



Certificate of Advanced Studies

Digital Service Creation

Differenzierung über das Produkt allein wird im globalen Wettbewerb immer schwieriger. Umso mehr wird ausgezeichneter Service zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor. Neueste Technologien ermöglichen heute ein umfangreiches Serviceangebot. Im CAS Digital Service Creation zeigen wir Ihnen, wie Sie von der Kundenbedürfnis-Analyse eine Service-Strategie festlegen und Ihre Services erneuern, erweitern oder innovieren. Sie lernen mit Design-Thinking Ansätzen das Service-Portfolio zu erweitern, die Service-Prozesse neu zu gestalten und erfolgreich zu implementieren. Geben Sie Ihrer Kundschaft die «Customer Experience», welche sie begeistert.



Inhaltsverzeichnis

1	Umfeld	4
2	Zielpublikum	4
3	Ausbildungsziele	4
4	Voraussetzungen	4
5	Kompetenzprofil	5
6	Kursübersicht	6
7	Kursbeschreibungen	7
	7.1 Einführung	7
	7.2 Service-Strategien, Geschäftsmodelle und Service Creation	8
	7.3 Digitale Technologien im Service Kontext	9
	7.4 Service Creation – Service Design	10
	7.5 Service Creation – Service Transformation	10
	7.6 Service Creation – Service Operation	11
8	Lernprotokoll	11
9	Transferarbeit	12
10	Kompetenznachweis	14
11	Ergänzende Literatur	15
12	Dozierende	16
13	Organisation	16

Stand: 10.03.2022

1 Umfeld

Die heutigen technischen Möglichkeiten sind beeindruckend und neue Geschäftsmodelle, Dienstleistungen oder Services entwickeln sich rasant. Banken, Versicherungen und Online-Shops investieren massiv in Kundenportale, welche Kundendaten sammeln, diese mit künstlicher Intelligenz (KI) auswerten und daraus kundenspezifische Angebote bereitstellen. In jedem vertikalen Segment werden sich in den nächsten Jahren auf die Kundschaft zugeschnittene Angebote etablieren.

Dabei fokussiert die Serviceinnovation auf das Erfüllen von internen/externen Kundenbedürfnisse zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit. Damit werden Services zu einem wesentlichen Faktor, um Gewinne zu steigern, den Einsatz digitaler Technologien voranzutreiben, neue Märkte zu erschliessen und die Differenzierung zur Konkurrenz. Die Innovation von Services geht «Hand in Hand» mit der Prozessinnovation.

Mit dem CAS Digital Service Creation führen wir Sie durch den Prozess der Business-Analyse, Service-Strategie und Portfolio-Entwicklung. Wir geben Ihnen einen Einblick in die aktuellen technischen Innovationen, und wir zeigen Ihnen...

- wie Sie Kundenbedürfnis analysieren und eine neue «Customer Experience» definieren;
- mit «Design Thinking» das Service-Portfolio und den Service-Katalog erneuern;
- Ihre Services messbar (KPI) und mehrwertig für die Organisation und deren Kundschaft machen;
- wie die verschiedenen Aspekte der künstlichen Intelligenz (KI) den Service revolutionieren;
- wie Edge Computing und Cloud-Services für schnelle und skalierbare Implementierung sorgen;
- wie Sie Sensortechniken für vorausschauende Wartung (predictive maintenance) einsetzen;
- wie Sie bei der Implementierung von neuer Technologie in einen Service Design vorgehen;
- wie Sie DevOps und AIOps im Service Operation nutzen, um die Herausforderungen in einem immer flexibleren Service Prozess zu meistern.

