

Abschluss

Master of Advanced Studies (MAS) in
Customer Excellence HWZ

Anerkennung

60 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang:
100% Arbeitstätigkeit möglich

Dauer und Beginn

4 Semester (3 CAS und 1 Semester
für die Master Thesis)
Laufend mit einem der drei CAS

Studienort

Zürich, Sihlhof (direkt beim Zürich HB)

MAS Customer Excellence HWZ



Kundenorientierte Angebote definieren und erlebbar machen

Auf lange Sicht werden jene Unternehmen im Wettbewerb erfolgreich sein, welche die Bedürfnisse der Menschen und die Wünsche der Kundinnen und Kunden verstehen, um darauf aufbauend ein herausragendes Erlebnis zu schaffen. An diesen Punkten setzt der MAS Customer Excellence HWZ an.

Beschrieb

Exzellente Unternehmensleistung braucht ein besseres Verständnis vom menschlichen Verhalten allgemein und vom Kundenverhalten im Besonderen. Auf dieser Basis kann ein optimales Kundenerlebnis geschaffen werden. Um hervorragende Leistungen zu erbringen, die sich von anderen Angeboten abheben, sind für ein Unternehmen und seine Mitarbeitenden drei Kompetenzfelder zentral:

- Das Unternehmen muss die (potenziellen) Kundinnen und Kunden sowie ihre Bedürfnisse und Erwartungen besser kennen und verstehen.
- Das Unternehmen muss das Kundenverhalten analysieren und interpretieren können.
- Das Unternehmen muss die Leistungserstellung und das Kundenerlebnis so gestalten, dass es sich positiv vom Wettbewerbsumfeld abhebt.

Ziele und Perspektiven

Der MAS Customer Excellence HWZ vermittelt den Studierenden jene Kompetenzen, mit welchen sie einerseits die richtigen (kundenorientierten) Angebote definieren können. Andererseits lernen sie, diese Angebote so zu erstellen, dass ein echter – erlebbarer – Mehrwert zu den Angeboten der Wettbewerber entsteht.

Von diesem Mehrwert profitieren sowohl die Kundinnen und Kunden als auch das Unternehmen als Anbieter, das sich damit einen Wettbewerbsvorteil verschafft.

Erfolgsfaktoren/Ihr Nutzen

- ✔ Anerkannter Masterabschluss mit Kundenfokus auf FH-Stufe
- ✔ Optimale Verbindung relevanter Themen aus Psychologie, Kundenverhalten, Customer Insights und Experience Management
- ✔ Umsetzungs- und anwendungsorientierte Lehr- und Lernmethoden mit Top-Dozierenden
- ✔ Individualisierbare Studienstruktur und -inhalte durch Modularisierung
- ✔ Zeitlich kompakt in eineinhalb bis zwei Jahren absolvierbar



Inhalt

Eine Differenzierung zu den Wettbewerbern ist für die meisten Unternehmen heute kaum noch über die Kernleistung bzw. ein innovatives Produktangebot möglich. Differenzierende bzw. spezielle Leistungselemente können von konkurrierenden Anbietern mehr oder weniger schnell kopiert werden, sodass langfristige Wettbewerbsvorteile auf Produktbasis immer schwerer zu realisieren sind.

Weniger schnell imitierbar ist aber die Art der Leistungserbringung bzw. der Service rund um ein bestehendes Leistungsangebot. Neben dem «Was» (Leistungsangebot) ist somit auch das «Wie» (Leistungserbringung) zentral für den Unternehmenserfolg.

Sowohl für die Definition des Leistungsangebots als auch für die Leistungserbringung ist es zwingend, den Markt sowie die Kundinnen und Kunden – die Menschen – besser zu kennen und zu verstehen. Mit seinen drei Modulen (CAS) deckt dieser MAS die wichtigsten Kompetenzbereiche ab.

Aufbau und Konzept

Das Studium besteht aus drei Certificates of Advanced Studies (CAS) und einer Master Thesis.

Idealtypisch beginnen die Studierenden mit dem CAS Customer Behavior & Psychology HWZ, um zunächst das menschliche Verhalten besser zu verstehen – vor allem mit Blick auf Kauf- bzw. Wahlentscheidungen.

Der zweite CAS (Customer Intelligence HWZ) rückt insbesondere die bestehenden Kundinnen und Kunden und die von ihnen verfügbaren Daten in den Vordergrund. «Von Big Data zu Smart Data» ist hier der Leitsatz.

