

Curriculum CAS AI-CEM 2025.1 - vorbehaltlich Änderungen!

Modul 1: AI-driven Customer Experience Management									
Segment	ID	Tag	Datum	von	bis	L	Raum*	Titel	Dozierende
Einführung in das Evidenz-basierte CX Management	1	Freitag	21.03.25	08.15	12.30	5	tba	Willkommen in der Erlebnis-Ökonomie: CX-Maturität verstehen und einschätzen	Dr. Wolfgang Schäfer
	2	Freitag	21.03.25	13.30	17.45	5	tba	Intro - Ganzheitliche Ansätze und Best Practices im AI-basierten CEM	Dr. Ana Kotarcic
	3	Samstag	22.03.25	08.15	12.30	5	online	Schneller, kompetenter, kreativer: kundenorientierte Ausgestaltung von Strukturen und Prozesse	Raphael Furrer
Experiencescapes	4	Freitag	28.03.25	08.15	12.30	5	tba	Collaboration / Co-Creation: durch Netzwerkeffekte und Co-Creation Wert generieren	Jan Biller
	5	Freitag	28.03.25	08.15	12.30	5	tba	Employee Experience: Wie zufriedene Mitarbeiter:innen für eine bessere CX sorgen	Prof. Dr. Frank Hannich
CX Implementierung	6	Samstag	29.03.25	08.15	12.30	5	online	Experience Ecosystems: Geschäftsmodelle in der Experience Economy	Eric Horster
	7	Donnerstag	03.04.25	08.15	12.30	5	tba	Das digitale Kundenerlebnis: Big Data, UX & AR im CEM	Patrick Glauser
	8	Freitag	04.04.25	08.15	12.30	5	Exkursion	Exkursion Europa Park	Dr. Wolfgang Schäfer
	9	Freitag	04.04.25	13.30	17.45	5	Exkursion	Exkursion Europa Park	Dr. Wolfgang Schäfer
CX Konsolidierung	10	Freitag	11.04.25	08.15	12.30	5	tba	AI Analytics - Prozesse und Pipelines	Dr. Ana Kotarcic
	11	Freitag	11.04.25	13.30	17.45	5	tba	Leistungsnachweis für Modul 1: Einzelarbeiten; Abgabe: 09.04.2025	Dr. Wolfgang Schäfer, Remo Bebi Gut
	12	Samstag	12.04.25	08.15	12.30	5	online	Gast-Beitrag: Status Quo	tbd

60

Modul 2: AI-driven Customer Experience Design									
Segment	ID	Tag	Datum	von	bis	L	Raum*	Titel	Dozierende
CX Konzeptualisierung	13	Freitag	09.05.25	08.15	12.30	0	tba	CX Landscape DACH	Cyrril Luchsinger
	14	Freitag	09.05.25	13.30	17.45	5	tba	Kundenzentrierung mit Jobs-to-be-done - Persona	Andreas von Criegem
	15	Samstag	10.05.25	08.15	12.30	5	online	CX Strategie	Jennifer Bagehom, Nina Weschenfelder
	16	Freitag	16.05.25	08.15	12.30	5	ServiceLab & tba	CX Storytelling für Customer Journeys	Jennifer Bagehom, Nina Weschenfelder
	17	Freitag	16.05.25	13.30	17.45	5	ServiceLab & tba	CX Storytelling für Customer Journeys	Jennifer Bagehom, Nina Weschenfelder
CX Design	18	Samstag	17.05.25	13.30	17.45	5	online	CX Project Management: Kundenerlebnisse und -orientierung erfolgreich in Unternehmen einführen	Fabienne Fini
	19	Freitag	23.05.25	08.15	12.30	5	tba	CX Staging: Design & Inszenierung von Kundenerlebnissen mit Sinnen und Erlebnisdimensionen	Dr. Tiia Mäkinen
CX Insights	20	Freitag	23.05.25	13.30	17.45	5	tba	CX Staging: Design & Inszenierung von Kundenerlebnissen mit Sinnen und Erlebnisdimensionen	Dr. Tiia Mäkinen
	21	Samstag	24.05.25	08.15	12.30	5	online	Erlebnisse überprüfbar machen: Einsatz von Experimenten im CEM	Dr. Marcus Zimmer
	22	Freitag	06.06.25	08.15	12.30	5	tba	Erlebnis-Kontexte: Die Lebenswelt der Kund:innen qualitativ verstehen und erfassen	Andreas Skjönberg
	23	Freitag	06.06.25	13.30	17.45	5	tba	Quantitative Kundenforschung: Erlebnisse messbar machen	Prof. Dr. Steffen Müller
	24	Samstag	07.06.25	08.15	12.30	5	online	Behavior-driven Change: Evidenz-basierte Kundenzentrierung von Organisationen	Marco Steiner
CX Operationalisierung	25	Freitag	20.06.25	08.15	11.00	3	tba	Leistungsnachweis für Modul 2: Gruppenarbeiten; Abgabe: 18.06.2025	Dr. Wolfgang Schäfer, Remo Bebi Gut
	26	Freitag	20.06.25	11.00	12.30	2	tba	Gast-Beitrag: CX Outlook	tbd

60

* alle Sitzungen - bis auf die Exkursion und die Leistungsnachweise - können auch bei Bedarf hybrid, also teils online und teils offline, durchgeführt werden. Bitte eine Online-Teilnahme Wolfgang spätestens 24 Stunden vorher mitteilen. Danke!