2 Zielpublikum

Folgende Job Profile profitieren von diesem CAS:

- Alle Personen, welche in/mit Service-Organisationen arbeiten und die Herausforderung annehmen, Service-Prozesse neu zu gestalten
- Gründer*innen
- Innovator*innen und Beratende

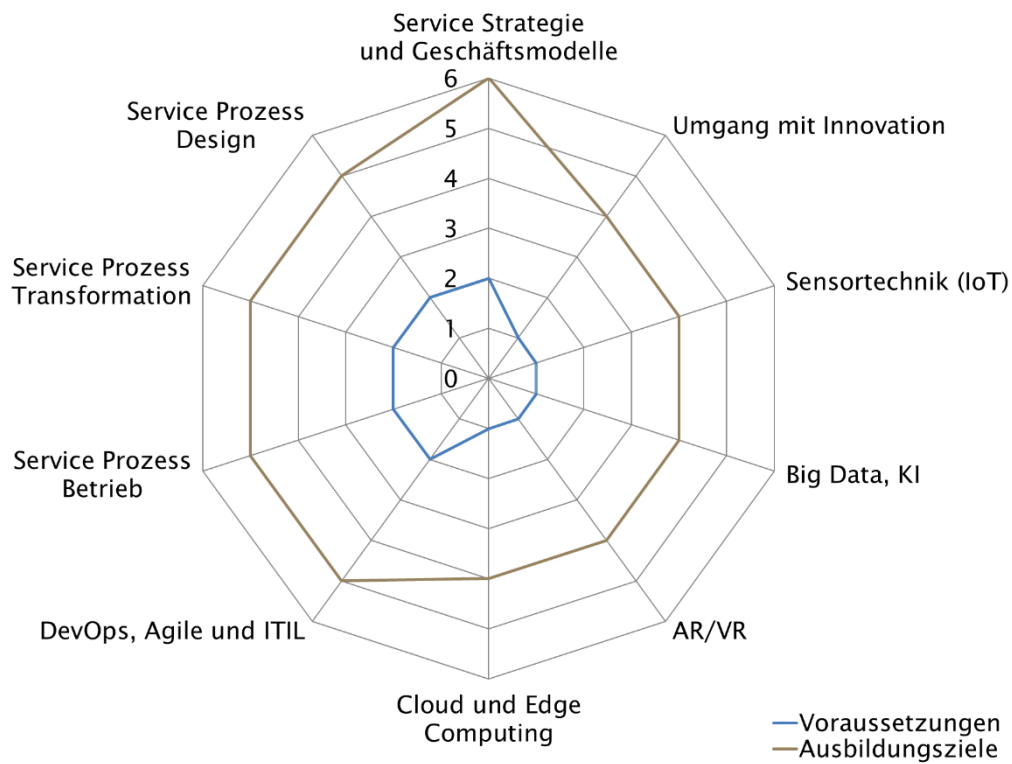
3 Ausbildungsziele

- Sie eignen sich das Wissen an, das für die Entwicklung und Einführung eines innovativen Service Managements notwendig ist.
- Sie können technische Innovationen einordnen, neue Serviceleistungen entwerfen und ein kostenpflichtiges Leistungsangebot mit seinen Service Level Agreements (SLA) erstellen.
- Sie sind in der Lage, eine bestehende Service- und IT-Organisation zu analysieren, neue Service-Prozesse zu entwerfen und Service Transformations-Projekte zu führen.
- Sie kennen verschiedene Service Frameworks, deren wesentlichen Bausteine, technische Möglichkeiten sowie Voraussetzungen für die Vernetzung/Schnittstellen etc.

4 Voraussetzungen

Sie haben berufliche Aufgaben oder erste Erfahrungen im Bereich Service Management.