Mit dem dritten CAS (AI powered Customer Experience Management HWZ) werden die Erkenntnisse der ersten beiden CAS zusammengeführt, mit dem Ziel, das Kundenerlebnis bzw. die Kundenerfahrung zu optimieren. Aufgrund der modularen Struktur sind individuelle Studienmodelle möglich – inkl. Austausch eines CAS durch einen anderen aus einem verwandten Bereich.

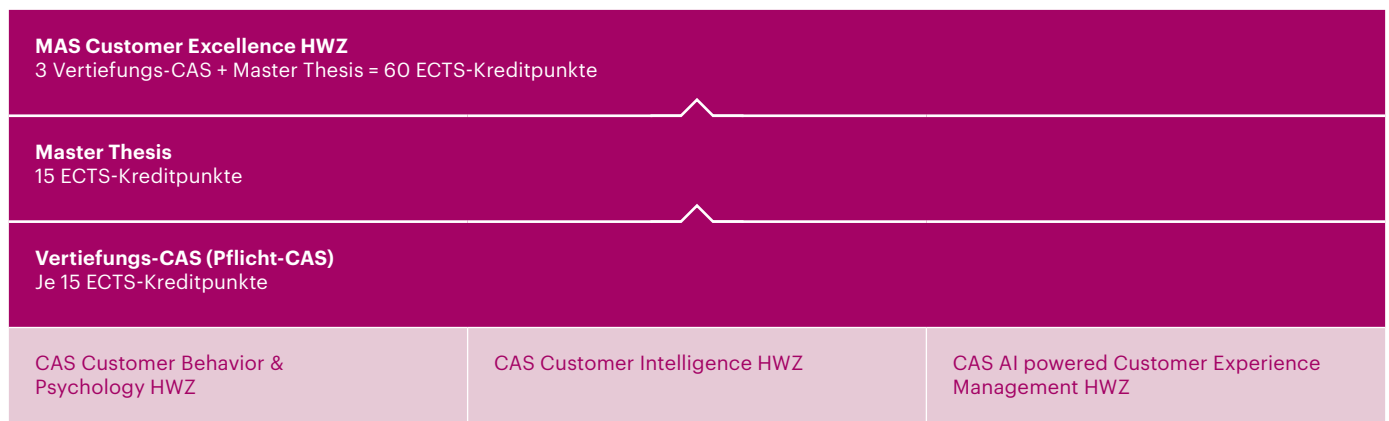
Die Inhalte der drei CAS sind darauf ausgerichtet, einen möglichst hohen Nutzen für die Studierenden im beruflichen Alltag zu generieren. Solide wissenschaftlich fundiert und mit topaktuellen Inhalten, dabei aber anwendungs- und umsetzungsorientiert – dies ist das Credo aller drei CAS im MAS Customer Excellence HWZ.

Mit dem sogenannten Executive Module kann der MAS zum EMBA – Marketing ausgebaut werden.

Leistungsnachweis

In allen drei CAS erarbeiten die Studierenden als Leistungsnachweis eine praxisorientierte Zertifikatsarbeit, in der die Inhalte des Studiums auf eine aktuelle Fragestellung des eigenen (oder eines anderen) Unternehmens angewendet werden. Dieses Prinzip gilt auch für die Master Thesis, bei der ein eigenes Praxisprojekt die Grundlage bildet.

Modulaufbau



Informationen und Kontakt



Teilnehmende

Angesprochen sind Studierende, die bereits in Funktionen mit Kundenfokus arbeiten (z. B. Marketing, CRM, Customer Care, Customer Experience), bzw. Personen, die sich für einen geplanten Einstieg in diesen Themenbereich weiterbilden wollen.

Zulassung

Bachelor oder äquivalenter Abschluss (HWV, FH, Uni, ETH etc.) sowie mindestens zwei Jahre studienrelevante Berufserfahrung. Andere äquivalente Bildungsabschlüsse mit entsprechender Praxistätigkeit können nach individueller Prüfung anerkannt werden. CAS anderer Hochschulen können unter bestimmten Umständen angerechnet werden.

Sprache

Die Unterrichtssprache ist Deutsch. Gute Englischkenntnisse sind von Vorteil.

Auskunft und Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte ans Master-Sekretariat: Tel. 043 322 26 88, master@fh-hwz.ch

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem Master-Sekretariat.

Swiss Marketing

Swiss Marketing ist der Berufs- und Fachverband für Marketingfachleute. Hier bündelt sich das Fachwissen von fast 4000 Fach- und Führungskräften aus unterschiedlichen Branchen.

SWISS ●
MARKETING



Studiengangsleitung

Prof. Dr. Michael A. Grund

Weiterführende Informationen

Aktuelle Studiendaten und die Studiengebühren finden Sie auf unserer Webseite:

www.fh-hwz.ch/mascx