Fachhochschule Graubünden
University of Applied Sciences

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Customer and Marketing Intelligence

Individualisiertes eLearning ohne Präsenzunterricht

Bilden und forschen. graubünden

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 Präsenztage

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, unterwegs 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, Produktdesigner, 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 Modulen

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

- Kundenmerkmale und Dimensionsreduktion
- Kundengruppierung und -segmentierung
- Kundenanalysen mit künstlicher Intelligenz

Modul 2: Kundenklassifizierung
2 ECTS

- Klassifikationsbäume und Vorhersagen
- Regressionsbäume und Vorhersagen
- Kundenklassifizierungen mit ChatGPT

Modul 3: Predictive Marketing
2 ECTS

- Logistische Regression des Kaufverhaltens
- Gains-Charts und Kundenselektion
- Analysen in R, SQL und KI Web-Services

Modul 4: Offertenoptimierung
2 ECTS

- Kunden-Produkt-Beziehung und erwarteter Nutzen
- Offertenzuteilung und Profitmaximierung
- Market Basket Analysis

Modul 5: Testkampagnendesign
2 ECTS

- Ziel- und Kontrollgruppen
- Testumfang und Kampagnendesign
- Testing und Propensity Score Matching

Modul 6: Kundenbefragungen
2 ECTS

- Operationalisierung von Hypothesen
- Datensammlung und Datenanalyse
- Chatbots und Sentiment Analysis

Modul 7: Produktoptimierung
2 ECTS

- Conjoint Analyse, Produkt Design
- Präferenzbewertung, Wertmodell, Marktanteile
- Machine Learning und Bilderkennung

Modul 8: Kundenverhalten-Analysen
1 ECTS

- 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 Lehrgangsstart
Kundenbefragungen
personal coaching
Testkampagnen-Design
Retention and Winback
Produkt-Optimierung
Churn and Migration
individuelle Betreuung

«Die speditive Betreuung durch Prof. Dr. Giampiero Beroggi in diesem Online-CAS war aussergewöhnlich. Der Kursaufbau war spannend und die gestellten Aufgaben durch ihren Praxisbezug sehr anschaulich.»

Simone Leicht, Absolventin CAS Customer and Marketing Intelligence,
Senior Global OmniChannel und Marketing Automation Manager –
Komax Group Market Communication, Schleuniger AG

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 Studienzeit 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

© FH Graubünden, Februar 2025

01000100
01110100
01010011
01101110
01000100
01110100
01010011
01101110
01000100
01110100
01010011
01101110
01000100
01110100
01010011
01101110