

Organisatorisches

Melden Sie sich jetzt an

Die Studienplätze werden nach der Reihenfolge des Eingangs der vollständigen Anmeldeunterlagen vergeben.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolvent:innen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung in Marketing oder angrenzenden Fachgebieten. Berufslleute 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/masmama

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:
>>> www.zhaw.ch/imm/weiterbildung

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums werden 60 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für das gesamte Studium entspricht dies 1500 bis 1800 Stunden.

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur oder online statt. Details zum Unterrichtsformat finden Sie auf den jeweiligen Programm-Webseiten. Details zum Campus:
>>> www.zhaw.ch/sml/campus

DAUER

Der Masterstudiengang besteht aus vier Unterrichtssessoren und einem Semester für das Verfassen der Masterarbeit (Diplomsemester). Die Studiendauer beträgt zweieinhalb bis fünf Jahre, inklusive Masterarbeit. Der Einstieg ins Studium ist zu jedem CAS-Starttermin möglich.

UNTERRICHTSZEITEN

Der Unterricht findet in der Regel im 14-Tage-Rhythmus jeweils freitags und samstags statt.

UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Lehrveranstaltungen können jedoch auch in Englisch durchgeführt 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 den Titel «Master of Advanced Studies ZHAW in Marketing Management».

KOSTEN

Die Studiengebühr für den MAS Marketing Management beträgt insgesamt CHF 31 700.–. Die Kosten setzen sich aus denjenigen für die Zertifikatslehrgänge (CHF 8340.– pro CAS) und das Diplomsemester (CHF 1800.–) sowie dem MAS-Rabatt (CHF 3460.–) zusammen. Der MAS-Rabatt wird gewährt, sofern alle vier CAS am Institut für Marketing Management absolviert wurden.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