5 Kompetenzprofil



Kompetenzstufen

1. Kenntnisse/Wissen
2. Verstehen
3. Anwenden
4. Analyse
5. Synthese
6. Beurteilung

6 Kursübersicht

Kurs / Lehreinheit		Lektionen	Dozierende, Firma
Service Strategien	Einführung CAS Mastering the Hype Cycle - The Gartner «STREET PROCESS»	4	Peter Burkhalter , BFH
	Gartner «Global Service Management Development»	8	Adriano Romano , Gartner
	Service-Strategien und Geschäftsmodelle	8	Martin Andenmatten , Glenfis
	Service Management Creation aus der Praxis	8	Dr. Bernhard Frei , PROSE
Service mit neuen Technologien	Daten sammeln und steuern (IoT) Sensoren / Aktoren im Einsatz	8	Markus Nufer , RFIDNet
	Datenanalyse (Smart Data) – Daten auswerten, aufbereiten, personifizieren und prognostizieren	8	Werner Dähler , BFH Guido Schmutz , Trivadis
	Künstliche Intelligenz für Präventive Wartung nutzen - Deep Maschine Learning (ML)	8	Max Kleiner , kleiner kommunikation
	Künstliche Intelligenz für Automatisierung nutzen - NLP, Chatbots, autonomes Fahren und mehr	8	Max Kleiner , kleiner kommunikation
	Mixed Reality im Service Prozess (AR/VR) nutzen – Augmented-/Virtuelle-Realitäten im Service-Prozess	8	Prof. Marcus Hudritsch , BFH
	Cloud Services und Edge Computing verstehen / nutzen – Datenhaltung und -aufbereitung in der Cloud	8	Eyup Koc , RedHat / IBM
Service Implementation	Service Design «Neue Services definieren und implementieren»	16	Dr. Bernhard Frei , Prose
	Service Transformation «Wie Transformation in der Organisation gelingt»	12	Gabriela Frei Alpiq AG
	Service Operation «Kontinuierliche Prozess Optimierung (DevOps/AIOps/TOM)»	20	Martin Andenmatten , Glenfis Matthias Brun , DSI
	Transferarbeit* Einführung, Zwischenbesprechung, Präsentationen	12	
	Total Lektionen	136	
	Leistung Transferarbeit in der Gruppe (je Student*in)	100 Stunden	

Das CAS umfasst insgesamt 12 ECTS-Credits. Für die einzelnen Kurse ist entsprechend Zeit für Selbststudium, Prüfungsvorbereitung etc. einzurechnen.

* Transferarbeit

Entlang eines praxisnahen Beispiels erstellen Sie in der Gruppe einen innovativen Service-Prozess. Dabei verarbeiten Sie das vermittelte Wissen in mögliche Service-Szenarien und erarbeiten konkrete Vorschläge für die Service-Transformation.

7 Kursbeschreibungen

Nachfolgend sind die einzelnen Kurse dieses Studienganges beschrieben.

Der Begriff Kurs schliesst alle Veranstaltungstypen ein, es ist ein zusammenfassender Begriff für verschiedene Veranstaltungstypen wie Vorlesung, Lehrveranstaltung, Transferarbeit (Living Case), Fach, Studienreise, Semesterarbeiten usw.

7.1 Einführung

Lernziele	<p>Einführungstag in das CAS. Sie erhalten eine Einführung in das Thema und einen Überblick, wie das CAS aufgebaut ist.</p> <p>Zum Einstieg zeigen wir Ihnen, wie Sie mit «Hype Themen» umgehen. Dabei lernen Sie den Gartner «STREET Prozess» kennen, welchen Sie im weiteren Verlauf des Kurses für jede technologische Innovation anwenden können.</p>
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none">– Einführung in das CAS– Überblick über die Lehrgangsmodule– Anforderungen an die CAS-Abschlussarbeit gemäss Study Guide– Umgang mit Innovativen Themen «Mastering the Hype Cycle»– Einführung in den Gartner «STREET PROCESS»– Methodik wissenschaftliches Arbeiten für den Transferarbeit
Lehrmittel	<ul style="list-style-type: none">– Script / Handout Dozierende

