

CAS FH in Marktpsychologie

Klasse: CASMP_11/21 Wintersemester 2021/2022

Kurstag: Freitag; Dauer: 13:00 - 16:30 und 17:30 - 21:00 Uhr.

Kursort ist:

- Zürich-Oerlikon, Jungholzstrasse 43. Raumangaben vorbehaltlich Änderungen.
- 1 Termin wird online durchgeführt

Präsenzunterricht

 Bitte konsultieren Sie das **Modulhandbuch für eventuelle Vorbereitungsaufgaben** auf den ersten Präsenztag. Sie finden dieses rechtzeitig vor Semesterstart im OpenOLAT-Kurs.

Dauer	Thema	Dozierende
29.10.2021 Freitag 13.00-21.00 Uhr	Markenpsychologie - Überblick über den CAS - Fitness Check - Name oder Marke – Elemente zur Navigation in der Markenwelt - Happy & Crappy Brands – was Marken auslösen - Marke als Wertgeneratoren über die Zeit - Markenstrategien und Markenentwicklung über die Zeit - ThinkBranding, thinkdigital: Markenpsychologie und Touch Points	Peter Bauer
12.11.2021 Freitag 13.00-21.00 Uhr Diese Vorlesung wird online durchgeführt	Kundenpsychologie I - Erkenntnisse aus den Wissenschaften - Einführung - Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Lernen - Motivation und Emotion im Kaufprozess - Entscheidung und Bewertung, kaufen oder nicht? - Kauf und Selbstregulation - Kollegiale Fallberatung	Prof. Dr. Karsten Wendland
19.11.2021 Freitag 08.30-16.30 Uhr	Kundenpsychologie II - Intuition und Vereinfachung - Stimmung und Kaufverhalten - Primingeffekte - Involvement - Soziale Kontrolle und Kaufverhalten - Verantwortliches Handeln (Responsibility) - Aktuelle Themen	Prof. Dr. Karsten Wendland
26.11.2021 Freitag 13.00-21.00 Uhr	Wissenschaftliches Arbeiten - Was ist Wissenschaft? - Themenfindung und Forschungsfrage - Do's & Don't's - Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten - Richtlinien für Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten (RESA)	Armin Koppert
10.12.2021 Freitag 13.00-16.30 Uhr	Werbepsychologie - Werbung in einer Ära der Kundenerlebnisses - Werbepsychologie – Wirkungen, Theorien und Modelle - Werbung in der Zeit des Ad-Blockings - Wie gelangt man vom Augenblick zum Engagement? - Customer Journeys und Customer Experience Ecosystems in der Werbung	Dr. Tiia Mäkinen
10.12.2021 Freitag 17.30-21.00 Uhr	Medien- und Marketingmanagement - Marketing und Innovation - Werte als Ergebnis von Kommunikation - Medien als Multiplikatoren - Entscheidungskriterien der Mediaplanung	Armin Koppert

14.01.2022 Freitag 13.00-21.00 Uhr	Neuromarketing - Legende des Homo Oeconomicus - Denk- und Verhaltensinformationen des Menschen und ihre Bedeutung im Marketing - Die wahren Kaufmotive: Steuerungsgrößen im Unterbewusstsein - Ableiten von Zielgruppen - Inspirationen aus und für die Praxis	Peter Bauer
28.01.2022 Freitag 13.00-21.00 Uhr	Gestaltung - Experience Design und Marketing – Theorie und Hintergründe - Kundenerlebnisse zu designen beginnt mit dem Verstehen des Kunden - Werkzeuge der Zielkunden verstehen - Personas und Empathy Map – Werkzeuge zum besseren Kundenverständnis - Customer Journey Mapping – Ein Werkzeug, um das Kundenerlebnis zu verstehen - Experience Design – Definition eines Konzepts und Aktionsplans des zielgerichteten Kundenerlebnisses - Experience Design Framework – Jetzt sind Sie dran (learning by doing!)	Dr. Tiia Mäkinen
11.02.2022 Freitag 13.00- 21.00 Uhr	Workshops Gestaltung - Umsetzung des bereits Gelernten in einem Workshop - Schrift und Typografie - Farbsymbolik und Farbgestaltung - Bildbearbeitung, Retusche und Bildcomposing	Bernd Reznicek
25.02.2022 Freitag 13.00-21.00 Uhr	Workshop Konzeption - Von der Idee zum Produkt - Umsetzung des bereits Gelernten in einem Workshop	Armin Koppert
04.03.2022 Freitag 13.00-21.00 Uhr	Wrap up (Besuch dieses Moduls ist Pflicht!) - Das Wichtigste "in a nutshell" - Die Grenzen der Marktforschung - How to make it work – vom „know how“ zum „do how“ - Präsentation/ Diskussion der Semesterarbeitsthematik	Peter Bauer

Semesterarbeit

Anmeldung	Abgabe	Vorgehen	Rückmeldung
21.02.2022		Abstimmung des Semesterarbeitsthemas mit dem Betreuenden (Peter Bauer oder Armin Koppert) Einreichung des Semesterarbeitsthemas an Hand des Formulars im Lernraum	
	04.04.2022	Upload der finalen Version als pdf und Word Datei in den Lernraum	ca. 6 Wochen später