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

Weiterbildungsteilnehmende

Wer bei uns studiert

36

Ø Alter
Teilnehmende
Weiterbildung

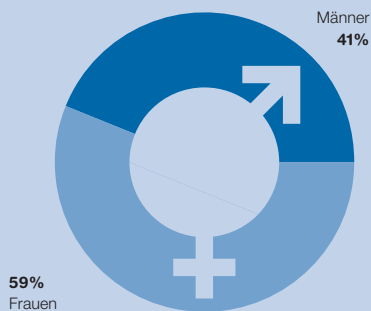
12

Ø Jahre
Berufs-
erfahrung

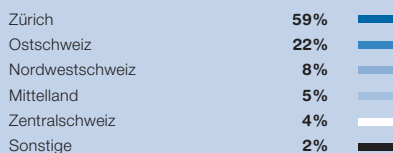
3

Ø Jahre
Führungs-
erfahrung

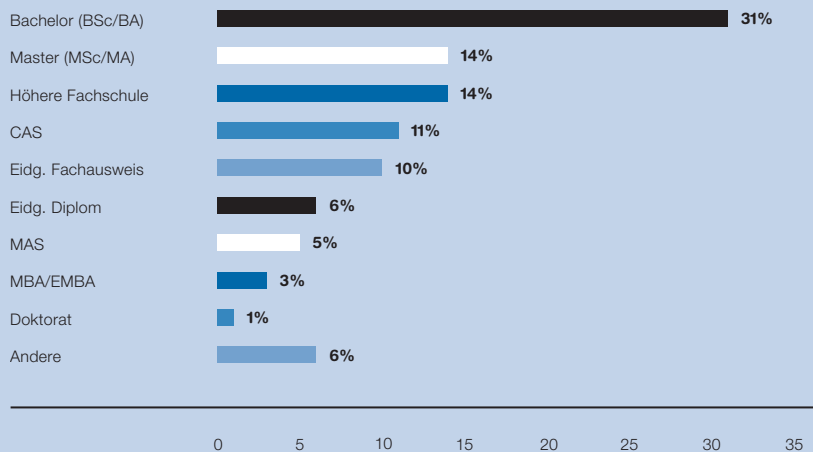
GESCHLECHT



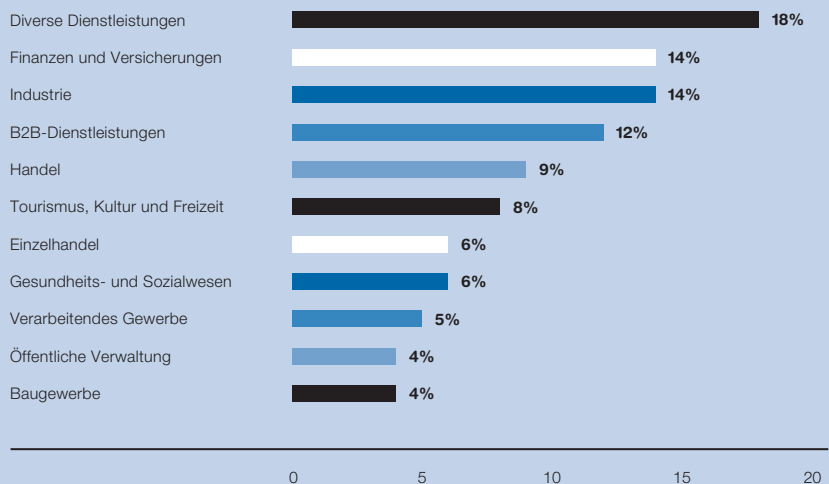
REGION



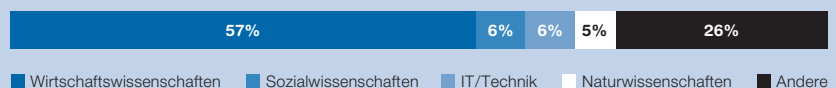
HÖCHSTER BILDUNGSABSCHLUSS



BRANCHE



FACHRICHTUNG ERSTAUSBILDUNG



Institut für Marketing Management

Über uns

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, AI in Marketing & Communication sowie Digital Marketing & Marketing Technology.

Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Netzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem MAS Marketing Management bietet das IMM noch weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> www.zhaw.ch/imm

Infoveranstaltung



Bei unseren Informationsveranstaltungen haben Sie die Möglichkeit, sich unverbindlich über das Weiterbildungsangebot des Instituts für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law zu informieren. Im Anschluss besteht die Gelegenheit, mit den Kursleiter:innen ins Gespräch zu kommen und Fragen zu diskutieren. Melden Sie sich gleich für die Infoveranstaltung an. Details und Daten:

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

MARKETING MANAGEMENT COMMUNITY



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

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

IMM-Kanäle

>>> blog.zhaw.ch/marketingmanagement

>>> www.facebook.com/zhaw.imm/

>>> twitter.com/imm_zhaw

Praxisbezug

Bilden Sie sich praxisnah und berufsbegleitend weiter

An der ZHAW School of Management and Law (SML) wird Praxisorientierung gelebt. Das gilt für die Leistungsbereiche Forschung und Beratung, aber auch für die Studien- und Weiterbildungsangebote, die konsequent auf die Anforderungen der Praxis ausgerichtet sind.

>180

Weiterbildungs-
angebote

> 4000

Weiterbildungsteilnehmende
jährlich

> 200

Praxisprojekte
in den letzten 5 Jahren

BUILDING COMPETENCE. CROSSING BORDERS.

Als Teil einer Fachhochschule ist die SML der angewandten Forschung verpflichtet. Die Bedürfnisse der Praxis bestimmen die Zielrichtung. Getreu unserem Leitsatz «Building Competence. Crossing Borders.» bündeln wir nicht nur unser eigenes Know-how, sondern überschreiten auch geografische und fachliche Grenzen, wenn es der Auftrag erfordert. Dabei greifen wir auf die Kompetenzen anderer Departemente der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), unserer Praxispartner sowie unserer über 190 Partnerhochschulen weltweit zurück.

HOHE PRAXISRELEVANZ

Die in der Forschung gewonnenen Erkenntnisse zeichnen sich durch hohe Praxisrelevanz aus und sind rasch umsetzbar. Sie fliessen konsequent in unsere Lehr- und Beratungstätigkeiten mit ein. Dies erlaubt es den Dozierenden, reale Praxisfälle im Unterricht zu behandeln und interessante Aufgabenstellungen abzuleiten. So können die Teilnehmenden unserer Weiterbildungen realistische Fallbeispiele unter Anwendung der erlernten Theorien bearbeiten. Oft lassen sich die so gewonnenen Erkenntnisse auch im eigenen Unternehmen umsetzen.

FACHERFAHRUNG UND BEZIEHUNGSNETZ

Um alle Leistungsbereiche bedienen zu können, legt die SML bei der Rekrutierung der Dozierenden neben der akademischen Laufbahn grossen Wert auf langjährige Fach- und Führungserfahrung. Das breite Beziehungsnetz, das die Dozierenden mitbringen, kommt auch Teilnehmenden in der Weiterbildung zugute. Zudem werden zu unseren Weiterbildungen nur Personen zugelassen, welche die jeweils nötigen beruflichen und persönlichen Qualifikationen mitbringen. Damit ist ein Erfahrungsaustausch auf hohem Niveau garantiert und die Teilnehmenden profitieren auch gegenseitig von ihrem Know-how.

Zukunftsorientiert

Erfolgreich auf dem Arbeitsmarkt

Mit Ihrer erweiterten Fachkompetenz profitieren Sie von besseren Karrierechancen. Mehr noch: Sie vergrössern kontinuierlich Ihr Netzwerk, freuen sich an Ihrer beruflichen Weiterentwicklung und lernen die vielen Vorteile des lebenslangen Lernens kennen.



**Netzwerk
ausbauen**



**Perspektive auf
bessere Karrierechancen**



**Berufliche
Weiterentwicklung**



**Lebenslanges
Lernen**



**Verbesserte Chancen
auf dem Arbeitsmarkt**



**Erweiterte
Fachkompetenz**



School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml

TRIPLE CROWN

