

Executive Master of Business Administration (EMBA)

Smart and Digital Marketing

Berufsbegleitende Weiterbildung für Führungskräfte



Executive MBA in Smart and Digital Marketing

Die Digitalisierung ist der entscheidende Treiber für das Marketing 4.0. Digitale Strategien, digitale Geschäftsmodelle, digitale Kanäle, digitale Services und ein geändertes Kundenverhalten stellen das Marketing vor eine grosse Herausforderung. Im Executive MBA (EMBA) in Smart and Digital Marketing erhalten Sie Antworten auf folgende Fragen:

- Was sind die aktuellen digitalen Trends im Marketing?
- Wie beeinflussen digitale Unternehmensstrategien und digitale Geschäftsmodelle das Marketing der Zukunft?
- Welche Marketing-Strategien und -Methoden sind in der digitalen Welt zielführend?
- Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf das Konsumentenverhalten und wie können Unternehmen dies gezielt nutzen?
- Wie sind digitale Customer Journey und digitale Customer Experience optimal zu gestalten?
- Worin liegen die Möglichkeiten und Grenzen der unterschiedlichen digitalen Kanäle?
- Welche Chancen bieten datengestütztes Marketing und der Einsatz von AI im Marketing?

- Wie entwickeln sich Verkauf und POS im Zeitalter der Digitalisierung?
- Wie können neue Ansätze im Marketing wie Growth Hacking oder Social Selling optimal genutzt werden?
- Ist das Metaverse die Marketingplattform der Zukunft?

Zielgruppe

Der Executive MBA (EMBA) in Smart and Digital Marketing richtet sich an Kadermitarbeitende, die sich den Herausforderungen des Marketing 4.0 stellen.

Besonders empfehlenswert ist der EMBA für:

- Marketingleiterinnen/Marketingleiter
- Leiterinnen/Leiter digitales Marketing/ digitale Kanäle
- Oberes Kader in grösseren Unternehmen mit Schwerpunkt Marketing
- Geschäftsführerinnen/Geschäftsführer KMU
- Strategieberaterinnen/Strategieberater
- Geschäftsführerinnen/Geschäftsführer und Beraterinnen/Berater in Agenturen



«Während des Studiums habe ich mein aktuelles Fachwissen vertieft, aktuelle Marketing-Trends und neue Entwicklungen erfahren, gelernt in Ökosystemen zu denken und den Blickwinkel auf das gesamte Unternehmen zu erweitern.»

Denise Millen, Absolventin EMBA in Smart and Digital Marketing

Studienkonzept

Das Studienkonzept der Managementweiterbildung der FH Graubünden umfasst die Stufen DAS, MAS und EMBA. Die Studieninhalte sind auf jeder Stufe modular gegliedert. Jedes Modul umfasst zwischen vier und sechzehn Präsenzausbildungstage plus Selbststudium und wird mit einem Leistungsnachweis abgeschlossen.

Auf der dritten Stufe (Executive MBA) können die Studierenden zwischen den fünf Vertiefungen General Management, Smart and Digital Marketing, Digital Technology and Operations, New Business Development und Digital Transformation wählen. Der EMBA richtet sich an Studierende, die bereits über vertiefte Managementkenntnisse verfügen und entweder vorgängig die zweite Stufe (MAS) absolviert haben oder aufgrund ihrer Vorbildung über entsprechendes Wissen und entsprechende Fähigkeiten verfügen. Ein Direkteinstieg auf Stufe EMBA ist somit möglich. Der Executive MBA wird mit einer Master Thesis abgeschlossen.

Studierende steigen in der Stufe ein, die ihren Bedürfnissen entspricht und für die sie die entsprechenden Erfahrungen und Voraussetzungen mitbringen. Die zweite Stufe (MAS) richtet sich an Studierende, welche bereits über grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse mitbringen oder vorgängig erfolgreich die DAS-Stufe besucht haben. Wenn im Anschluss an die Stufe MAS die Stufe EMBA absolviert wird, erfolgt die Erarbeitung der Master Thesis auf der Stufe EMBA.