Qualitätszirkel

Termin	Beurteilung	Teilnehmer
	Zwischenevaluation des CAS	3-4 Personen aus der Klasse, Retrospektive über Mittag

Lernleistungen: Semesterarbeit am Ende des CAS



Dozierende CAS Marktpsychologie

Peter Bauer	<p>Seine Marketing-Expertise eignete sich Peter Bauer nicht nur mit seiner Ausbildung (Betriebswirtschaftler UNI Zürich) und seinen Post Graduate Diplomen (Kellogg School of Management und London Business School) an. Als Marketingleiter in namhaften Unternehmen der Konsum-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsbranche baute sich Peter Bauer über mehrere Jahrzehnte, gerade in den Bereichen Customer Experience, & Behavior, besonderes Expertenwissen auf. Das Antizipieren von Kundenreaktionen spielt für ihn stets eine zentrale Rolle und bildete die Basis für seine Markterfolge. Peter Bauer ist von der Kraft der Emotionen überzeugt und nutzte immer wieder seinen Spielraum für innovative Projekte; ganz nach seinem Motto: «just do it! – and learn!». Aus diesem Grunde basieren seine Erfahrungen für wirkungsorientiertes Marketing nicht nur auf Usability Tests und andern Erhebungsmethoden, sondern vor allem auf echten Massnahmen. Es gelingt ihm damit, auch im digitalen Zeitalter die 'Inside-out'-Perspektive vieler Unternehmen durch eine konsequente 'Outside-In'-Betrachtungsweise zu ergänzen und konkrete wirkungsorientierte Impulse zu setzen.</p> <p>Auch als Dozent für Service Excellence, Kundenpsychologie sowie für weitere Marketingthemen an FHS und Referent an internationalen Kongressen genießt Peter Bauer seit vielen Jahren einen hervorragenden Ruf als innovativer Macher.</p>
Prof. Dr. Karsten Wendland	<p>Prof. Dr. Karsten Wendland ist Informatiker, Humanwissenschaftler und Technikfolgenabschätzer. Seit über 25 Jahren verbindet er Forschung und Lehre mit unternehmerischer Praxis, u.a. als Gründer und Entwickler von Forschungs- und Beratungsinstituten zur menschenzentrierten Technikgestaltung und Entwicklung von Lösungswegen, als Vorstand einer Stiftung und als Keynote-Speaker mit Vorträgen in Europa, Russland, Indien und Lateinamerika. Forschungs- und Beratungsfelder sind Technikgestaltung, KI-Zukünfte, Digitale Ethik in der Anwendungspraxis, Begleitung von Transformationsprozessen. An der Hochschule Aalen lehrt er in den Feldern User Experience, Technical Content Creation und Startup-Management. Am Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) bearbeitet er Sonderthemen im Feld Digitalisierung und Gesellschaft.</p>
Armin Koppert	<p>Nach seiner kaufmännischen Ausbildung schloss Armin Koppert 2006 sein Studium zum Betriebswirt bei der Handwerkskammer Konstanz erfolgreich ab.</p> <p>Im gleichen Jahr übernahm er den 1973 gegründeten Familienbetrieb, die Unternehmensberatung (KMU) und Kommunikationsagentur Koppert Mikromarketing-Systeme und führt diese bis heute mit mehreren Angestellten fort.</p> <p>2009 erlangte er den B.Sc. in Wirtschaftsingenieurwesen FH, mit der Spezialisierung Supply Chain Management sowie zusätzlich dem Product Management. 2012 wurde der Bachelor um einen internationalen M.Sc. in Business Information Systems FH erweitert. Zu den Schwerpunkten zählt das Business Process Management sowie Kollaborationssysteme. Armin Koppert doziert seit 2013 an der Kalaidos Fachhochschule, ist hier Projektleiter, Thesenbetreuer und seit 2016 Studiengangsleiter EMBA.</p>
Bernd Reznicek	<p>Nach Tätigkeiten als selbstständiger Grafik- und Screendesigner sowie Personal Coach für Präsentationstechnik, Corporate Design, Schriftgestaltung, Typographie, Layoutgestaltung sowie technische Illustration ist Bernd Reznicek heute Akademischer Mitarbeiter/ Dozent im Studienschwerpunkt Technischer Redakteur des Studiengangs Mechatronik an der Hochschule für Wirtschaft und Technik in Aalen. Dort leitet er ebenfalls das Fotostudio der Technischen Redaktion.</p>
Dr. Tiia Mäkinen	<p>Tiia Mäkinen verfügt über mehr als 15 Jahre Berufserfahrung im Bereich Marketing und Kundenzufriedenheit. Sie begann Ihre Karriere in Finnland in einer führenden Marketingagentur als internationale Beraterin. An der Universität Zürich promovierte sie über „sensory branding“ und war anschliessend unter anderem als „Head of Client Experience“ im Vermögensmanagement der UBS und der Credit Suisse tätig. Heute ist Tiia Mäkinen mit ihrer eigenen Firma www.musta.cx selbstständig und berät internationale Unternehmen.</p>