



CAS Strategic Foresight: Psychologisch fundierte Zukunftsgestaltung für Unternehmen

Verstehen, was Ihre Zielgruppe wirklich will.

Sie stärken Ihre Kompetenzen in Konsumpsychologie, Trendanalyse und Zukunftsforschung.

Auf Basis fundierter Consumer Insights und aktueller Foresight-Methoden entwickeln Sie innovative Produkte und Kommunikationsstrategien.

So schlagen Sie die Brücke von datenbasierten Erkenntnissen zu konkreter Zukunftsgestaltung in Ihrer Organisation.

Consumer Insights effektiv nutzen: Sie analysieren Konsumbedürfnisse und -verhalten und schaffen so die Basis für wirksame Produkt- und Marketingentscheidungen.

Zukunftsforschung strategisch anwenden: Sie kombinieren Methoden und Anwendungen von «Strategic Foresight», um Marktpotenziale frühzeitig zu erkennen.

Zukunftsgestaltung gezielt einsetzen: Sie identifizieren relevante Entwicklungen und leiten daraus konkrete Innovationschancen für Ihr Unternehmen ab.

Ziele & Nutzen

Im CAS Strategic Foresight: Psychologisch fundierte Zukunftsgestaltung für Unternehmen stärken Sie Ihre Kompetenzen in der Analyse von Konsumtrends und der Entwicklung zukunftsorientierter Strategien. Sie verbinden psychologisches Wissen mit Methoden der Trend- und Zukunftsforschung und gestalten Produkte, Dienstleistungen und Kommunikation fundiert, kreativ und zielgruppengerecht.

- **Konsumverhalten verstehen:** sich verändernde Konsumbedürfnisse, -werte und -verhalten auf Basis von qualitativer und quantitativer Datenanalyse identifizieren, einordnen und verstehen
- **Consumer Insights systematisch ableiten:** aus Markt-, Konsum- und Trendanalysen

systematische Insights für Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsfelder gewinnen

- **Trends von Hypes unterscheiden:** erkennen, was langfristig relevant ist und Megatrends, Gentrends und Hypes fundiert einordnen
- **Zukunftsforschung professionell einsetzen:** geeignete Zukunftsforschungs-Methoden und -Techniken kennen
- **Zukunft aktiv gestalten:** die Brücke vom Zukunftswissen zur Zukunftsgestaltung schlagen, durch die Überführung gesammelter Erkenntnisse in die Entwicklung von innovativen Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsfelder
- **Strategien psychologisch fundiert entwickeln:** ein psychologisch fundiertes strategisches Produkt-, Dienstleistungs-, Marketing- oder Kommunikationskonzept entwickeln, welches die gewonnene Markt- und Trendanalyse berücksichtigt, um Handlungsfelder und Zukunftschancen sichtbar zu machen.

Zielpublikum

Der CAS richtet sich an Fach- und Führungspersonen, die Consumer Insights, Konsumtrends und Zukunftsforschung besser verstehen und gezielt in ihrem Berufsalltag einsetzen möchten.

- Marketing und Werbung
- Market Intelligence, Market Insights
- Produktmanagement und -entwicklung
- Strategische Kommunikation (in Unternehmen und Agenturen)
- Beratung und Strategieentwicklung
- Innovationsentwicklung / Innovationsmanagement
- UX/UI-Design
- Nachhaltigkeits- / Issue-Management

Abschluss

Certificate of Advanced Studies (CAS)

ECTS-Punkte

15

Nächster Start

29. Mai 2026

Ort

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
Riggenbachstrasse 16
4600 Olten

Kosten

CHF 8 750 inkl. Kursunterlagen

Programmleitung

Prof. Dr. Mirjam Hauser
T +41 62 957 24 36
mirjam.hauser@fhnw.ch

Kontakt & Auskünfte

Sabine Schärer
Weiterbildungskoordinatorin

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Angewandte Psychologie
Zentrum für Weiterbildung
Riggenbachstrasse 16
4600 Olten

T +41 62 957 28 94
sabine.schärer@fhnw.ch

Weitere Informationen & Anmeldung

www.fhnw.ch/cas-strategic-foresight

Für diesen CAS kooperieren wir mit swissfuture – Schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung.

swissfuture

Schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung
Société Suisse pour des études prospectives
Swiss Society for Futures Studies