Für die erste Stufe (DAS) werden keine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse vorausgesetzt. Personen, die ausschliesslich eine Grundausbildung in Betriebswirtschaftslehre anstreben, schliessen das DAS mit einer Diplomarbeit ab. Diese entfällt, wenn anschliessend gleich die zweite Stufe (MAS) absolviert wird.

Titel

Diploma of Advanced Studies
FHGR in Business Administration

Diplomarbeit (6 ECTS)

DAS 36 Tage (24 ECTS)

1. Stufe

Titel

Master of Advanced Studies
FHGR in Business Administration

Master Thesis (12 ECTS)

MAS 36 Tage (24 ECTS)
mit drei Vertiefungen

2. Stufe

Titel

Executive Master of Business
Administration FHGR

Master Thesis (12 ECTS)

EMBA 38 Tage (24 ECTS)
mit fünf Vertiefungen

3. Stufe

Studieninhalte

Der Executive MBA in Smart and Digital Marketing umfasst vier Module, freiwillige Study Trips und die Master Thesis.

Strategische Unternehmensführung

6 Tage / 4 ECTS

- Aktuelle Trends und Megatrends
- Strategische Analyse und Strategieauswahl
- Implementierung der Strategie
- Strategische Kontrolle
- Strategien im digitalen Umfeld
- Blue Ocean Strategie
- Unternehmensstrategie und Marketingstrategie
- Ecosysteme und deren strategische Bedeutung
- Strategie und digitale Geschäftsmodelle
- Value Proposition Design

Smarte Marketingstrategie und Geschäftsmodelle

6 Tage / 4 ECTS

Smarte Marketingstrategie

3 Tage / 2 ECTS

- Bausteine einer smarten Marketingstrategie
- Brand and Customer Experience
- Customer Centricity
- Relationship Marketing
- Vom Produktunternehmen zum Serviceprovider
- Customer Journey Mapping
- Persona Development
- Stakeholder-Management
- Meaningful Brands
- Mitarbeitende als Markenbotschafter
- Rolle des CMO in der digitalen Transformation
- «Martech» – neue Anforderungen an Marketing und Kommunikation

Smarte Geschäftsmodelle

3 Tage / 2 ECTS

- Business Model Generation
- Value Proposition Design
- Rolle von Geschäftsmodellen im modernen Marketing
- Marktorientierung vs. Geschäftsmodellorientierung
- Marketingstrategie und Geschäftsmodelle
- Wertangebote und Kundensegmente

Konsument 4.0

6 Tage / 4 ECTS

- Consumer Behavior
- Einstellungen, Entscheide und Kaufverhalten
- Involvement
- Treiber für Wertentstehung
- Ecosystem der Kunden
- Emotionen als Basis von Kaufentscheidungen
- Konsumierendenzufriedenheit und Kundenbindung
- Customer Insight Toolbox
- Generation X, Y, Z und dann?
- LGBT-Marketing
- Ethno-Marketing
- Konsumierendenverhalten im B2B-Umfeld
- Informations- und Entscheidungsverhalten im digitalen Zeitalter
- Digital Customer Journey



«Das Studium hat mich inspiriert, meine berufliche Tätigkeit völlig neu auszurichten. Es hat massgeblich dazu beigetragen, dass ich den Schritt in die Selbstständigkeit gegangen bin. Durch die vermittelten Inhalte, war ich auch fachlich bestens dazu vorbereitet.»

