



Berner
Fachhochschule



**WE LIKE YOU,
TOO :)**

CAS Marketingpsychologie

Marketingpsychologie verstehen und gezielt anwenden

Psychologie und Entscheidungsverhalten

Beschreibung und Konzeption

Das CAS Marketingpsychologie vermittelt fundiertes Wissen über psychologische Prozesse, die das Konsumverhalten beeinflussen. Sie lernen, psychologische Prinzipien gezielt im Marketing einzusetzen. Sie verstehen die Bedürfnisse Ihrer Kundschaft besser und können daher effektive Marketingstrategien entwickeln. Im CAS befassen wir uns mit ethischen Fragen, Emotionen, Markenbindung und menschlichem Entscheidungsverhalten. Sie möchten Ihre Marketingstrategie optimieren und Ihrer Karriere einen Schub verleihen? Dann melden Sie sich am besten heute noch an. Wir freuen uns auf Sie.

Ausbildungsziele

Mit dieser Weiterbildung auf Erfolgskurs:

- Sie sind in der Lage, psychologische Theorien und Modelle gezielt auf Ihre Marketingfragestellungen anzuwenden.
- Sie analysieren das Konsumverhalten, um fundierte strategische Entscheidungen zu treffen.
- Sie entwickeln effektive Kommunikations- und Werbestrategien und berücksichtigen dabei psychologische Faktoren.
- Sie wissen, wie Sie neueste marketingpsychologische Forschungserkenntnisse kritisch bewerten und praktisch umsetzen.

Steckbrief

- Titel/Abschluss: Certificate of Advanced Studies (CAS)
- Dauer: 18 Unterrichtstage
- Unterrichtstage: Donnerstag, Freitag, Samstag
- Anzahl ECTS-Credits: 12
- Kompetenznachweis: Transferbericht inkl. Präsentation
- Kosten: CHF 8'500
- Studienort: Schwarztorstrasse 48, 3007 Bern
- Durchführung: jeweils im Frühlingsemester

Themen

Einführung in die Marketingpsychologie

- Grundlagen und Relevanz der Psychologie im Marketing
- Historische Entwicklung und aktuelle Trends
- Psychologische Einflussfaktoren auf das Konsumentenverhalten

Konsument*innenverhalten und Entscheidungsprozesse

- Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und Informationsverarbeitung
- Motivation, Emotion und ihre Rolle im Kaufprozess
- Entscheidungsfindung: Rationalität vs. Irrationalität
- Kognitive Verzerrungen und Heuristiken

Sozialpsychologie im Marketing

- Soziale Einflussfaktoren und Gruppendynamik.
- Rollen, Normen und soziale Identität
- Word-of-Mouth und virales Marketing
- Einfluss von Kultur und Gesellschaft auf Konsumverhalten

Neuromarketing

- Grundlagen der Neurowissenschaften im Marketing
- Methoden und Tools (EEG, fMRI, Eye-Tracking)
- Anwenden von Neuromarketing in Kampagnen und Produktentwicklung

Emotionale Markenführung

- Markenpsychologie und Brand Equity
- Emotionales Branding und Storytelling
- Aufbau von Markenloyalität und -vertrauen

Digitale Marketingpsychologie

- Online-Konsument*innenverhalten und User Experience
- Psychologie der Sozialen Medien und Influencer Marketing
- Personalisierung und Targeting im digitalen Raum

Ethik und Verantwortung im Marketing

- Ethische Aspekte der Beeinflussung und Manipulation
- Datenschutz und Privatsphäre
- Gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit

Kontakt

Prof. Anna Knutti
CAS-Leitung
+41 31 848 44 73
anna.knutti@bfh.ch

Roni Selvi
Studienorganisation
+41 31 848 55 09
roni.selvi@bfh.ch

