

# Marketing Technology

## Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Erweitern Sie Ihre Fachkompetenz

Lernen Sie, als Chief Marketing Technologist das Marketing der Zukunft zu gestalten.

### AUSGANGSLAGE

Marketing ist eine zunehmend technologiegetriebene Disziplin. Durch E-Commerce und digitales Marketing, zu dem beispielsweise der Einsatz von künstlichen Intelligenzen gehört, werden herkömmliche Touchpoints ergänzt oder gar ersetzt. Marketeers müssen heute also nicht mehr nur Medien- und Kommunikationskompetenz mitbringen, sondern auch grundlegende IT-Kenntnisse. Vor allem auf leiternder Ebene hat sich darüber hinaus vielerorts eine neue Spezialisierung entwickelt: die Position des Chief Marketing Technologist (CMT). Dieser fungiert als Bindeglied zwischen Marketing und IT und verfügt dementsprechend über ausgeprägte technologische Fertigkeiten, die er erfolgreich mit dem Einsatz klassischer und moderner Marketingmassnahmen verbindet. Diese Interdisziplinarität ist heute über alle Ebenen bei Unternehmen gefragt – der CAS Marketing Technology reagiert auf diese Entwicklung.

### LERNZIELE UND NUTZEN

Nach Abschluss des Lehrgangs können Sie

- Einsatzmöglichkeiten, Anwendungspotenziale und Mehrwerte von Marketingtechnologien identifizieren;
- relevante Technologien und Tools für das Marketing in den Bereichen Commerce & Sales, Data, Advertising & Promotion, Content & Experience und Social & Relationships anwenden;
- Marketingtechnologien in das Unternehmen integrieren;
- Investitionsentscheidungen herbeiführen und Marketingtechnologien nach ihrer Relevanz für den Unternehmenskontext priorisieren.

### ZIELPUBLIKUM

Der Lehrgang richtet sich an Verantwortliche im Marketing, Geschäftsführende von KMU sowie Abteilungsleitende von grösseren Unternehmen, die Investitionsentscheidungen hinsichtlich Tools herbeiführen müssen. Insbesondere Personen, die eine Schnittstellenfunktion (Marketing und Technologie/IT) einnehmen oder dies beabsichtigen, werden von dieser Weiterbildung profitieren.

# Aufbau und Inhalt

## Mit methodischer Vielfalt zum nachhaltigen Lerneffekt

In kompakten, praxisorientierten Modulen vermitteln wir Fachwissen, von dem Sie in Ihrem Arbeitsalltag profitieren.

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>Management &amp; Communication</b>	<b>Impact &amp; Infrastructure</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Verknüpfung von Marketing und IT</li><li>– Schnittstellenkompetenz</li><li>– Lead Management</li><li>– CRM und Digital CRM</li><li>– Unternehmens- und Kundenperspektive</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– MarTech Tools</li><li>– Digital Marketing</li><li>– Marketing Analytics</li><li>– Priorisierung und Investitionsentscheidung</li><li>– Future of MarTech</li></ul>

### METHODIK

Wichtige Bestandteile des Lehrgangs sind die unmittelbare Anwendung der theoretischen Grundlagen mithilfe von Fallstudien und Praxisbeispielen sowie die Reflexion und Diskussion vor dem eigenen Erfahrungshintergrund. Gruppenarbeiten und Präsentationen ergänzen den Frontalunterricht.

### DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit ausgewiesener Praxiserfahrung in Marketing und Technologie
- Erfahrene Praktikerinnen und Praktiker mit didaktischer Erfahrung aus den Bereichen Marketing und Technologie

Weitere Informationen finden Sie hier:

>>> [www.zhaw.ch/imm/casmartech](http://www.zhaw.ch/imm/casmartech)

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



**Marcel Hüttermann**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter/  
Projektleiter Institut für  
Marketing Management

## STUDIENLEITUNG

**Marcel Hüttermann**  
Institut für Marketing Management  
Telefon +41 58 934 76 98  
[marcel.huettermann@zhaw.ch](mailto:marcel.huettermann@zhaw.ch)

## ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

ZHAW School of Management and Law  
Customer Service Weiterbildung  
Theaterstrasse 15b  
Postfach  
8401 Winterthur  
Telefon +41 58 934 79 79  
[info-weiterbildung.sml@zhaw.ch](mailto:info-weiterbildung.sml@zhaw.ch)

## Institut für Marketing Management

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen.

Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Strategic Customer Relationship Management, Product Management, Behavioral Marketing, Service Lab, Communication & Branding und Digital Marketing.

Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet ein umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem CAS Marketing Technology bietet das IMM noch weitere Weiterbildungslehrgänge an.

>>> [www.zhaw.ch/imm](http://www.zhaw.ch/imm)

# Organisatorisches

## Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

### AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. Nach Anmeldung findet ein persönliches Gespräch statt. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung.

### ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. >>> [www.zhaw.ch/imm/casmartech](http://www.zhaw.ch/imm/casmartech)

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:  
>>> [www.zhaw.ch/imm/casmartech](http://www.zhaw.ch/imm/casmartech)

### ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies 300 Stunden.

### LEISTUNGSNACHWEIS

Der Leistungsnachweis ist als Gruppenpräsentation und Einzel-Poster-Session (Präsentation) zu erbringen.

### UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet grösstenteils in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur statt, zwei Gehminuten vom Bahnhof Winterthur entfernt.

>>> [www.zhaw.ch/sml/campus](http://www.zhaw.ch/sml/campus)

Weiterer Unterricht findet im Rahmen einer Exkursion im Ausland statt.

### DAUER

Der Lehrgang umfasst zwischen 12 und 16 Unterrichtstage.

### ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Marketing Technology».

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin sind sämtliches Kursmaterial sowie Reisekosten enthalten.

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> [www.zhaw.ch/sml/atb-wb](http://www.zhaw.ch/sml/atb-wb)

## Informationsapéros

Gerne berät Sie der Studienleiter in einem persönlichen Gespräch oder an einem der Informationsapéros.

>>> [www.zhaw.ch/imm/info-apero](http://www.zhaw.ch/imm/info-apero)

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

## School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2  
Postfach  
8401 Winterthur  
Schweiz

[www.zhaw.ch/sml](http://www.zhaw.ch/sml)



**swissuniversities**