Sandra Kobel, Absolventin EMBA in Smart and Digital Marketing

Digitales Marketing

18 Tage / 10 ECTS

Digitales Marketing 1

10 Tage / 7 ECTS

- Digitale Marketingstrategien
- Digitaler Marketing-Mix
- Content Marketing
- Social Media Marketing
- Social Selling
- Influencer Marketing
- Digitale Markenführung
- Growth Hacking
- Marketing im Metaverse

Digitales Marketing 2

8 Tage / 5 ECTS

- von Big Data zu Smart Data
- Data Driven Marketing
- Trend Monitoring
- Planung und Steuerung mit Dashboards
- Datengestützte Strategie und Kampagnensteuerung
- Marketing Automation
- AI im Marketing
- Predictive Analytics und Machine Learning
- Chat GPT
- Voice Search
- Performance Marketing
- Kundenbeziehungsmanagement und CRM
- Customer Experience Management
- Customer Journey und Touchpoint Management
- Digitale POS und eCommerce

Study Trips (optional)

Sie können an einem oder mehreren der folgenden Study Trips teilnehmen:

Silicon Valley

5 Tage / keine ECTS

Tel Aviv

5 Tage / keine ECTS

Berlin

2 Tage / keine ECTS

Hamburg

2 Tage / keine ECTS

Master Thesis

12 ECTS

Blocktage

Das Modul «Smarte Marketingstrategie und Geschäftsmodelle» wird an zwei Mal drei aneinander folgenden Tagen durchgeführt. Der Unterricht an diesen Tagen ist ganztägig (08:30 bis 18:00) und wird mit Gastreferaten und Firmenbesuchen abgerundet.

Study Trips

Auf den Study Trips lernen Sie das jeweilige Ecosystem sowie verschiedenste trendweisende Start-ups kennen. Die Teilnahme ist grundsätzlich freiwillig, teilweise wird ein Unkostenbeitrag seitens der FH Graubünden erhoben. Die Study Trips können nur durchgeführt werden, wenn ausreichend Anmeldungen eingehen.

Organisatorisches

Zulassungsbedingungen

Zulassungskriterien sind ein Hochschulabschluss sowie fünf Jahre berufliche Praxis, davon mindestens zwei Jahre mit Führungserfahrung. Interessierte mit einem Abschluss einer Höheren Fachschule, einem eidgenössischen Diplom, einem eidgenössischen Fachausweis oder anderen Abschlüssen können bei Eignung aufgenommen werden. Die Studienleitung entscheidet aufgrund des Bewerbungsdossiers und eines persönlichen Aufnahmegesprächs über die Zulassung.

Der EMBA richtet sich an Studierende, die bereits über vertiefte Managementkenntnisse verfügen und entweder vorgängig die zweite Stufe (MAS) absolviert haben oder aufgrund ihrer Vorbildung oder ihres Erfahrungsschatzes über das erforderliche Wissen und entsprechende Fähigkeiten verfügen. Ein Direkteinstieg auf Stufe EMBA ist somit möglich. Die definitive Aufnahme wird von der Hochschule schriftlich bestätigt.

Studiengebühren

- Stufe Executive MBA in Smart and Digital Marketing CHF 17 500
- Betreuung Master Thesis CHF 3000

Studierenden, die direkt aufeinanderfolgend die Stufen MAS und EMBA besuchen, gewähren wir einen Rabatt von CHF 3000. Die Studiengebühr umfasst den Unterricht und die Bücher. Unterlagen von Dozierenden werden in elektronischer Form zur Verfügung gestellt. Nicht inbegriffen in den Kosten sind Reise, Unterkunft und Verpflegung für die Blocktage (finden eventuell ausserhalb von Zürich statt) sowie die Kosten für die freiwilligen Study Trips.

Studienort

Zürich, Limmatstrasse 21, in unmittelbarer Nähe zum Hauptbahnhof.

Studiendauer

Die Stufe Executive MBA in Smart and Digital Marketing umfasst 37 Unterrichtstage inklusive einer Intensivwoche (Montag bis Freitag). Das Studium beginnt im September, der Präsenzunterricht endet im Juli des darauffolgenden Jahres. Abgabetermin für die Master Thesis ist der 31. Oktober. Die Stundenpläne können ab Februar bei der Studienadministration per E-Mail bestellt oder auf der Webseite abgerufen werden.

