



CAS Digital Marketing und Transformation

Den digitalen Marketing-Mix verstehen und im Wandel erfolgreich umsetzen

Inszenieren Sie Ihr Unternehmen

Beschreibung und Konzeption

Lernen Sie in dieser Weiterbildung die Hintergründe und die optimalen Instrumente kennen, mit denen Sie das digitale Marketing Ihres Unternehmens in der Transformation vorantreiben. Den klassischen Marketingmix bereichern wir mit den Zutaten des digitalen Marketings an: Sie analysieren und verfassen Strategien und Konzepte und verstehen die zu Grunde liegenden Prozesse. Sie verstehen Social Media und Content Marketing im strategischen und operativen Kontext, setzen Massnahmen off- und online zielgerecht um, untersuchen deren Wirkung und beurteilen Kampagnen.

Ausbildungsziele

Im CAS Digital Marketing und Transformation eignen Sie sich vielseitige Kompetenzen an, die Sie direkt in Ihrem Unternehmen einsetzen können:

- Sie verstehen Digital-Marketing-Trends und bewerten diese im betrieblichen Umfeld.
- Sie kennen verschiedene Geschäftsmodelle und entwickeln solche im digitalen Kontext.
- Sie analysieren Digital-Marketing-Strategien und verfassen ansatzweise zielgruppengerechte Konzepte.
- Sie setzen die sieben P des modernen Marketings gezielt ein.
- Sie verstehen Social Media im strategischen und konzeptionellen Kontext und setzen Massnahmen um.
- Sie verstehen, was Cyber Security bedeutet.
- Sie produzieren Ihr erstes TikTok-Video.
- Sie lernen den Wert von Smart-Data im Kontext des Digital-Marketing-Mix kennen und beurteilen.

Steckbrief

- Titel/Abschluss: Certificate of Advanced Studies (CAS)
- Dauer: 18 Studientage
- Studientage: Do, Fr und Sa
- Anzahl ECTS-Credits: 12
- Kompetenznachweise: Blog als Lernbericht, Transferbericht und dessen Präsentation
- Kosten: CHF 8'500
- Studienort: Schwarztorstrasse 48, 3007 Bern
- Durchführung: jeweils im Frühlingsemester

Themen

Die Inhalte fokussieren auf die vielfältigen Wirkungen der Digitalen Transformation auf das digitale Marketing und seine Instrumente als Teile der Unternehmensstrategie.

Grundlagen, Entwicklungen und Auswirkungen

Digitale Transformation, Digital Marketing Strategie

Digitale Produkte und Digital Pricing

Produktinnovationen in der Digitalen Transformation, Lock-in-Strategien, App Ökonomie, Preisentstehung, alternative Modelle

Strategien, Disruptive Geschäftsmodelle, E-Business

Digitale Ökosysteme: Auswirkungen auf Marketing Strategien Agilität, Varietät und Diversität der Geschäftsmodelle, Aneignung des Business Modell Canvas Instrumentariums

Tools, Technologien und Prozesse

Customer Data Platforms: Kundenerlebnisse, Kundenbindung und -rückgewinnung, Datenvisualisierung, Cloud Services

Social-Media und Content Marketing Strategie

Channel Strategien, Segmentierungsproblematiken, Showcases, Storytelling, Campaigning, Ad Strategien

Off- und Online Staging, Community Management

Emotionalisierung in der digitalen Gegenwart

Digital Ethics und Cyber Security

Grundlagen, Generation-Shift, War of Talents, New Work

Kontakt

Bruno Bucher

Studiengangsleiter

+41 79 699 59 32

bruno.bucher@bfh.ch

Karin Kipfer

Studienorganisatorin

+41 31 848 34 11

karin.kipfer@bfh.ch