7.2 Service-Strategien, Geschäftsmodelle und Service Creation

Lernziele	In diesem Kurs zeigen wir Ihnen, wie Service-Strategien und Geschäftsmodelle auf verschiedenen Stufen in der Firma definiert und umgesetzt werden. Im Weiteren lernen Sie einen «Service Creation»-Prozess aus der Praxis kennen, mit welchem Sie auch Ihre Transferarbeit schreiben.
Themen und Inhalte	<p>Wie Gartner «Global Service Management Development» umsetzt</p> <ul style="list-style-type: none"> – Service Begriffe und Verantwortungen in der Unternehmung – Service Strategie auf Stufe Unternehmung – von der Strategie das Service Portfolio und den Service Katalog ableiten und Prioritäten festlegen. – Wie reagiert eine Unternehmung auf Faktoren wie z.B. COVID-19 mit Services? <p>Service Strategien und Geschäftsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none"> – Enterprise Service Management – Der «Wert» von Service messbar machen. Was soll erreicht werden? – Geschäfts- und Betriebsmodelle (Target Operation Model) – Service Ökosystem und Sourcing <p>Service Management Creation aus der Praxis</p> <ul style="list-style-type: none"> – 5-Stufiger Service Creation Prozess – Service Modellierung
	<ul style="list-style-type: none"> – Script / Handout Dozierende

7.3 Digitale Technologien im Service Kontext

Lernziele	<p>In diesem Kurs geht es um die Technologien, welche die Digitalisierung der Service-Prozesse antreiben und überhaupt erst ermöglichen. Es geht darum, das Potenzial einer Technologie und deren Rahmenbedingungen im Einsatz zu verstehen.</p> <p>Dazu werden verschiedene Technologien im Service Kontext analysiert und diskutiert. Weiter verstehen sie, welche rudimentären technischen Anforderungen an IT-Infrastrukturen und deren Architekturen gestellt werden.</p> <p>Dieses prinzipielle Verständnis über die vorgestellten Technologien erlaubt Ihnen deren Einsatzpotential in den eigenen Service-Prozessen zu erkennen und innovative Service-Prozesse grundsätzlich zu konzipieren.</p>
Themen und Inhalte	<p>Daten Sammeln und Steuern (IoT)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sensoren / Aktoren im Einsatz über verschiedene Netzwerke. Der IoT Regelkries. IoT und Security. IoT Einfluss auf Geschäftsprozesse und mehr. <p>Datenanalyse (Big Data)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Big Data und Fast Data? Architekturen vs. Latency? Datenintegration, Datenverarbeitung und mehr in wenigen Lektionen nähergebracht <p>Künstliche Intelligenz für Prädiktive Wartung nutzen (KI/AI)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wie lernen Maschinen (ML, supervised, unsupervised reinforced), was braucht es dazu und was ist im Wartungs- und Service Kontext möglich <p>Künstliche Intelligenz für die Automatisierung nutzen (KI/AI)</p> <ul style="list-style-type: none"> – NLP, Chatbots, autonomes Fahren und mehr was braucht es dazu und was ist im Wartungs- und Service Kontext damit möglich <p>Mixed Reality im Service Prozess (AR/VR)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Augmented-/Virtuelle-Realitäten im Service Prozess nutzen. Wie funktionieren AR/VR? Welche Konzepte, Plattformen und Brillen gibt es? <p>Cloud Services und Edge Computing verstehen und nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> – Was sind Cloud Services? Cloud vs. Edge Computing worum geht es? Wie funktioniert Daten Governance in der Cloud?
Lehrmittel	<ul style="list-style-type: none"> – Script / Handout Dozierende / Übungen

7.4 Service Creation – Service Design

Lernziele	<p>In diesem Kurs zeigen wir auf, wie eine Service Strategie in ein Service Design übergeführt wird.</p> <p>Sie lernen «best practice» Techniken und Tools kennen, welche Sie im Innovieren Ihrer Service-Prozesse unterstützen.</p>
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Service Design – eine Einführung – Service Design Prozesse entwickeln – Prinzipien und Tools – Service Design – Techniken und zugehörige Aktivitäten – Anforderungen an die Service Organisation – Technologien analysieren, beurteilen und im Service Design einbinden – Risiken erkennen und Massnahmen definieren – Service Designs Reviews und Stakeholder Management – Kritische Erfolgsfaktoren
Lehrmittel	<ul style="list-style-type: none"> – Script / Handout Dozierende / Übungen

