

## CAS Angewandte Psychologie für Kommunikation und Marketing Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Der CAS Angewandte Psychologie für Kommunikation und Marketing vermittelt Ihnen psychologisches Wissen über das Verhalten von Menschen in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie erwerben Kompetenzen, um Produkte, Dienstleistungen und Kundenbeziehungen kundenorientiert zu entwickeln und sie erfolgreicher und effizienter zu vermarkten. Anwendungsbereiche sind Produktentwicklung, Konsum, Gesundheit, Nachhaltigkeit, Mobilität, Sparen und Investitionen.**

**Ziele** Mit dem Besuch des CAS erwerben Sie ein psychologisch fundiertes Fachwissen, um die Grundlagen der Konsum-, Werbe- und Markenpsychologie in der Praxis anzuwenden:

- Sie entwickeln ein fundiertes Verständnis von Kundenbeziehungen und Kundenzufriedenheit und können entsprechende Massnahmen umsetzen.
- Sie können Zielgruppen definieren und Personas auf Basis psychologischer Grundlagen entwickeln.
- Sie verbessern psychologisch fundiert die Kommunikation im Unternehmen und mit der Kundschaft.
- Sie sind in der Lage, die Customer Journey zu analysieren und zu gestalten.
- Sie erwerben die Kompetenzen, um Kampagnen und digitale Interaktionen kundenorientiert zu planen und umzusetzen.
- Sie wissen, wie Sie die Erkenntnisse aus der Entscheidungspsychologie und der Behavioral Economics psychologisch fundiert anwenden.

Sie kennen die fachlichen Grundlagen, um Massnahmen zur Verhaltensänderung zu entwickeln und umzusetzen.

**Zielpublikum** Der CAS richtet sich an Fachpersonen in Unternehmen, Non-profit Organisationen und öffentlichen Verwaltungen aus den Bereichen Kommunikation, Marketing, Kampagnen Management, Customer-Relationship-Management, Produktmanagement und -entwicklung sowie Beratung und Strategieentwicklung.

**Aufbau** 17 Kurstage à 8 Lektionen (Donnerstag / Freitag / Samstag), 1 Präsentationstag

**Dauer** 09. September 2021 – 01. April 2022

<b>Abschluss</b>	<p>Voraussetzungen zur Erlangung des Certificate of Advanced Studies CAS (15 ECTS) sind der Besuch der Lehrveranstaltungen (mindestens 80%) sowie die erfolgreiche Bearbeitung eines benoteten Leistungsnachweises (schriftliche Abschlussarbeit).</p> <p>Der CAS entspricht gemäss internationaler Standards einer Leistung von 15 ECTS-Punkten (European Credit Transfer System).</p>
<b>Programm- leitung</b>	<p><i>Prof. Dr. Dorothea Schaffner,</i> Dozentin an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW</p>
<b>Ort</b>	<p>Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Hochschule für Angewandte Psychologie, Riggenbachstrasse 16, 4600 Olten</p>
<b>Kurskosten</b>	<p>CHF 8'750 inkl. Dokumentation, exkl. Reise- und Verpflegungsspesen</p>
<b>Homepage</b>	<p><a href="http://www.fhnw.ch/de/weiterbildung/psychologie">www.fhnw.ch/de/weiterbildung/psychologie</a></p>
<b>Kontakt</b>	<p>Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW Hochschule für Angewandte Psychologie Koordination Weiterbildung Riggenbachstrasse 16 4600 Olten</p> <p>Telefon           +41 62 957 28 94 E-Mail            <a href="mailto:weiterbildung.aps@fhnw.ch">weiterbildung.aps@fhnw.ch</a></p>
<b>Online Anmeldung</b>	<p><a href="https://www.fhnw.ch/de/weiterbildung/psychologie/cas-psychologie-kommunikation-marketing">https://www.fhnw.ch/de/weiterbildung/psychologie/cas-psychologie-kommunikation-marketing</a></p>