Die Organisation des Weiterbildungsprogramms berücksichtigt, dass Sie während des Studiums voll berufstätig sind.

Unterrichtstage

Der Unterricht findet in der Regel wie folgt statt:

- Freitag, 13:30–19:30 Uhr
- Samstag, 08:30–15:30 Uhr
- Intensivwoche: Montag bis Freitag, ganztags

Unterrichtssprache

In den meisten Modulen sind der Unterricht und die Unterlagen auf Deutsch. Einzelne Unterrichtsblöcke können in englischer Sprache abgehalten werden. Literatur und Unterlagen der Dozierenden können ebenfalls teilweise auf Englisch sein. Für die Teilnahme an den Study Trips werden solide Englischkenntnisse (B2 oder höher) vorausgesetzt.

ECTS-Punkte

Zur Erlangung des Titels «Executive Master of Business Administration» werden mindestens 60 ECTS-Punkte benötigt. Diese erlangen die Studierenden durch den Besuch der Stufen MAS (24 ECTS) und EMBA (24 ECTS) sowie das Bestehen der Master Thesis (12 ECTS). Direkteinsteigenden werden die ECTS-Punkte der MAS-Stufe angerechnet. Ein ECTS-Punkt entspricht einem Arbeitsaufwand von ca. 30 Stunden.

Leistungsnachweis

In jedem Modul werden Leistungsnachweise durchgeführt. Diese bestehen in der Regel aus schriftlichen Prüfungen, Präsentationen zu Fallstudien und Fallbeispielen, Einzel- oder Gruppenarbeiten sowie Nachbereitungsaufträgen. Die Leistungsnachweise können unter Umständen online durchgeführt werden.

Abschluss

Bei Bestehen wird der Titel «Executive Master of Business Administration FHGR in Smart and Digital Marketing» verliehen.

Beratung und Anmeldung

Für eine unverbindliche Einstufung senden Sie bitte das ausgefüllte Einstufungsformular zusammen mit Ihrem CV und Ihren Diplomen per E-Mail an die Organisationsassistentin:

management-weiterbildung@fhgr.ch

Die Unterlagen werden von der Studienleitung geprüft. Anschliessend nimmt diese mit Ihnen Kontakt auf, um einen persönlichen Gesprächstermin zu vereinbaren. Nach dem Aufnahmegespräch bestätigt die Studienleitung den Aufnahmeentscheid schriftlich und die Anmeldung kann mit dem Anmeldeformular erfolgen.

Eine frühzeitige Anmeldung wird empfohlen. Kurzfristige Anmeldungen nach dem 10. August des jeweiligen Jahres werden je nach Verfügbarkeit berücksichtigt.

Kooperationen

Um eine möglichst hohe Aktualität der Inhalte sicherzustellen, arbeitet die FH Graubünden mit Verbänden, Institutionen und Firmen eng zusammen. Folgende strategische Partnerschaften sind fixiert:

bruhnpartner

DATAxCREA

DoD!fferent

erventure

iab.
switzerland

NOTCH
INTERACTIVE

Publicis
ZÜRICH

REPLY
TD

Startup Colors

Beratung

Sie haben inhaltliche oder administrative Fragen? Sie möchten eine Studienberatung? Wir helfen Ihnen gerne weiter.



Studienleiter

Günter Bader, Prof., Mag. oec.
guenter.bader@fhgr.ch
T +41 81 286 39 83



Administration

Maya Enggist
maya.enggist@fhgr.ch
T +41 81 286 39 56

Fachhochschule Graubünden

Comercialstrasse 24
7000 Chur
Schweiz
T +41 81 286 24 32
management-weiterbildung@fhgr.ch



fhgr.ch/embasdm

Fachhochschule Graubünden
Scola auta spezialisada dal Grischun
Scuola universitaria professionale dei Grigioni
University of Applied Sciences of the Grisons

