

WEITERBILDUNG

# hes. so prepared.

CAS HES-SO in Digital Marketing

Hochschule für Wirtschaft



# CAS HES-SO in Digital Marketing

## > Erfolgreiche Marketingstrategien für digitale Kanäle entwickeln und umsetzen.

Sowohl die Suche nach Inspirationen und Informationen als auch die Reservation respektiv der Einkauf werden heute online abgewickelt. Mit der Globalisierung und der Digitalisierung entwickelt sich die Wirtschaft dynamisch. Es treten regelmässig neue Wettbewerber auf (z.B. Airbnb, Uber), die Märkte werden von Big Playern wie Booking.com oder Google dominiert. Die Herausforderungen im digitalen Marketing nehmen an Komplexität zu. Dies verlangt, dass sich Unternehmen und Mitarbeitende am Puls der Zeit bewegen und den Überblick über Online-Marketingkanäle, Innovationen, Technologien und Trends behalten, um wettbewerbsfähig zu bleiben.



Partner:



weiterbildung  
formation continue

## Organisation

### Ziele & Zielgruppe

Die Weiterbildung richtet sich an alle Fachleute aus den Bereichen Tourismus, Freizeit und Marketing im Allgemeinen. Der CAS HES-SO in Digital Marketing hat zum Ziel, den Teilnehmenden die theoretischen Grundlagen des Digital Marketings zu vermitteln und diese praktisch in der eigenen Unternehmung oder Destination anzuwenden. Die Weiterbildung ist dank aktuellen Best-Practice-Beispielen und unter Einbezug von Fachexperten aus der Tourismus- und Marketingbranche sehr praxisbezogen.

Sie erhalten die Chance, bei der Umsetzung der digitalen Strategie von Dozenten, Fachexperten und anderen Teilnehmenden begleitet zu werden. Dadurch wird einerseits das Netzwerk in der Tourismus- und Marketingbranche ausgeweitet, andererseits bietet dies den Teilnehmenden und deren Arbeitgebern einen realen Mehrwert. Die zeitlichen und finanziellen Ressourcen werden also vollständig für den eigenen Betrieb eingesetzt.

# Programmübersicht

## Modul 1 – Marketinginstrumente im digitalen Umfeld kennenlernen, verstehen und anwenden

(2 Präsenztage, E-Learning, Zwischenevaluation | 3 ECTS)

Im Modul 1 werden Trends, Handlungsfelder und Marketinginstrumente im digitalen Umfeld thematisiert. Weiter werden die Konsequenzen der Verfügbarkeit neuer Technologien auf das Verhalten der Gäste im Reiseverlauf (Customer Journey) besprochen. Diese Kenntnisse werden als Basis für das Festlegen einer digitalen Marketingstrategie genutzt. Dabei gilt es, Ziele und Massnahmen zu definieren, wie Kunden optimal mit einer Webseite angesprochen werden, um schliesslich eine Buchung zu erreichen und eine Kundenbeziehung aufzubauen. Unter anderem werden ausgewählte Instrumente erläutert, wie beispielsweise die Suchmaschinenoptimierung und das Social Media Marketing.

## Modul 2 – Community Management entwickeln

(2 Präsenztage, E-Learning, Zwischenevaluation | 3 ECTS)

Im Modul 2 werden die Grundlagen des Community und Influencer Marketing vermittelt. Es wird aufgezeigt, wie mit dem Community und Influencer Marketing die Positionierung und Markenbekanntheit gestärkt und die Kundenakquisition, Emotionalisierung, Aktivierung und Loyalität unterstützt werden kann. Es gilt Stolpersteine zu umgehen und einen Mehrwert bei Fans und Followern zu generieren. Sie erhalten Best-Practice-Beispiele und erkennen die Wichtigkeit der Marke im Tourismus. Die Teilnehmenden verstehen, worauf beim Content in Video, Bild und Text in den verschiedenen Plattformen zu achten ist, wie wichtig User-Generated Content ist und klassische mit neuen Medien verknüpft werden können. Dabei werden Trends wie Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) und Mixed Reality (MR) betrachtet und mit dem Experten analysiert. Zudem erlernen die Teilnehmenden die Kompetenz und das notwendige Know-how, um die Methode des Storytellings zu entwickeln

