

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Customer and Marketing Intelligence



Individualisiertes
eLearning ohne
Präsenzunterricht

Studiendauer



8 Monate

Start jederzeit möglich



**Certificate of Advanced Studies
(CAS) FHGR in Customer and
Marketing Intelligence**

ist Ihr Abschluss nach erfolgreichem Studium.



**Ortsunabhängig
studieren**

Individualisiertes eLearning,
betreut durch Fachdozierende.
100 % Berufstätigkeit möglich.

0 Präsenz-
tage

Der Lehrgang beinhaltet
keine Präsenzzeit.

**Praxisorientierte
Denkschulung
und individuelles
Coaching**

Die Betreuung wird individuell
an Ihre Vorkenntnisse und
Anforderungen angepasst.

**Online-Vorlesungen
und Webinare**

absolvieren Sie zu einem Zeitpunkt
Ihrer Wahl – von zu Hause aus, unter-
wegs oder in Ihrer Mittagspause.



CHF **5500**

betragen die Studiengebühren.

CAS Customer and Marketing Intelligence

Optimierung der Kunden-Produkt-Beziehung.

Dieses CAS richtet sich an Marketers, Produkt-designer, Berater und Führungskräfte. In acht interaktiven Modulen erlernen Sie die modernen Methoden der Customer Intelligence und den Einsatz von künstlicher Intelligenz. Es werden die aktuellsten Themen behandelt wie Kundensegmentierung, Predictive Marketing, Gains-Charts, Offerten-Optimierung, Design von Testkampagnen, Optimierung von Produktvariationen sowie Churn-, Migrations-, Retention- und Winback-Modellierung.

Die erlernten Skills können Sie im Rahmen Ihres Leistungsnachweises direkt praktisch anwenden. Ihre Studienzeit können Sie sich frei einteilen und z. B. während der Bahnfahrt studieren, in der Mittagspause, am Strand oder wo immer Sie die Zeit und die Möglichkeit finden. Dieses Studium beinhaltet keine Präsenzzeit. Die Dozierenden helfen Ihnen per Mail, Telefon oder Skype und beantworten Ihre Fragen innerhalb 24 Stunden. Jedes der acht Module besteht aus interaktiven Anwendungen, kurzen Videosequenzen, Sprechtexten, Datensätzen, Excelvorlagen und voll funktionierenden R-Codes. In Form einer HTML5-App können Sie auf alle Module mit Ihrem Computer, Laptop, Tablet oder Smartphone zugreifen. Der gesamte Stoff ist von den Dozierenden in einheitlichem Format erstellt worden und enthält einen konsistenten roten Faden durch alle acht Module.

Der Leistungsnachweis besteht aus der individuellen Umsetzung des Stoffes in Form einer schriftlichen Projektarbeit über die Module des CAS. Die Projektarbeit baut sich über die acht Module schrittweise auf, wobei der Beitrag für jedes Modul separat bewertet wird. Dadurch können Sie Ihren Fortschritt und Erfolg selbst kontrollieren. Ihr persönlicher Background und Ihre Lernziele werden voll berücksichtigt.

Vorteile für Studierende

- Zeitlich flexible Weiterbildung auf Hochschulniveau mit anerkanntem Hochschulabschlusstitel
- Individuelle inhaltliche Ausrichtung, aufbauend auf individuellen Vorkenntnissen und persönlichen Lernzielen
- Aufbauender Leistungsnachweis mit Betreuung durch Dozierende, ohne Schlussprüfung
- Antworten bei Fragen durch Dozierende innerhalb von 24 Stunden
- Maximale Studienzeit ist acht Monate, mit eigenem Tempo über die acht Module

Ablauf und Begleitung

Zentral in diesem Studium sind acht Module (HTML5-Apps) mit interaktiven Anwendungen. Analysen werden in Excel und R vorgeführt (keine Vorkenntnisse vorausgesetzt). Der Leistungsnachweis besteht aus der individuellen Umsetzung des Stoffes in Form einer schriftlichen Projektarbeit. Er baut sich über die acht Module auf, wodurch Sie Ihren Fortschritt und Erfolg selbst kontrollieren können. Bei Fragen sind die Dozierenden per Mail, Telefon, Skype etc. innerhalb von 24 Stunden erreichbar und coachen Sie individuell nach Ihren Anforderungen.

