

Zwei neue **Weiterbildungsangebote** im Marketing

CAS Marketing Management

«Mit dem neuen CAS Marketing Management erweitern die Studierenden ihre Kompetenz in relevanten Marketingfragen und erhöhten damit ihren Marktwert.»

Prof. Engelbert Weiss, Studiengangsleiter

Produkte und Dienstleistungen gleichen sich immer mehr. Im hart umkämpften Markt um Preise und neue Vertriebskanäle ist die professionelle Positionierung und Vermarktung des eigenen Angebotes entscheidend. Dafür ist grundlegendes Know-how erforderlich, das kontinuierlich weiterentwickelt werden muss. Im Marketing Management geht es um das Verständnis dieser interdisziplinären Aufgabe im Gesamtkontext eines Unternehmens. Dabei gilt es, die drei Pfeiler Wissenschaft, Unternehmensführung und operative Anwendung immer mit im Blick zu haben. Im CAS «Marketing Management» lernen Sie, Methoden und Anwendungen des Marketings zu verknüpfen und zielorientierte Lösungen zu erarbeiten. Externe und interne Expertinnen und Experten der Berner Fachhochschule vermitteln bewährte und neue Methoden, um die Disziplin «Marketing» aus unterschiedlichen Perspektiven zu zeigen. Erwerben Sie praxisorientiertes Marketing-Wissen im betriebswirtschaftlichen Kontext, um die verschiedenen Marketingmassnahmen kompetent zu analysieren und zu beurteilen. Der CAS-Studiengang «Marketing Management» bietet Ihnen die Grundlage für eine Diskussion auf Augenhöhe mit erfahrenen «Marketeers».

Ziel des CAS ist es, Ihnen das Einmaleins des Marketings zu vermitteln, damit Sie Marketing-Aufgaben erfolgreich analysieren und umsetzen können. Bauen Sie Ihre fachlichen und methodischen Fähigkeiten aus und erweitern Sie Ihr Netzwerk.

Start: Donnerstag, 2. November 2017

Kontakt: Prof. Engelbert Weiss, Kompetenzteamleiter Marketing, Fachbereich Wirtschaft, Institut Unternehmensentwicklung, engelbert.weiss@bfh.ch

Weitere Informationen:

wirtschaft.bfh.ch/weiterbildung

Web-Code: C-WIR-26

CAS Konsumentenforschung und Neuromarketing

«Mein Ziel war es ein Angebot zu schaffen, das die Kompetenzen eines jeden Managers erweitert und ihn befähigt zukünftig wirklich ansprechende, aktivierende und kundenrelevante Massnahmen zu entwickeln.»

Ulrike Brämswig, Studiengangsleiterin

Bei der Lancierung eines neuen Angebotes wird die Frage danach, wie Menschen «ticken» und welche Faktoren auf Verhaltens- und Kaufentscheidungen letztendlich Einfluss nehmen für Projektverantwortliche immer wichtiger. Trotz stetigem Analysieren von Märkten und Mitbewerbern, Produkten und Dienstleistungen ist über die unbewussten Motive, Treiber und Präferenzen Ihrer Zielgruppen wenig bekannt. Dabei liefern die Fortschritte der psychologischen und neurobiologischen Forschung wertvolle Beiträge über die emotional bedeutenden Entscheidungsprozesse von Kunden. Der CAS «Konsumentenforschung und Neuromarketing» verknüpft daher erstmalig praxisorientierte Fragestellungen aus (und rund ums) Marketing mit den neusten Forschungsmethoden zu den unbewussten Entscheidungsprozessen.

Er besteht aus zwei Schwerpunkten:

1. der Wissensvermittlung rund um das menschliche Gehirn, die Konsumentenpsychologie und die Multi-sensorik
2. dem Kennenlernen der angewandten (auch apparativen) Forschungsmethoden des Neuromarketings.

Ziel des CAS ist es, Ihnen eine angewandte Grundlage der neuesten Forschungsmethoden zu vermitteln und praxisgeleitet zugänglich zu machen.

Start: Freitag, 3. November 2017

Kontakt: Prof. Ulrike Brämswig, Berner Fachhochschule, Abteilung Food Science and Management, ulrike.braemswig@bfh.ch

Weitere Informationen:

wirtschaft.bfh.ch/weiterbildung

Web-Code: C-WIR-27

Beide Studiengänge sind Wahl-CAS für den EMBA Leadership und Management.

Adresse Weiterbildungszentrum: Berner Fachhochschule

Departement Wirtschaft, Gesundheit und Soziale Arbeit | Weiterbildung

Schwarztorstrasse 48, 3007 Bern | wirtschaft.bfh.ch/weiterbildung

Informieren Sie sich am Infoanlass am 15. Juni über die neuen Angebote.