7.5 Service Creation – Service Transformation

Lernziele	<p>In diesem Kurs zeigen wir auf, wie die Implementierung Ihres Service Designs in den Operativen Betrieb gelingt. Diese «Service Transformation» findet oft parallel zu existierenden Service-Prozessen statt und stellt entsprechende Anforderungen in der Umsetzung.</p> <p>Anhand von «best practice»-Beispielen zeigen wir Ihnen auf, wie Service Prozess Transformation gelingt.</p>
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Service Transformation – eine Einführung – Service Transformation – Prinzipien und Tools – Service Transformation – Prozesse führen – Change-Management in der Service Organisation – Transformation überwachen, beurteilen und durchsetzen – Von der Servicetransformation zur Service-Kultur – Das Service Value Modell mit Reifegradbewertung – Kritische Erfolgsfaktoren
Lehrmittel	<ul style="list-style-type: none"> – Script / Handout Dozierende / Übungen

7.6 Service Creation – Service Operation

Lernziele	<p>In diesem Kurs zeigen wir auf, mit welchen Herausforderungen Service Manager*innen im heutigen operativen Betrieb konfrontiert sind. Service Prozess Anpassungen erfordern umfangreiche Planung und Kommunikation. Sicherstellen, dass neue Technologien im Betrieb von den Service Techniker*innen oder der Kundschaft verstanden und angenommen werden, sind nur einige der «To Do's».</p> <p>Anhand von «best practice»-Erfahrungsberichten zeigen wir Ihnen auf, wie Service Innovation im Betrieb umgesetzt wird</p>
Themen und Inhalte	<ul style="list-style-type: none">– Service Operation – eine Einführung– DevOps im Service – Prinzipien, Techniken und Tools– Target Operation Modell (TOM) und «Value Streams»– Service Operation Praktiken – ITIL4 im operativen Umfeld– AIOps – Grundlagen, Implementation und Use Case– Kritische Erfolgsfaktoren
Lehrmittel	<ul style="list-style-type: none">– Script / Handout Dozierende / Übungen

8 Lernprotokoll

Mit dem Lernprotokoll dokumentieren Sie die persönliche Reflexion zu den Lerninhalten. Das Ziel ist, dass Sie sich explizit überlegen, welche Teile der Lerninhalte für Sie oder Ihre Firma relevant sind. Das Lernprotokoll dokumentiert diese gedankliche Auseinandersetzung und bietet damit eine Hilfestellung bei der Übertragung des Gelernten in die berufliche Praxis. Im Lernprotokoll erstellen Sie pro Thema ca. eine halbe Seite Reflektion zu einem vermittelten Lerninhalt. Das Lernprotokoll wird gleichzeitig mit der Transferarbeit als individuelles, separates Dokument abgegeben. Beim Lernprotokoll wird nicht der eigentliche Inhalt bewertet (dieser ist ja persönlich), sondern vielmehr die Qualität der gedanklichen Auseinandersetzung mit dem Thema und dessen Relevanz in der eigenen Kompetenzentwicklung.

