

# Strategisches Marketing

## Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Erweitern Sie Ihre Fachkompetenz

Anhand von Beispielen aus Ihrem eigenen Unternehmen entwickeln Sie strategische Marketingprojekte und lernen das Handwerkszeug, um diese mit Fakten und Zahlen zu untermauern.

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

### LERNZIELE UND NUTZEN

#### MODUL 1: KERNAUFGABEN DES MARKETINGS

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls

- können Sie Unternehmensstrategien und Geschäftsmodelle beschreiben und weiterentwickeln;
- können Sie Marketingziele formulieren und in einem Zielsystem einordnen und verstehen die Rolle von Marketingkennzahlen zur Strategieumsetzung;
- können Sie strategische Marketingprojekte erarbeiten, die sich an den Unternehmenszielen ausrichten;
- verstehen Sie die Bedeutung einer Test-and-Learn-Kultur im Unternehmen und können Businessexperimente und deren Einsatzpotenziale beschreiben;
- können Sie Customer Centricity über das gesamte Unternehmen hinweg promoten;
- können Sie technologische und gesellschaftliche Entwicklungen beschreiben und ihre Auswirkungen auf die strategische und operative Marketingarbeit einordnen.

#### MODUL 2: POTENZIALANALYSE

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls

- 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;
- können Sie Customer Insights in konkrete Massnahmen auf der strategischen und operativen Ebene umsetzen;
- haben Sie ein Verständnis für Konsumentinnen und Konsumenten und ihre Bedürfnisse sowie für Geschäftskundinnen und -kunden und organisationale Beschaffungsprozesse entwickelt;
- kennen Sie Methoden und Technologien zur Identifizierung von Kundinnen und Kunden und zur Bestimmung von Zielgruppen;
- können Sie ethische Spannungsfelder im Marketing beschreiben;
- können Sie einen strategischen Marketing-Case erstellen, der auf theoretischen und empirischen Erkenntnissen basiert;
- können Sie Investitionen in Marketingaktivitäten finanziell darlegen und den Nutzen von Marketinginvestitionen quantifizieren.

### ZIELPUBLIKUM

Der CAS Strategisches Marketing richtet sich vor allem an Fachleute aus den Funktionsbereichen Business Development, CRM, Marketing, Produktmanagement, Service und Vertrieb. Angesprochen sind zudem Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Personen, die den Quereinstieg in die genannten Bereiche planen.

# Aufbau und Inhalt

## Mit methodischer Vielfalt zum nachhaltigen Lerneffekt

In kompakten, praxisorientierten Modulen vermitteln wir Fachwissen, von dem Sie in Ihrem Arbeitsalltag profitieren.

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>Kernaufgaben des Marketings</b>	<b>Potenzialanalyse</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Kernaufgaben des Marketings</li><li>– Geschäftsmodelle und Strategietools</li><li>– Marketingziele und Marketingkennzahlen im Data-driven Business</li><li>– Von der Unternehmensstrategie zum strategischen Marketingprojekt</li><li>– Agilität im Marketing: Tools und Mindset</li><li>– Marketing-Mix revisited</li><li>– Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Customer Management, Product Management, Brand Management (parallele Tracks zur Auswahl)</li><li>– Customer Intelligence</li><li>– Market-Research-Trends</li><li>– Strategy Safari</li><li>– Consumer Behavior in the Digital Age</li><li>– Segmentierung</li><li>– Ethische Aspekte im Marketing</li></ul>

### METHODIK

- Referate und Lehrgespräche
- Diskussionen und Workshops
- Bearbeitung von Case Studies und Analyse von Best Practices
- Einzel- und Gruppenarbeiten
- E-Learning-Sequenzen

### DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung
- Erfahrene Praktikerinnen und Praktiker mit didaktischer Erfahrung
- Expertinnen und Experten aus den Bereichen Produkt- und Kundenmanagement



«Highlight war ein zweitägiges Intensivseminar, in dem der Weg von der Unternehmens- zur Kundenstrategie erarbeitet wurde.»

Pascal Freudiger, Manager analytisches CRM und Data Scientist, Basler Kantonalbank

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Steffen Müller**

Leiter Fachstelle Behavioral Insights & Pricing, Dozent für Marketing

**STUDIENLEITUNG**

**Dr. Steffen Müller**

Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 79 24  
[steffen.mueller@zhaw.ch](mailto:steffen.mueller@zhaw.ch)

**ADMINISTRATION UND ANMELDUNG**

ZHAW School of Management and Law  
Customer Service Weiterbildung  
Theaterstrasse 15b  
Postfach  
8401 Winterthur  
Telefon +41 58 934 79 79  
[info-weiterbildung.sml@zhaw.ch](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/cassm](http://www.zhaw.ch/imm/cassm)

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert.  
>>> [www.zhaw.ch/imm/cassm](http://www.zhaw.ch/imm/cassm)

### ARBEITSAUFWAND

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

### LEISTUNGSNACHWEIS

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

### 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/cassm](http://www.zhaw.ch/imm/cassm)

>>> [www.zhaw.ch/sml/campus](http://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 Präsenzpflicht von mindestens 80 Prozent verleiht die ZHAW School of Management and Law das «Certificate of Advanced Studies ZHAW in Strategischem Marketing».

### 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