

Marktpsychologie

Certificate of Advanced Studies (CAS FH)



Verbraucherverhalten im Fokus

Wie erfährt man was Kunden wollen, bevor Sie es selbst wissen? Wie weckt man Bedürfnisse und macht daraus ein Produkt? Wie wird ein Produkt zur Marke? Mit diesen Fragen beschäftigt sich das CAS „Marktpsychologie“ und vermittelt Inhalte rund um die Themen Konsumentenverhalten, Werbung und Mediaplanung. In Vorlesungen und Workshops erarbeiten Sie sich einen Vorsprung in Marketing, Medien- und Kundenbelangen, der für Ihre Karriere als Führungskraft und/ oder Fachexperte äusserst nützlich ist.



Fakten und Zahlen

Abschluss	CAS FH in Marktpsychologie
Anerkennung	Die Kalaidos Fachhochschule ist eidgenössisch akkreditiert
ECTS-Punkte	15
Dauer	6 Monate, Start Oktober
Präsenzunterricht	10 Tage, Freitag ab 13 Uhr
Ausbildungsgebühr	9'700 CHF (inkl. Lehrmittel und reguläre Prüfungen)
Durchführungsort	Zürich-Oerlikon

Voraussetzung für den Einstieg

Für dieses CAS sind keine speziellen psychologischen Kenntnisse erforderlich. Es richtet sich an Spezialisten und Führungskräfte, welche Ihre fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen im Bereich der Marktpsychologie praxisnah erweitern möchten und Interesse daran haben, Erkenntnisse und Erfahrungen aus diesem Bereich aus verschiedenen Perspektiven zu hinterfragen.

Vorteile für Studierende und Arbeitgeber

- Praxisnahe Inhalte: Prozesse, Entscheidungen und Vorgänge aus dem Berufsleben können analysiert und deren Hintergrund verstanden werden
- Präsenztage ausschliesslich an Freitagen, 100 % Berufstätigkeit möglich
- Kleine Klassen und keine einschlägigen Vorkenntnisse erforderlich
- Ausbau zu DAS Wirtschaftspsychologie und MAS sowie EMBA und MBA möglich

Bedarfsgerechte Weiterbildung

Die Kalaidos Fachhochschule unterscheidet intern zwischen CoC (Course of Competence) und CoE (Course of Excellence). So können Sie sich entsprechend Ihrer Vorbildung und Ihren Anforderungen weiterbilden. Beide Kurse führen zu einem identischen CAS-Zertifikat. Das CAS in Marktpsychologie ist ein CoE.

Course of Competence (CoC)	Course of Excellence (CoE)
<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte entsprechen: Bachelorniveau und Praxiserfahrung 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte entsprechen: Masterniveau und Praxiserfahrung
<ul style="list-style-type: none"> • Ziel: Hintergrund des Themengebietes verstehen und die Breite sowie Facetten kennenlernen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel: Wissensvertiefung im Themengebiet – Expertenwissen unter Zusammenspiel von Theorie mit starkem Praxisbezug
<ul style="list-style-type: none"> • Alter Teilnehmende: vorwiegend ca. 25-40 	<ul style="list-style-type: none"> • Alter Teilnehmende: vorwiegend ca. 30-50
<ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzung: erste Erfahrungen und Interesse, sich tiefer in das Gebiet einzuarbeiten (Empfehlung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Voraussetzung: Themengebiet kennen und Breite sowie Komplexität des Themengebiets verstehen (Empfehlung)
<ul style="list-style-type: none"> • Im Vordergrund steht die Vermittlung von <ul style="list-style-type: none"> • Praxis: Einführung ins Themengebiet und Verknüpfung • Theorie: Aufbau und Wiederholung von Wissen mit starkem Praxisbezug • Aus- und Weiterbildung im Themengebiet • Antworten auf die Frage nach dem WARUM 	<ul style="list-style-type: none"> • Im Vordergrund steht die Vermittlung von <ul style="list-style-type: none"> • Praxis: Weiterführende Erfahrung im Themengebiet • Theorie: Festigung des theoretischen Wissen im Themengebiet • Weiterbildung im Themengebiet und Praxisaustausch • Antworten auf die Fragen nach dem WIE

Aufbau und Inhalt des Studiums

Übersicht Module	
Werbepsychologie	Daten und Fakten, Werbung als Teil des Marktes, Ziele und Adressaten, Werberezepte, Social Marketing, Werbetechniken
Kundenpsychologie	Wahrnehmung und Gedächtnis, Lernen, Motivation, Emotion, nonverbale Kommunikation, Einflüsse der Themen auf das Verhalten als Kunde aus verschiedenen Perspektiven Sales, Manipulation, Bahnung und Kontexteffekte, Einstellungen und Beeinflussung, Entscheidungsverhalten und automatische Prozesse, sozialer Kontext, Konsistenz und Reaktanz, Menschliche Zufriedenheit
Gestaltung	Einflüsse der Gestaltung: Wirkung und Einsatz von Farben, Texten, Bildern, Musik sowie Humor und Furcht.
Markenpsychologie	Markenbegriff und -typen, Markenkonzepte und Markenbindung, Markenentwicklung, interkulturelles Marketing und Markenstrategien, Effekte
Medien- und Marktmanagement	Konzeption, Planung und Umsetzung, Zielgruppen und Mittel, Copy Strategie, Mediaplanung
Neuromarketing	Legende des Homo Oeconomicus, Denk- und Verhaltensweisen des Menschen und ihre Bedeutung im Marketing, Steuerungsgrössen im Unterbewusstsein
Workshops	Umsetzung des bereits Gelernten in zwei Workshops zu Gestaltung und Konzeption

Das CAS beinhaltet keine klassischen schriftlichen Prüfungen, sondern wird mit einer praxisorientierten Seminararbeit abgeschlossen.

Kontakt und Beratung

Katja Schwedhelm
Studiengangsleitung
E-Mail: katja.schwedhelm@kalaidos-fh.ch
Tel: +41 44 200 19 91

Kalaidos Fachhochschule Schweiz AG
Institut für Wirtschaftspsychologie
Junholzstrasse 43, CH-8050 Zürich
www.kalaidos-fh.ch