9 Transferarbeit

Lernziele	<p>In der Transferarbeit wird das Gelernte praktisch angewendet.</p> <p>Im ersten Teil werden die Grundlagen bezüglich technischer Möglichkeiten in einem Service-Prozess vermittelt. Anhand einer aus Ihrer Praxis anstehenden Herausforderung entwickeln Sie in der Gruppe eine SOLL/IST Analyse bezüglich möglicher Ansatzpunkte, um neue Technologien im bestehenden Service Prozess einzusetzen.</p> <p>Im zweiten Teil entwickeln Sie ein Service-Design sowie ein Service Implementations-Plan, welcher aufzeigt, wie Sie systematisch die operative Implementierung im Service-Prozess planen und welche Herausforderungen/ Risiken Sie im Auge behalten müssen.</p> <p>Es werden Gruppen à 3 bis 4 Studierende gebildet, welche ihre Transferarbeit in Bezug auf einen praktischen Fall aus dem eigenen Umfeld erarbeiten.</p>
Themen und Inhalte	<p>Folgende Dokumente werden erarbeitet:</p> <ul style="list-style-type: none"> – SOLL/IST Analyse der Transferarbeit – Service Design (Service Framework und Business Case) – Service Transformations-Plan
Lehrmittel	<ul style="list-style-type: none"> – Script / Handout Dozierende, Moodle Ressourcen, Literaturliste (Anhang)
Grundlagen	<p>Mit der Transferarbeit setzen Sie das Gelernte in einem realen Fall direkt im Unternehmen um. Die Transferarbeit hat einen geplanten Umfang von ca. 100 Arbeitsstunden. Die Transferarbeit wird in der Regel durch 4-6 Teilnehmende erarbeitet.</p>
Ziel der Transferarbeit	<p>Der Transferarbeit bearbeitet eine konkrete Aufgabenstellung aus der Praxis. Ziel ist, den Einfluss der Digitalisierung mit seinen technologischen Möglichkeiten aufzuzeigen und aus diesen innovative Service-Prozesse zu definieren. Die im CAS erworbenen Kenntnisse sollen in die eigene Praxis transferierbar sein und die resultierenden Arbeiten als mögliche «Blau-Pausen» für die Umsetzung im eigenen Betrieb genutzt werden.</p> <p>Die Transferarbeit wird durch Dozierende aus den entsprechenden vertikalen Segmenten begleitet, unter anderem in zwei Reviews mit Kurzpräsentation durch die Studierenden.</p>

Ablauf der Transferarbeit

Prozessablauf	Tätigkeit und Beteiligte
<pre> graph TD A([Information Ablauf]) --> B[Transferarbeit definieren] B --> C[Ist/Soll Analyse] C --> D[Technische Möglichkeiten analysieren] D --> E[Service Design] E --> F{Review} F --> E F --> G[Service Transformations-plan] G --> H{Review} H --> G H --> I[Abgabe Transferarbeit] </pre>	<p>Information über Zielsetzung, Inhalt und Ablauf der Transferarbeit</p> <p>Die Teilnehmenden sammeln Informationen für die Transferarbeit und analysieren die Ist-Situation (IST-Analyse).</p> <p>Aufgrund von Input aus dem Unterricht entwickeln die Teilnehmenden eigene Ideen bezüglich möglicher Neupositionierung des bestehenden Service-Geschäftsmodelles (SOLL-Analyse).</p> <p>Die Teilnehmenden diskutieren, wie mittels des Einsatzes technischer Möglichkeiten der Service-Prozess modernisiert und profitabler gestaltet werden kann (neue Service-Angebote). Dabei werden anhand dem STREET Prozess und SWOT-Analysen verschiedene Technologien beurteilt.</p> <p>Ausarbeitung eines neuen Service-Design, welches der*dem Auftraggeber*in vorgelegt wird.</p> <p>Präsentation neues Service Konzept/Design zugunsten der Auftraggebenden. Anhand von Feedback ev. Nachbesserungen am Konzept/Design.</p> <p>Die Teilnehmenden erarbeiten einen Service-Transformationsplan für das gewählte Service-Design.</p> <p>Präsentation Transformationsplan. Anhand von Feedback ev. Nachbesserungen.</p> <p>Abgabe der Transferarbeit.</p>