## Modul 3 – eReputation Management und Big Data Analysis

(2 Präsenztage, E-Learning, Zwischenevaluation | 3 ECTS)

Aufgrund der enormen Wichtigkeit von nutzergenerierten Inhalten und Online-Reviews im touristischen Marketing, wird der Fokus auf das Thema Online-Reputationsmanagement und Vertrauen im Tourismus gesetzt und dabei auch Grundlagen und der Marketing Intelligence vermittelt. Im Bereich der Nutzung von Daten zur Ableitung von Wissen (Kundenprofilierung etc.) und gezielten Marketingaktivitäten wird heute ein grosses Potential im Tourismus gesehen. Deshalb werden in einem letzten Teil des Moduls die Grundlagen der Big Data-Analyse im Tourismus vermittelt und praktisch angewendet.

## Fachexkursion (1 Tag | 1 ECTS)

Die theoretischen Grundlagen der Ausbildung werden mit einem Besuch von Unternehmen aus der Tourismus- und Marketingbranche ergänzt.

## Zertifikatsarbeit (5 ECTS)

Die Zertifizierungsarbeit ist eine individuelle Leistung, bei der die theoretischen Aspekte aus der Ausbildung auf die eigene Unternehmung angewendet werden. Die Arbeit umfasst einen schriftlichen Bericht sowie eine mündliche Präsentation der Ergebnisse.

# Praktische Informationen

## Ausbildungsdauer und Durchführungsort

Die Ausbildung dauert von September bis Februar. Der Präsenzunterricht findet in den Schulungsräumen im Bahnhof Visp statt.

## Sprache

Die Ausbildung erfolgt auf Deutsch. Arbeiten können auch auf Französisch eingereicht werden.

## Teilnehmerzahl

Mind. 12 Personen, max. 20 Personen

## Aufnahmekriterien

- Bachelor (Uni oder Fachhochschule)
- «Sur dossier» für Personen ohne Bachelor. Voraussetzungen:
  - Abschluss höhere Fachschule/höhere Fachprüfung/  
Berufsprüfung
  - Mind. 3 Jahre relevante Berufserfahrung

## Anmeldung

Informationen und Anmeldeformular auf [www.hevs.ch/casdigitalmarketing](http://www.hevs.ch/casdigitalmarketing)

Ausgefülltes Formular an [fc.heg@hevs.ch](mailto:fc.heg@hevs.ch) oder per Post an HES-SO Valais-Wallis, Techno-Pôle 3, 3960 Siders senden

## Kosten

CHF 6'600.- (inklusive Einschreibgebühren und Zertifikatsarbeit)

Für Teilnehmende aus dem Berggebiet übernimmt die Berghilfe 50% der Kosten. Weitere Infos unter <https://www.weiterbildung.swiss/?content=berghilfe>.



## Kontakt

Prof. Andreas Zenhäusern  
Verantwortlicher CAS HES-  
SO in Digital Marketing

[andreas.zenhausern@hevs.ch](mailto:andreas.zenhausern@hevs.ch)

T + 41 76 390 20 40

## Verliehener Titel

CAS HES-SO in Digital  
Marketing (15 ECTS)

## DAS in Digital Leadership and Marketing

Das CAS in Digital Marketing kann mit dem CAS in Digital Leadership der FFHS kombiniert werden, welches im Frühlingsemester durchgeführt wird. Teilnehmende, welche beide CAS mit insgesamt 30 ECTS absolvieren, erhalten den Titel DAS in Digital Leadership & Marketing.



hes.  
so  
you.

HES-SO Valais-Wallis  
Techno-Pôle 3 – 3960 Siders  
+41 58 606 90 97

hevs.ch |     



2022