Studienplan

Modul 1: Kundensegmentierung 2 ECTS	Modul 2: Kundenklassifizierung 2 ECTS
<ul style="list-style-type: none">- Kundenmerkmale und Dimensionsreduktion- Kundengruppierung und -segmentierung- Kundenanalysen mit künstlicher Intelligenz	<ul style="list-style-type: none">- Klassifikationsbäume und Vorhersagen- Regressionsbäume und Vorhersagen- Kundenklassifizierungen mit ChatGPT
Modul 3: Predictive Marketing 2 ECTS	Modul 4: Offertenoptimierung 2 ECTS
<ul style="list-style-type: none">- Logistische Regression des Kaufverhaltens- Gains-Charts und Kundenselektion- Analysen in R, SQL und KI Web-Services	<ul style="list-style-type: none">- Kunden-Produkt-Beziehung und erwarteter Nutzen- Offertenzuteilung und Profitmaximierung- Market Basket Analysis
Modul 5: Testkampagnendesign 2 ECTS	Modul 6: Kundenbefragungen 2 ECTS
<ul style="list-style-type: none">- Ziel- und Kontrollgruppen- Testumfang und Kampagnendesign- Testing und Propensity Score Matching	<ul style="list-style-type: none">- Operationalisierung von Hypothesen- Datensammlung und Datenanalyse- Chatbots und Sentiment Analysis
Modul 7: Produktoptimierung 2 ECTS	Modul 8: Kundenverhalten-Analysen 1 ECTS
<ul style="list-style-type: none">- Conjoint Analyse, Produkt Design- Präferenzbewertung, Wertmodell, Marktanteile- Machine Learning und Bilderkennung	<ul style="list-style-type: none">- Big Data CRM, Up/Cross-Selling, Customer LV- Churn and Retention, Winback und Neukunden- Marketing-Mix-Modellierung und Dynamic Pricing

interaktive Module

Predictive Marketing

Keine Präsenzzeiten

individueller Lehrgangstart

Kundenbefragungen personal coaching Testkampagnen-Design

Retention and Winback Produkt-Optimierung

Churn and Migration individuelle Betreuung

Organisatorisches

Zulassungsbedingungen

Voraussetzung für den Besuch des CAS ist ein FH-Bachelor oder ein HF- (respektive äquivalenter) Abschluss mit mindestens zweijähriger Berufserfahrung im Umgang mit Daten und Analysen. In Zweifelsfällen entscheidet die Studienleitung über die Zulassung.

Studiengebühren

Die Studiengebühren für das CAS Customer and Marketing Intelligence betragen CHF 5500.

Studienorte

Der Lehrgang CAS Customer and Marketing Intelligence wird komplett online unterrichtet. Der Unterricht besteht aus interaktivem Unterricht und wird intensiv von Dozierenden begleitet.

Studiendauer

Das CAS Customer and Marketing Intelligence muss in acht Monaten abgeschlossen werden. Start ist jederzeit möglich.

Unterrichtstage

Ihre Studienzeiten können Sie sich frei einteilen; wo immer Sie die Zeit und die Möglichkeit dazu finden. Dieser Lehrgang beinhaltet keine Präsenzzeit.

ECTS-Punkte

Für das CAS Customer and Marketing Intelligence werden nach den Regeln des «European Credit Transfer System» (ECTS) in der Schweiz 15 ECTS-Punkte vergeben. Dies entspricht einem Arbeitsaufwand von etwa 450 Stunden.

Leistungsnachweis

Jedes CAS besteht aus acht Modulen und schliesst mit einer Projektarbeit ab – aufbauend über die acht Module.

Abschluss

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen erhalten ein «Certificate of Advanced Studies FHGR in Customer and Marketing Intelligence».

Anmeldung

Die Anmeldung ist jederzeit möglich und erfolgt über das Anmeldeformular auf der Website.

fhgr.ch/cui

Ihr Studium bis zum MAS Business Intelligence

Dieses CAS kann mit der Wahl von zwei weiteren aus den folgenden drei CAS zum MAS Business Intelligence kombiniert werden:

- CAS Artificial Intelligence
- CAS Big Data Analysis
- CAS Business Decision Intelligence

Beratung



Prof. Dr. Giampiero Beroggi

Studiengangsleiter, Dozent
giampiero.beroggi@fhgr.ch



Dr. Penny Spring

Dozentin
penny.spring@fhgr.ch



Curdin Marxer

Anmeldung und Beratung
T +41 81 286 38 04



Ariana Caviezel

Administration
ariana.caviezel@fhgr.ch

Fachhochschule Graubünden

Pulvermühlestrasse 57
7000 Chur
Schweiz
cui@fhgr.ch



fhgr.ch/cui