Inhalt und Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> – Über die Transferarbeit wird ein Bericht abgegeben. – Der Bericht der Transferarbeit umfasst ca. 20 Seiten (ohne Titelblätter, Management Summary und Verzeichnisse). – Er wird an den zugeteilten Prüfungsleiter/Coach abgegeben (zusätzliche Kopie an die*den Administrator*in) – Der Bericht der Transferarbeit soll so verfasst werden, dass er alle erforderlichen Informationen enthält, die es einer aussenstehenden Person ermöglichen, das vorgeschlagene Konzept und die Massnahmen nachzuvollziehen. Denken Sie daran: Was nicht verständlich dargestellt ist, kann auch nicht bewertet werden. Der Bericht wird als Entscheidungsgrundlage für ein Entscheidungsgremium geschrieben. – Der Bericht der Transferarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden. – Wichtige Elemente des Berichtes sind u.a.: <ul style="list-style-type: none"> – Management Summary. – Analyse und Schlussfolgerungen bezüglich SOLL Anforderungen an ein neues Service Design und deren Geschäftsnutzen (Strategie) – Grobkonzept «Innovative Service-Prozesse» allenfalls in Varianten mit Darlegung der eingesetzten Technologien – Rudimentäre Planung der Service Transformation im Unternehmen – Aussagen zu Annahmen, Risiken und Anpassungen in der Service Aufbau- und Ablauforganisation (Organisationsstruktur und Prozesse). – Quellen/Literaturverzeichnis – Ev. Angaben zu Kosten/Investitionen usw. – Die Transferarbeit wird mit folgenden Kriterien bewertet: <ul style="list-style-type: none"> – Analyse Transferarbeit inkl. Schlussfolgerungen – Methodik, Auswahl und Anwendung von Technologien – Service-Design / Service-Transformation bezüglich Durchgängigkeit, – Klarheit, Aussagekraft sowie Nachverfolgbarkeit von Aussagen – Präsentationen – Bericht: Aufbau, Korrektheit, Vollständigkeit, Klarheit, Wesentlichkeit
----------------------	--

10 Kompetenznachweis

Für die Anrechnung der 12 ECTS-Credits ist das erfolgreiche Bestehen der Qualifikationsnachweise (Prüfungen, Projektarbeiten) erforderlich, gemäss folgender Aufstellung:

Kompetenznachweis	Gewicht	Art der Qualifikation	Erfolgsquote Studierende
Lernprotokoll	4	Individuelle Arbeiten	0 - 100 %
Transferarbeit	6	Präsentation der Ergebnisse	0 - 100 %
Total	10		0 - 100 %

Alle Studierenden können in einem Kompetenznachweis eine Erfolgsquote von 0 bis 100% erreichen. Die gewichtete Summe aus den Erfolgsquoten pro Thema und dem Gewicht des Themas ergibt eine Gesamterfolgsquote zwischen 0 und 100%. Der gewichtete Mittelwert der Erfolgsquoten der einzelnen Kompetenznachweise wird in eine Note zwischen 3 und 6 umgerechnet. Die Note 3 (gemittelte Erfolgsquote weniger als 50%) ist ungenügend. Die Noten 4, 4.5, 5, 5.5 und 6 (gemittelte Erfolgsquote zwischen 50% und 100%) sind genügend.

11 Ergänzende Literatur

Ergänzende Literatur sind Empfehlungen, um den Stoff zu vertiefen oder zu erweitern. Die Beschaffung liegt im Ermessen der Studierenden: Dozierende können zusätzliche Literaturempfehlungen abgeben.

Für das Einlesen und als Begleitmaterial werden nachfolgend aufgeführte Bücher empfohlen. Die Beschaffung liegt im Ermessen der Studierenden.