## CAS Angewandte Psychologie für Kommunikation und Marketing

jeweils von 08.45 – 16.45 Uhr

Kurs	Inhalte	Dozierende	Datum
1	Einführung in die Konsumpsychologie  Konsumentenverhalten, psychologische Prozesse, Trends und Konsumforschung Psychologie der Zielgruppe: Werte, Motive und Lebensstile, Segmentierung, Entwicklung von Personas	Prof. Dr. Dorothea Schaffner	DO/FR 09./10.09.2021
2	Werbepsychologie  Psychologische Grundlagen von Einstellungen und Akzeptanz, Überzeugung, Verhaltensänderung, Werbung	Prof. Dr. Claude Messner	FR/SA 17./18.9.2021
3	Branding  Marken und Emotionen, Markenwert, Brand Communities, Label und Zertifikate	Dr. Bettina Nyffenegger	FR/SA 22./23.10.2021
4	Kommunikationspsychologie  Persönliche Interaktion, Verständlichkeit, Wertschätzung, Feedback / Zusammenarbeit	Dr. Sascha Demarmels	FR/SA 29./30.10.2021
5	Medienpsychologie und Digitalisierung  Social Media, Data Science, Storytelling, Mediennutzungsverhalten	Dr. Nadine Stutz	FR/SA 05./06.11.2021
6	Kundenzufriedenheit und Kundenorientierung  Customer Journey, Kundenbindung und -erlebnisse, Partizipation und Co-Creation	Prof. Dr. Matthias Gouthier	FR/SA 19./20.11.2021
7	Entscheidungspsychologie  Behavioral Economics, Massnahmen für Kommunikation, Produkt- und Preisgestaltung	Torben Emmerling	FR/SA 21./22.01.2022
8	Interventionen zur Verhaltensänderung im Bereich Gesundheit und Nachhaltigkeit  Training, Gamification, Anreize und Opinionleader	Torben Emmerling	FR/SA 28./29.01.2022 04.02.2022
	Puffertage		11./12.02.2022
	Fachseminar Wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten	Die Teilnahme ist obligatorisch. Das Datum ist gemäss Ausschreibung frei wählbar.	
9	Präsentation der Abschlussarbeit und Übergabe des Zertifikats		DO/FR 01.04.2022

## Dozierende (Auswahl)

Prof. Dr. Dorothea Schaffner	ist seit 2017 Professorin an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW. Zuvor war sie Professorin am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern. Ihre Schwerpunkte liegen im Bereich der angewandten Konsum- und Entscheidungsforschung, der Wirkungsanalyse von Kampagnen sowie der Verhaltensänderung. Sie studierte Sozialpsychologie an der Universität Zürich und promovierte an der Universität St. Gallen.
Prof. Dr. Claude Messner	hat Psychologie studiert und wechselte 2011 in die Betriebswirtschaftslehre. Er ist Professor für Marketing an der Universität Bern und leitet die Abteilung «consumer behavior». Seine Forschung ist sehr praxisnah. Zum einen interessiert ihn, wie man den ersten spontanen Eindruck (Bauchgefühl) messen kann, den eine Person von einem Produkt bekommt. Zum anderen beschäftigt er sich mit Strategien, mit denen sich das Verhalten von Konsumenten verändern lassen. Eine Frage ist beispielsweise wie sich Konsumenten dazu bewegen lassen, sich gesünder zu ernähren.
Dr. Bettina Nyffenegger	ist Dozentin am Institut für Marketing und Unternehmensführung an der Universität Bern. Sie forscht und lehrt zu verschiedenen Themen des Marketings mit Schwerpunkt Marken- und Kundenbeziehungsmanagement und pflegt im Rahmen von Beratungsprojekten seit vielen Jahren einen engen Bezug zur Marketingpraxis. Ihre Forschungsergebnisse sind in international führenden Fachzeitschriften erschienen (u.a. Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Service Research).
Dr. Sascha Demarmels	ist Kommunikations-Coach und Organisationsberaterin im Bereich Selbstorganisation mit Schwerpunkten auf Commitment, Entscheidungen und Konflikten in der Zusammenarbeit. Sie hat über zehn Jahre Erfahrung in beruflicher Kommunikation, insbesondere auf Ebene von Teams, Führungspersonen und in der internen und externen Kommunikation. Sie verfügt über einen Dokortitel in Sprachwissenschaft und ist an verschiedenen Hochschulen als externe Dozentin sowie als Trainerin und Referentin im In- und Ausland tätig. Ausserdem ist sie Buchautorin mehrerer Fachbücher zu Themen wie Kommunikation und Agilität.
Dr. Nadine Stutz	ist Inhaberin von empower digital und berät Unternehmen in den Bereichen Social Media, digitale Kommunikation, digital Enabling und Digital Change. Nadine Stutz studierte an der Universität Freiburg i.Ue. Medien- und Kommunikationswissenschaften und promovierte an der Universität Zürich zum Thema Social Media in der Markenführung. Zudem absolvierte Sie den MAS Brand and Marketing Management an der Hochschule Luzern. Nadine Stutz war am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern in Beratungs- und Forschungsprojekten zu Marken- und Kommunikationsmanagement sowie Marketing tätig. Danach war sie bei Raiffeisen Schweiz verantwortlich für Social Media, digitale Kommunikation und digitale strategische Kommunikationsprojekte.

