

Marketing Automation & Artificial Intelligence

Certificate of Advanced Studies (CAS)



Building Competence. Crossing Borders.

Lehrgang

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 Konsumentinnen und Konsumenten. Wenn sie aus der Kundenperspektive heraus entwickelt werden, generieren darauf aufbauende Automatisierungen einen Mehrwert für die Kundinnen und Kunden. 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 den Blick auf Risiken und Grenzen und den Blick darauf, was in der Zukunft mit Artificial Intelligence möglich wird.

LERNZIELE UND 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.

Nach erfolgreichem Abschluss des Lehrgangs

- wissen Sie, was unter den Begriffen Marketing Automation (MA) sowie Artificial Intelligence (AI) zu verstehen ist;
- kennen Sie sowohl Best-Practice-Beispiele von MA (international und in der Schweiz) als auch MA-Software, deren wichtigste Funktionen und die erforderlichen datentechnischen Voraussetzungen;
- sind Sie in der Lage, MA- und AI-Projekte inhaltlich mit der Unternehmens- und Marketingstrategie zu verknüpfen und diese kritisch zu bewerten;
- wissen Sie über die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen (Skill Set) für den Einsatz und die erfolgreiche Etablierung 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 können die Implementierung von MA- und AI-Projekten und den Einsatz von MA-Software planen und umsetzen;
- sind Sie fähig, interne und externe Marketingprozesse auf ihr Automatisierungspotenzial hin zu prüfen, und verstehen es, diese mit geeigneten Methoden/Tools effizienter und wertschöpfender zu gestalten;
- sind Sie in der Lage, Vergleiche zwischen verschiedenen Initiativen zur Förderung der Automatisierung im Marketing anzustellen, diese zu beurteilen, gegeneinander abzuwägen und die geeignetste Variante dafür zu identifizieren;
- können Sie Kundenbedürfnisse erfassen und in Anwendungsszenarien für MA und AI umsetzen sowie automatisierte Anwendungen mit persönlichen Kanälen verknüpfen;
- erkennen Sie frühzeitig aktuelle und zukünftige Trends und Kundenbedürfnisse und sind in der Lage, die daraus abgeleiteten Marketingmassnahmen nach deren Potenzial zu beurteilen und zu priorisieren;
- können Sie die Kundenorientierung, Machbarkeit und Attraktivität von Marketing Automation Use Cases einschätzen;
- können Sie rechtliche und ethische Risiken/Grenzen von MA und AI einschätzen und sind in der Lage, kritische Themen von MA und AI sowie deren Einsatz zu diskutieren und sich eine fundierte Meinung zu bilden.

Aufbau und Inhalt

Ein nachhaltiger Lerneffekt für Sie

Theoretische Grundlagen werden mit Beispielen aus der Praxis veranschaulicht und selbst angewendet.

MODULÜBERSICHT

MODUL 1 6 ECTS-Credits	MODUL 2 6 ECTS-Credits
Marketing Automation & AI Skill Set	Use Cases in Marketing Automation & AI
<ul style="list-style-type: none">– Strategie und Potenzial– Relevanz und Timing– Prozess- und Touchpoint-Analyse, Customer Journey– Kundenbedürfnisse und -verhalten– Segmentierung bis Hyperpersonalisierung– Omnichannel-Orchestrierung– Datenforderungen und -nutzung– Risiken und Grenzen von MA und AI– Ethische Bewertung	<ul style="list-style-type: none">– Implementierung und Projektmanagement– Anwendung und Tools: Lead Management, Customer Engagement, Cross- und Upselling, Churn Prevention, E-Mail-Marketing, Content Generation Curation und Distribution, Service Automation– Anwendung von Marketing-Automation-Software, u. a. Hubspot, Marketo, Active Campaign Channel und Tool-Integration– Kundenverhalten: Monitoring und agile Reaktion– Business Case, Kontrolle und Learning

ZIELPUBLIKUM

Dieser CAS richtet sich an Fach- und Führungskräfte sowie an künftige Führungspersonen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation sowie Sales und Service, die das Potenzial von Marketing Automation und Artificial Intelligence für ihr Unternehmen strategisch nutzen sowie deren Implementierung planen und leiten möchten. Zudem richtet sich der CAS an Personen, die selbst Marketing-Automation-Projekte und -Kampagnen kompetent umsetzen möchten.

METHODIK

Wichtige Bestandteile des Lehrgangs sind die unmittelbare Anwendung der theoretischen Grundlagen mithilfe von Fallstudien und Praxisbeispielen sowie die Reflexion und Diskus-

sion 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
- Gastreferentinnen und -referenten aus Unternehmen, die Einblick in die betriebliche Praxis bieten

Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



Prof. Dr. Frank Hannich
Leiter der Fachstelle Customer Management & E-Commerce



Reto Heierli
Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Fachstelle Customer Management & E-Commerce

STUDIENLEITUNG

Prof. Dr. Frank Hannich

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 68 65
frank.hannich@zhaw.ch

PROGRAMM-MANAGER

Reto Heierli

Institut für Marketing Management
Telefon +41 58 934 45 97
reto.heierli@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. 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/casmai

TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 24 Personen beschränkt.

DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

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

ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Studiengangs 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 bis 360 Stunden.

LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Modul 1 in Form einer Potenzialanalyse und in Modul 2 mit einer Präsentation.

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/casmai

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

DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von vier Monaten berufsbegleitend 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 den Titel «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Marketing Automation & Artificial Intelligence».

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

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml

