

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 und Treiber?
- Wie beeinflussen digitale Unternehmensstrategien und digitale Geschäftsmodelle das Marketing der Zukunft?
- Welche Marketing-Strategien und -Methoden sind in der digitalen Welt zielführend?
- Wie kann mit Human-centred Innovation eine Differenzierung zur Konkurrenz erreicht werden?
- 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?

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

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. Die Stufe MAS wird mit einer Master Thesis abgeschlossen. Diese entfällt, wenn anschliessend gleich die Stufe EMBA absolviert wird. 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)

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 fünf Module, eine Intensivwoche 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
- Strategie und Innovationen
- Ecosysteme und deren strategische Bedeutung
- Strategie und digitale Geschäftsmodelle
- Value Proposition Design

Smarte Marketingstrategien

4 Tage / 3 ECTS

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

Konsument 4.0

5 Tage / 3 ECTS

Neuromarketing

3 Tage / 2 ECTS

- Entscheidungsprozesse im Gehirn
- Emotionen und Entscheidungen
- Digitale Angebote und Entscheidungen
- Profilierung und Differenzierung durch Emotionen
- Rich Enjoyment statt Instant Satisfaction als Erfolgsfaktor für das Geschäftsmodell
- Emotionalen Mehrwert schaffen
- Einsatz von Neuromarketing in B2B und B2C
- Branchenspezifische Anwendung von Neuromarketing
- Neuromarketing und Interaction Design

Konsumentenverhalten im digitalen Zeitalter

2 Tage / 1 ECTS

- Konsumentenverhalten im Zeitalter der Digitalisierung
- Megatrends Convenience, Connectivity & Co.
- Generation Y, Z – und danach?
- LGBT-Marketing
- Ethno-Marketing

Marketinginnovationen

5 Tage / 4 ECTS

- Bedeutung von Innovationen im Marketing
- Von der Produkt- zur Serviceorientierung
- Human-centred Innovation
- Innovationsmanagement
- Innovationsstrategie
- Innovationsprozess
- New Service Development
- Agile Produktentwicklung
- Design Thinking
- Service-dominierte Logik
- Service Blueprint
- Entwicklung und Testing von human-centred Innovation

Digitales Marketing

17 Tage / 10 ECTS

Datengestütztes Marketing

7 Tage / 4 ECTS

- von Big Data zu Smart Data
- Data Driven Marketing
- Trend Monitoring
- Planung und Steuerung mit Dashboards
- Datengestützte Strategie und Kampagnensteuerung
- Marketing Automation
- AI/KI im Marketing
- Chat Bot
- Voice Search
- Performance Marketing
- Kundenbeziehungsmanagement und CRM
- Customer Experience Management
- Customer Journey und Touchpoint Management

Digitales Multichannel Marketing

10 Tage / 6 ECTS

- Grundlagen Content Marketing
- Social Media im Content Marketing
- Storytelling
- Kundenzentrierung
- Digitaler Marketingmix
- 4C im digitalen Marketing
- Mobile Marketing
- Social Media Marketing
- Social Media Management und Community Management
- Content Marketing und Content Framework
- KPI und Reporting von Social Media
- Programmatic Advertising
- Pricing-Strategien in der digitalen Welt
- Digitale Markenführung
- Digitale Distribution
- eCommerce
- Digitaler POS

Master Thesis

12 ECTS

Intensivwoche

Fixer Bestandteil des EMBA in Smart and Digital Marketing ist eine Intensivwoche in Berlin. Während dieser Woche werden Teile des Moduls «Digitales Marketing» behandelt. Abgerundet wird die Woche mit Gastreferaten und Firmenbesuchen.

Study Trip Silicon Valley

Sie können zusätzlich an einem einwöchigen Study Trip ins Silicon Valley, das Mekka der Innovation, teilnehmen. Die Kosten dafür belaufen sich auf rund CHF 5000.

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 Intensivwoche sowie die Kosten für den optionalen Study Trip ins Silicon Valley (ca. CHF 5000).

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 am Study Trip 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 der Module 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:

bruhn partner /

DATAxCREA

DoD!fferent

etventure

GOLDBACH

iab.
switzerland

NOTCH
INTERACTIVE

STARTUP
COLORS

ZUTT PARTNER
NAVIGATE EMOTIONS

Beratung

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



Studienleiter

Günther Bader, Prof., Mag. oec.



Administration

Priska Sprecher

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

