



CAS Digital Analytics in Marketing

Institut für Kommunikation und Marketing IKM



Sie wissen, wo im digitalen Geschäft welche Daten anfallen und wie Sie diese nutzen

Sie erwerben fundiertes Wissen zum datengetriebenen Management von digitalen Plattformen und Marketingkampagnen. Sie lernen wichtige Kennzahlen, Analysen und Methoden von Digital Analytics und Big Data kennen, um alles aus Ihren Daten herauszuholen.

Zielpublikum

Das CAS Digital Analytics in Marketing richtet sich an Personen

- aus den Bereichen Digital/Web Analytics, E-Commerce, E-Business oder Online-Marketing,
- mit Führungs-, Projektleitungs- oder Fachaufgaben in den Bereichen Digital, Online-Marketing, E-Commerce oder Daten-Management,
- in Teams, Beratungen sowie Agenturen.

Voraussetzungen

- Mehrjährige Berufserfahrung in den Bereichen Digital Business, Digital Marketing, Digital Analytics oder in einem angrenzenden Tätigkeitsbereich
- Hochschulabschluss (Universität oder Fachhochschule)
- «Sur dossier» für Personen ohne Hochschulabschluss. Voraussetzungen:
 - Abschluss Höhere Fachschule/Höhere Fachprüfung/Berufsprüfung
 - mindestens sechs Jahre relevante Berufserfahrung
 - Mindestalter 28 Jahre
 - Aufnahme-/Beratungsgespräch mit Studienleitung, Motivationsschreiben

Lernziele

- Sie kennen die relevanten Daten, Metriken und Key Performance Indicators Ihres digitalen Geschäfts, um digitale Inhalte datenbasiert und benutzerfreundlich zu gestalten.
- Sie können wichtige Webanalysen durchführen, um den Erfolg von Websites, Apps und Marketingkampagnen zu messen und zu steigern.
- Sie verstehen die wichtigsten Aufgaben und Rollen eines digitalen Analysten und Marketers.
- Sie wissen wie, wann und wozu Sie Digital-Analytics-Systeme, beispielsweise Google Analytics, und andere Tools gezielt einsetzen.
- Sie erlernen praxisrelevante Methoden von Web Mining und Big Data Analytics.
- Sie können komplexe Analysen und Sachverhalte verständlich visualisieren, Handlungsempfehlungen ableiten und fundierte Entscheidungen treffen.

Facts

Dauer: 5 Monate

Kosten: CHF 8'400.–

Für das gesamte MAS-Programm (3 CAS-Programme plus Diplomsemester) CHF 29'700.–

Teilnehmende: max. 26 Personen

Termine: 24 Unterrichtstage, 1 Qualifikationstermin und Abschlussveranstaltung

Unterrichtszeiten: Freitagnachmittag und Samstag

Ort: Hochschule Luzern – Wirtschaft, Zentralstrasse 9 (beim Bahnhof)

Abschluss: Certificate of Advanced Studies Hochschule Luzern/FHZ in Digital Analytics in Marketing

ECTS-Credits: 15

Anerkennung: Das CAS Digital Analytics in Marketing ist ein mögliches Wahlmodul der drei folgenden MAS-Programme der Hochschule Luzern – Wirtschaft: MAS Brand and Marketing Management, MAS Communication Management, MAS Digital Marketing and Communication Management.

Das CAS Digital Analytics in Marketing ist zusätzlich ein Wahlmodul für die folgenden zwei MAS-Programme der Hochschule Luzern – Informatik: MAS Digital Business Management und MAS Business Intelligence.

Kooperation: Die Hochschule Luzern – Wirtschaft bietet dieses CAS in Kooperation mit der Hochschule Luzern – Informatik an.

Weitere Informationen:

Info-Veranstaltungen, Starttermine sowie Anmeldeformular unter www.hslu.ch/da

Qualifikationsschritte:

- Erarbeitung und Präsentation einer Fallstudie (Gruppenarbeit)
- Verfassen einer schriftlichen und praxisorientierten Projektarbeit (Einzelarbeit)

«Das Verhalten der Zielgruppe im Internet wird gemessen und interpretiert. Daraus lernen wir die Interessen und Wünsche der Zielgruppe kennen.»

Dr. Brigitte Gasser
Co-Leiterin CAS Digital Analytics
in Marketing



«Datengetriebene Unternehmen sind erwiesenermaßen effektiver, wettbewerbsfähiger und somit erfolgreicher.»

Dr. Daniel Benninger
Co-Leiter CAS Digital Analytics
in Marketing



Webdaten analysieren – Kunden verstehen – datenbasiert entscheiden

An 24 Unterrichtstagen werden zentrale Themengebiete und Best Practices aus dem Bereich Digital Analytics behandelt: von der Datenerhebung im Web über die Datenaufbereitung in den entsprechenden Tools bis hin zur Datenverwendung und betriebswirtschaftlichen Nutzbarmachung.

Grundlagen von Digital Analytics

Das erste Modul vermittelt Grundlagen, Strategien und Best Practices der Analyse digitaler Daten im Marketingkontext.

- Daten, Metriken & KPIs
- Analytics-Strategien, Konzeption & Umsetzung
- Organisation, Rollen & Aufgaben

Digital Analytics in der Praxis

Aufgezeigt werden die wichtigsten Methoden und Analysen von Digital Analytics sowie die Auswahl, Einführung und der operative Betrieb von Digital Analytics Tools.

- Digital Analytics Tools & Google Analytics
- Mobile & App Analytics
- E-Commerce & Omnichannel Analytics

Campaign Tracking & Data-driven Marketing

Dieses Modul vermittelt relevante Kenntnisse zum Tracken von allen wichtigen Online-Marketing-Instrumenten und -Massnahmen.

- Kampagnen-Tracking & Performance Marketing
- Data-driven & Event-based Marketing
- Marketing Automation & Attribution Modeling

Conversion Optimization mit Digital Analytics

Mehrere Kurstage vermitteln Praxis-Know-how, Instrumente und Massnahmen zur Erhöhung der Zielerreichung im Digital Business und Marketing.

- Marketing Conversion Optimization
- Usability & Shop Conversion Optimization
- A/B- & multivariates Testing

Advanced Digital Analytics

Das Modul vermittelt wichtige Statistikgrundlagen und Methoden der Applied Data Science.

- Einführung & Methoden des Data/Web Mining
- Click Stream Analytics & Big Data Integration
- Network & Social Media Analytics
- Text Mining & Natural Language Processing

Digital Analytics Management

Dieses Modul vermittelt analytics-bezogene Management- und Entscheidungsgrundlagen.

- Visual Analytics, Reporting & Dashboarding
- Management- & Entscheidungsunterstützung
- Governance, Compliance & Ethics in Digital Analytics
- Rechtliche Grundlagen & Datenschutz im Analytics



Kontakt

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Kommunikation
und Marketing IKM

Zentralstrasse 9
Postfach 2940
CH-6002 Luzern

T +41 41 228 99 50
ikm@hslu.ch
www.hslu.ch/ikm