Nr	Titel	Autoren	Verlag	Jahr	ISBN Nr.
1.	Mastering the Hype Cycle	Jackie Fenn, Mark Raskino	Harvard Business Press	2008	978-1-4221-2110-8
2.	Machine, Platform, Crowd	Andrew McAfee, Erik Brynjolfsson	Börsenmedien AG, Kulmbach	2017	978-0-393-25429-7 978-3-86470-563-2
3.	Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy	Carl Shapiro, Hal R. Varian	Harvard Business School Press	1999	978-0-87584-863-1
4.	RFID-Handbuch	Klaus Finkenzeller	Hanser	2015	978-3-446-41200-2
5.	Mastering Machine Learning with Python in Six Steps	Manohar Swamynathan	Apress	2017	978-1-4842-2865-4
6.	Seeing What's Next: Using the Theories of Innovation to Predict Industry Change	Christensen, Clayton M. Anthony, Scott D. Roth, Erik A.	Harvard Business Review Press	2004	978-1-59139-185-2
7.	Service Transformation	Manfred Bruhn, Karsten Hadwich	Springer	2016	978-3658110963
8.	Digitale Service-Transformation: Das Ende der Dienstleistung, wie wir sie kennen?	Torsten Olderog	Springer	2019	eBook
9.	Accelerate	Nicole Forsgren Phd, Jez Humble, Gene Kim	IT Revolution Press	2018	978-1942788331
10.	The Lean Startup	Eric Ries	Penguin Books Ltd	2011	978-0-670-92160-7
11.	Gartner Market Guide für AIOps Plattformen	Whitepaper	Gartner	2019	www.gartner.com
12.	ITIL 4 Managing Professional High-velocity IT	AXELOS	The Stationery Office Ltd	2020	978-0-11-331640-3

12 Dozierende

Vorname Name	Firma	E-Mail / CV
Peter Burkhalter	Berner Fachhochschule	peter.burkhalter@bfh.ch xing.com/profile/Peter_Burkhalter/cv
Martin Andenmatten	Glenfis SMFS	martin.andenmatten@glenfis.ch linkedin.com/in/martinandenmatten/
Dr. Bernhard Frei	Prose Consulting AG	Bernhard.Frei@prose.one xing.com/profile/Bernhard_Frei2/cv
Adriano Romano	Gartner Schweiz	adriano.romano@gartner.com linkedin.com/in/adriano-romano-24800429
Markus Nufer	RFIDNet GmbH	markus.nufer@bfh.ch nufer-consulting.business.site/
Werner Dähler	Berner Fachhochschule	werner.daehler@bfh.ch linkedin.com/in/dähler-werner-762437127
Guido Schmutz	Trivadis	Guido.Schmutz@trivadis.com linkedin.com/in/guido-schmutz-8186744/
Max Kleiner	kleiner kommunikation	max.kleiner@bfh.ch linkedin.com/in/max-kleiner-6b498322/
Prof. Marcus Hudritsch	Berner Fachhochschule	marcus.hudritsch@bfh.ch bfh.ch/de/ueber-die- bfh/personen/5b7ebInby2di/
Andreas Meister	SBB	andreas.meister3@sbb.ch linkedin.com/in/andreas-meister/
Matthias Brun	DSI Engineering	matthias.brun@dsiag.ch linkedin.com/in/matthias-brun/
Gabriela Frei	Alpiq AG	gabriela.frei@alpiq.com linkedin.com/in/gabriela-frei-47a3b191/
Eyup Koc	RedHat (IBM)	eykoc@redhat.com linkedin.com/in/eyup-koç-41720a25

13 Organisation

CAS-Leitung:

Peter Burkhalter

E-Mail: peter.burkhalter@bfh.ch

CAS-Administration:

Barbara Reichmuth

Tel: +41 31 848 32 04

E-Mail: barbara.reichmuth@bfh.ch

Während der Durchführung des CAS können sich Anpassungen bezüglich Inhalten, Lernzielen, Dozierenden und Kompetenznachweisen ergeben. Es liegt in der Kompetenz der Dozierenden und der Studienleitung, aufgrund der aktuellen Entwicklungen in einem Fachgebiet, der konkreten Vorkenntnisse und Interessenslage der Teilnehmenden, sowie aus didaktischen und organisatorischen Gründen Anpassungen im Ablauf eines CAS vorzunehmen.

Berner Fachhochschule
Technik und Informatik
Weiterbildung

Telefon +41 31 848 31 11
Email: weiterbildung.ti@bfh.ch

bfh.ch/ti/weiterbildung
bfh.ch/cas-dsc