



Berner
Fachhochschule



CAS Consumer Behaviour & Customer Insights

Konsumverhalten verstehen und Zielgruppen begeistern

Konsument*innen verstehen

Beschreibung und Konzeption

In diesem CAS setzen Sie sich grundlegend mit Konsumverhalten auseinander. Das neue Mantra ist die Begeisterung, die bei Ihren Kund*innen entstehen soll. Doch was begeistert Ihre Kundschaft wirklich? Wir diskutieren im CAS den schmalen Grat zwischen Marketing und Manipulation und zeigen Ihnen, wie Sie bspw. Datenerhebungen zukünftig gezielt durchführen können. Erfahren Sie zudem, welche Erkenntnisse aus der Forschung Sie in Ihrer Organisation nutzen können, um Ihre Kundschaft noch besser anzusprechen und abzuholen.

Ausserdem befassen Sie sich vertieft mit Ihrem eigenen Konsumverhalten, mit Konsument*innenpsychologie, Wahrnehmung von Menschen, Marktforschung, Datenschutz und Geschäftsethik.

Ausbildungsziele

Mit dieser Weiterbildung auf Erfolgskurs:

- Sie erarbeiten sich pragmatisches Grundlagenwissen zur Marktforschung, um eigene Erhebungen durchzuführen und fremde Beiträge zu evaluieren.
- Sie kennen verschiedene Methoden der Konsumforschung und erfassen eigene Anwendungspotentiale für Ihre Unternehmung.
- Sie setzen sich vertieft mit der Wahrnehmung von Menschen auseinander und beleuchten neben den 5 Sinnen auch die Preiswahrnehmung.
- Sie tauchen ein ins Thema Lebensmittelkonsum und übertragen die vorgestellten Konzepte auf Ihre Produkte und Dienstleistungen.
- Sie beleuchten kritisch Fragestellungen zu Geschäftsethik, Konsument*innen- und Datenschutz, um parat für kommende Herausforderungen zu sein.
- Sie erfassen Konsumverhalten als hochgradig vernetzt und untrennbar zwischen «digitaler» und «analoger» Welt.

Steckbrief

- Titel/Abschluss: Certificate of Advanced Studies (CAS)
- Dauer: 18 Studientage
- Studientage: Donnerstag, Freitag, Samstag
- Anzahl ECTS-Credits: 12
- Kompetenznachweis: Transferbericht inkl. Präsentation
- Kosten: CHF 8'500.-
- Studienort: Schwarztorstrasse 48, 3007 Bern
- Durchführung: jeweils im Frühlingsemester

Themen

- **Einstieg:** Überblick zur Thematik und Eruiieren von brachliegenden Potenzialen in der eigenen Organisation
- **Marktforschung:** Grundlagenkenntnisse in quantitativer und qualitativer Marktforschung, Umfragen, Interviews
- **Methoden der Konsumforschung:** Wie gestaltet sich diese? Forschungsergebnisse und eigene Forschung
- **Einführung in die Konsument*innenpsychologie & Geschäftsethik:** Warum ticken Menschen so, wie sie ticken? Psychologie und Konsumverhalten, Ethik sowie Marketing vs. Manipulation
- **Fokusthema Wahrnehmung:** Unsere fünf Sinne und die Stufen der Wahrnehmung, Preiswahrnehmung, Reaktion der Konsument*innen auf Innovationen
- **Kulturelle Einflüsse bei Konsumententscheidungen:** Bedeutung und Einfluss auf Entscheide, Bedeutung von Identität
- **Fokusthema Lebensmittelkonsum:** Erarbeiten von Konzepten des Konsumverhaltens und Vertiefen von bereits im CAS erworbenen Grundlagenkenntnissen.
- **Vernetztes Konsument*innenverhalten:** Schwerpunkt Social Media und Verhalten von Menschen im digitalen Raum. Beeinflussung und Vernetzung von analoger und digitaler Welt – heute und in Zukunft

Kontakt

Prof. Anna Knutti
Studiengangsleiterin
+41 31 848 44 51
anna.knutti@bfh.ch

Roni Selvi
Studienorganisatorin
+41 31 848 55 09
roni.selvi@bfh.ch