Dozierende (Auswahl)	
<p>Prof. Dr. Matthias Gouthier</p>	<p>ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und elektronische Dienstleistungen, Leiter des Instituts für Management des Fachbereichs Informatik und Direktor des Centers for Service Excellence (CSE) der Universität Koblenz-Landau. Zu seinen aktuellen Forschungsschwerpunkten zählen Themenfelder wie Customer Experience Management, Digitalisierung von Dienstleistungen, Emotionen (wie insb. Kundenbegeisterung, Mitarbeiterbegeisterung und -stolz) und Service Excellence. Er ist als Referent sowohl bei nationalen und internationalen Hochschulen als auch in der Unternehmenspraxis tätig.</p>
<p>Torben Emmerling</p>	<p>ist Behavioral Scientist und Managing Partner von Affective Advisory, einer auf Behavioral Science spezialisierten Strategieberatung in Zürich. Er besitzt über 10 Jahre Erfahrung in den Bereichen Strategie, Unternehmensentwicklung, Innovationsmanagement, Marktforschung und Beratung. Torben Emmerling besitzt einen Executive Master Abschluss (MSc) in Behavioural Science der London School of Economics and Political Sciences (LSE) einen Master Abschluss (MLitt) in internationaler Betriebswirtschaft der University of St Andrews und einen Bachelor Abschluss (BA) in Wirtschaftswissenschaften der Universität Basel. Er ist als Referent an diversen Hochschulen und in internationalen Unternehmen tätig.</p>

## Anmeldung zum Aufnahmeverfahren

### CAS Angewandte Psychologie für Kommunikation und Marketing

vom 09.09.2021 – 01.04.2022

#### Privatadresse

• Name, Vorname			
• Strasse, Nr.			
• PLZ, Ort			
• Telefon		• Mobil	
• E-Mail		• Heimatort	
• Geburtsdatum			

#### Firmenadresse

• Firma			
• Funktion			
• Strasse, Nr.			
• PLZ, Ort			
• Telefon			
• E-Mail			

Bitte legen Sie ihrer Anmeldung die folgenden Dokumente bei:

- Aktueller Lebenslauf mit folgenden Angaben:**
  - Grundausbildung
  - Ausbildung nach Grundausbildung (tertiäre Stufe, Universität, Hochschule und vergleichbar)
  - Beruflicher Werdegang und aktuelle Funktion
  - Weiterbildungen
  
- Nachweise / Zeugnisse:**
  - Höchster Bildungsabschluss
  - Nachdiplomstudien / grössere Weiterbildungen (z.B. CAS, DAS, MAS, eidgenössische Fachausweise)
  
- Motivationsschreiben (ca ½ - 1 Seite):**
  - Gründe und Ziele, die Sie mit dem Besuch der Weiterbildung verbinden

Haben Sie einen Hochschul- oder Universitätsabschluss?  ja  nein

Haben Sie Führungsverantwortung  ja  nein Anzahl Mitarbeitende \_\_\_\_\_

**Korrespondenz an**  Firmenadresse  Privatadresse

**E-Mail an**  Firmenadresse  Privatadresse

**Rechnung an**  Firmenadresse  Privatadresse

### **Einverständnis**

Ich bin einverstanden, dass die Informationen aus dieser Anmeldung intern gespeichert werden und meine angegebene Korrespondenzadresse zum Versand von Informationen zu den Weiterbildungsangeboten der FHNW genutzt werden darf.

### **Anmeldung**

Hiermit melde ich mich für das Aufnahmeverfahren des CAS Angewandte Psychologie für Kommunikation und Marketing an.

Ort / Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

### **Bitte senden Sie Ihre Anmeldung an:**

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

Telefon +41 62 957 28 94  
E-Mail [weiterbildung.aps@fhnw.ch](mailto:weiterbildung.aps@fhnw.ch)